2018-2024年中国互联网+瓶装水企业经营现状与投资空间分析预测报告

报告大纲

智研咨询
www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2018-2024年中国互联网+瓶装水企业经营现状与投资空间分析预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：https://www.chyxx.com/research/201804/634665.html

报告价格：电子版: 9800元　纸介版：9800元　电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联 系 人: 刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

2016年我国瓶装水行业消费量约9363.9万吨，同比2015年的8634.6万吨增长了8.45%，近几年我国瓶装水行业消费量情况如下图所示：

2011-2016年中国瓶装水行业消费量情况

资料来源：智研咨询整理

智研咨询发布的《2018-2024年中国互联网+瓶装水行业企业现状与投资空间分析预测报告》共十三章。首先介绍了中国瓶装水行业市场发展环境、中国瓶装水整体运行态势等，接着分析了中国瓶装水行业市场运行的现状，然后介绍了中国瓶装水市场竞争格局。随后，报告对中国瓶装水做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国瓶装水行业发展趋势与投资预测。您若想对瓶装水产业有个系统的了解或者想投资瓶装水行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等瓶装水。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计瓶装水及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测瓶装水。

报告目录：

第一章 瓶装水产业相关概述 13
第一节 瓶装水的概况 13
一、瓶装水行业定义 13
二、瓶装水发展历程 15
第二节 瓶装水行业优缺点 16
一、瓶装水行业优点 16
二、瓶装水行业缺点 16
第三节 瓶装水行业产业链结构 17
第二章 2017年全球瓶装水行业整体运营状况分析 18
第一节 全球瓶装水行业市场运行现状分析 18
一、全球瓶装水市场规模分析 18
二、全球瓶装水市场结构 18
三、全球瓶装水市场发展趋势 19
第二节 全球瓶装水行业企业发展现状分析 20
第三节 全球瓶装水产业运行格局分析 22
第四节 全球部分地区瓶装水市场运行分析 24
一、欧美 24
二、亚太 24

三、其他 28
第五节 全球瓶装水行业新趋势预测 31
第三章2017年中国瓶装水行业市场发展环境分析 36
第一节 中国宏观经济环境分析 36
一、中国GDP增长情况分析 36
二、工业经济发展形势分析 37
三、社会固定资产投资分析 37
四、全社会消费品零售总额 38
五、城乡居民收入增长分析 39
六、居民消费价格变化分析 39
第二节 中国瓶装水市场政策环境分析 40
第三节 中国瓶装水行业社会环境分析 41
第四章 2017年中国瓶装水行业运行现状分析 42
第一节 中国瓶装水市场运行综述 42
一、我国瓶装水市场现状与格局 42
二、我国瓶装水市场供给情况 43
（一）我国瓶装水市场供给规模 43
（二）我国瓶装水市场供给特点 44
三、我国瓶装水市场需求情况 44
（一）我国瓶装水市场需求规模 44
（二）我国瓶装水市场需求特点 45

数据显示，农夫山泉、怡宝分别位居第一、第二，分别占20.6%、20.4%，两者市场份额之差仅为0.2个百分点。康师傅、娃哈哈紧随其后，分别为12.2%、9.2%。百岁山、冰露市场份额分别为8.6%、6.6%。6巨头拥有77.6%的市场份额，占据近8成市场。

2016年中国瓶装水行业企业集中度

资料来源：智研咨询整理

四、我国瓶装水行业成本情况 45
第二节 中国瓶装水行业品牌分析 49
一、品牌主导瓶装水行业竞争成必然趋势 49
二、瓶装水企业创塑品牌的战略要点 50
第三节 中国瓶装水行业存在的问题及任务 51
一、中国瓶装水行业存在主要问题 51
二、瓶装水行业结构调整主要任务 52
第五章 2017年中国瓶装水行业发展现状分析 54
第一节 中国瓶装水行业发展现状 54

一、中国瓶装水行业需求市场现状 54
三、中国瓶装水市场需求层次分析 54
第二节 中国瓶装水行业市场运行动态分析 59
第三节 对中国瓶装水行业的分析及思考 63
一、瓶装水消费者思考 63
二、瓶装水质量的思考 63
三、瓶装水市场变化方向的思考 63
四、中国瓶装水行业发展的新思路 63
第六章2017年中国瓶装水行业市场分析 64
第一节 中国瓶装水市场规模分析 66
一、中国瓶装水行业市场规模分析 66
二、中国瓶装水行业市场饱和度分析 67
三、国内外经济形势对瓶装水行业市场规模的影响 67
第二节 中国瓶装水市场SWOT分析 69
一、优势分析 69
二、劣势分析 69
三、机遇分析 70
四、威胁分析 70
第七章 2017年中国瓶装水重点地区情况分析 73
第一节 中国瓶装水行业区域市场结构分析 73
第二节 瓶装水“东部地区”情况分析 73
一、东部地区瓶装水情况分析 73
二、东部地区瓶装水情况 73
第三节 瓶装水“西部地区”情况分析 74
一、西部地区瓶装水情况分析 74
二、西部地区瓶装水情况 75
第八章 2017年中国瓶装水行业营销与消费情况分析 79
第一节 中国瓶装水营销渠道分析 79
第二节 瓶装水市场营销竞争策略 80
一、直接与竞争对手竞争 80
二、使竞争对手难以反击 80
三、不战而胜的竞争策略 81
四、与竞争对手合作策略 81
第三节 瓶装水市场中国式营销策略 81
一、功效优先策略 81

