

2021-2027年中国瓶装水行业市场运营态势及投资机会分析报告

报告大纲

智研咨询

www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2021-2027年中国瓶装水行业市场运营态势及投资机会分析报告》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/202011/907824.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

瓶装水是一包装于瓶子内的饮用水，用于个人使用和零售。其使用的水可以来自任一地方，包括泉水、井水、纯水、自来水，或甚至有未处理或受污染的水。

许多国家，尤其是发达国家，有国家标准来规范瓶装水的品质，主要用来确保水质是否安全及标签是否符合内容物。但在其他许多在发展中国家则很少有这些标准，或没有真正地落实这些标准。

智研咨询发布的《2021-2027年中国瓶装水行业市场运营态势及投资机会分析报告》共十六章。首先介绍了瓶装水行业市场发展环境、瓶装水整体运行态势等，接着分析了瓶装水行业市场运行的现状，然后介绍了瓶装水市场竞争格局。随后，报告对瓶装水做了重点企业经营状况分析，最后分析了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局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。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数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一部分 瓶装水产业现状分析

第一章 瓶装水产业发展概况

第一节 瓶装水行业基本特征

一、瓶装水行业特点

二、瓶装水行业管理体制

三、瓶装水行业在国民经济中的地位

第二节 瓶装水行业生命周期判断

第三节 瓶装水加工与处理

一、过滤

二、蒸馏

三、逆向渗透

四、臭氧处理

五、紫外线处理

第二章 2020年世界瓶装水产业运行态势分析

第一节 2020年世界瓶装水市场发展综述

一、全球瓶装水市场扫描

二、瓶装水行业发展带来的问题

三、东欧市场瓶装水需求大增

四、瓶装水市场销售额分析

第二节 2020年世界瓶装水主要国家运行动态分析

一、美国抵制瓶装水遭遇的难题

二、比利时瓶装水消费分析

三、韩国瓶装水产业分析

第三节 2021-2027年世界瓶装水产业发展趋势分析

第三章 2020年中国瓶装水行业市场发展环境分析（PEST分析法）

第一节 2020年中国宏观经济环境分析

一、国民经济运行情况GDP

二、消费价格指数CPI、PPI

三、全国居民收入情况

四、恩格尔系数

五、工业发展形势

六、固定资产投资情况

七、财政收支状况

八、中国汇率调整

九、存贷款基准利率调整情况

十、存款准备金率调整情况

十一、社会消费品零售总额

十二、对外贸易&进出口

第二节 2020年中国瓶装水行业政策环境分析

一、我国矿泉水新标准与国际接轨

二、《生活饮用水卫生标准》

三、两大饮用水新国标相继出台

四、瓶装水包装

五、瓶装水进出口贸易政策分析

六、相关产业法律、法规

第三节 2020年中国瓶装水行业社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、中国城镇化率

六、居民的各种消费观念和习惯

第四章 2020年中国饮用水行业概况

第一节 饮用水基础概述

- 一、中国淡水资源情况
- 二、饮用水水源的选择与保护原则
- 三、饮用水水质标准分析

第二节 2020年中国饮用水市场的变革分析

- 一、国内居民饮水现状分析
- 二、健康饮水的趋势
- 三、直饮水时代的来临
- 四、市场各种饮用水的优势

第三节 2020年我国饮用水行业运行态势透析

- 一、中国饮用水生产与消费
- 二、中国城市饮用水源水质达标率情况
- 三、饮用水行业所面临的危机
- 四、饮用水行业整合与扩张情况

第四节 2020年中国水资源安全问题及对策

- 一、水资源污染严重
- 二、水资源需求安全保障情况
- 三、建设节水防污型社会

第五章 2020年中国瓶装水产业发展透析

第一节 中国瓶装水发展分析

- 一、简述中国瓶装水的商业史
- 二、中国瓶装饮用水行业发展现状分析
- 三、瓶装水行业竞争又起硝烟
- 四、我国高价瓶装水争夺市场
- 五、矿物质水和矿泉水将成为我国瓶装水发展方向

第二节 瓶装饮用水营销分析

- 一、瓶装饮用水市场营销特性
- 二、瓶装饮用水销售的主要线路
- 三、瓶装水龙头企业营销策略比较

第三节 中国瓶装水行业存在的问题

- 一、我国瓶装水市场比较混乱
- 二、瓶装水标签有待规范
- 三、瓶装水产业亟需加强监管

第六章 2016-2020年中国瓶（罐）装饮用水制造所属行业数据监测分析

第一节 2016-2020年中国瓶（罐）装饮用水制造所属行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、从业人数增长分析

三、资产规模增长分析

第二节 2020年中国瓶（罐）装饮用水制造所属行业结构分析

一、企业数量结构分析

二、销售收入结构分析

第三节 2016-2020