二、价格适众策略 81
三、品牌提升策略 81
四、现身说法策略 82
五、媒体组合策略 82
六、网络组织策略 82
七、动态营销策略 83
第四节 全国瓶装水消费市场调研 83
一、瓶装水购买影响因素调研 83
二、瓶装水购买渠道场所调研 84
第九章 2017年中国瓶装水行业竞争状况分析 87
第一节 中国瓶装水进出口分析 87
第二节 中国瓶装水行业供需平衡分析 92
一、瓶装水行业供需平衡现状 92
二、瓶装水行业供需平衡趋势预测 93
第二节 中国瓶装水行业集中度分析 95
一、瓶装水市场集中度分析 95
二、瓶装水企业集中分布 95
第十章2017年中国瓶装水部分重点领先企业调研分析 96
第一节 A公司 96
一、企业发展基本情况 96
二、企业主要产品分析 96
三、企业经营情况分析 96
四、企业销售网络分析 98
五、企业竞争优势分析 98
六、企业发展战略分析 98
第二节 B公司 99
一、企业发展基本情况 99
二、企业主要产品分析 99
三、企业经营情况分析 99
四、企业销售网络分析 101
五、企业竞争优势分析 101
六、企业发展战略分析 101
第三节C公司 102
一、企业发展基本情况 102
二、企业主要产品分析 102

三、企业经营情况分析 102
四、企业销售网络分析 103
五、企业竞争优势分析 104
六、企业发展战略分析 104
第四节 D公司 105
一、企业发展基本情况 105
二、企业主要产品分析 105
三、企业经营情况分析 105
四、企业销售网络分析 106
五、企业竞争优势分析 106
六、企业发展战略分析 107
第五节 E公司 107
一、企业发展基本情况 107
二、企业主要产品分析 108
三、企业经营情况分析 108
四、企业竞争优势分析 109
五、企业发展战略分析 109
第六节 F公司 110
一、企业发展基本情况 110
二、企业主要产品分析 110
三、企业经营情况分析 110
四、企业竞争优势分析 111
五、企业发展战略分析 112
第七节 其他公司 112
第十一章 2018-2024年中国瓶装水行业发展趋势预测分析 114
第一节 2018-2024年中国瓶装水产值现状及预测分析114
第二节2018-2024年中国瓶装水利润总额现状及预测分析117
第三节2018-2024年中国瓶装水销售收入现状及预测分析120
第四节2018-2024年中国瓶装水资产现状及预测分析123
第五节2018-2024年中国瓶装水企业数量现状及预测分析124
第六节 2018-2024年中国瓶装水市场规模预测分析125
第七节 2018-2024年中国瓶装水市场盈利预测分析 128
第十二章 2018-2024年中国瓶装水行业投资前景分析 130
第一节 中国瓶装水行业投资环境分析 130
第二节 中国瓶装水行业投资价值及机会分析 131

一、投资价值空间分析 131
二、区域投资潜力分析 133
第三节 2018-2024年中国瓶装水行业投资风险预警 134
一、政策风险分析 134
二、市场竞争风险分析 135
三、经营管理风险分析 136
四、同行业风险分析 137
五、产业链风险分析138
六、其他相关风险分析140
第十三章 ZYLZG 2018-2024年中国瓶装水企业发展策略分析142
第一节 瓶装水市场策略分析142
一、瓶装水价格策略分析142
二、瓶装水渠道策略分析143
第二节 瓶装水销售策略分析144
一、产品定位策略分析144
二、企业宣传策略分析145
第三节 提高瓶装水企业竞争力的策略146
一、提高中国瓶装水企业核心竞争力的对策146
二、瓶装水企业提升竞争力的主要方向148
三、影响瓶装水企业核心竞争力的因素150
第四节 我国瓶装水行业品牌发展战略思考152
一、瓶装水实施品牌战略的意义152
二、我国瓶装水企业的品牌战略153
三、瓶装水品牌战略管理的策略155
图表目录：
图表 2014-2017年中国GDP及增长率统计
图表 2017年国内生产总值统计
图表 2014年-2017年工业经济增长情况
图表 2011-2017年中国社会固定投资额以及增长率
图表 2017年中国全社会固定资产投资统计
图表 2017年年末中国人口数及其构成
图表 2017年年末中国人口数及其构成
图表 2011-2017年中国普通本专科、中等职业教育及普通高中招生人数
图表 2011-2017年中国研究与试验发展（R&D）经费支出
图表 2011-2017年中国城镇新增就业人数

图表 2011-2017年中国国家全员劳动生产率
图表 瓶装水行业产业链
图表 2014-2017年中国瓶装水行业工业总产值情况
图表 2014-2017年中国瓶装水行业价格走势
更多图表。。。。。。

详细请访问：https://www.chyxx.com/research/201804/634665.html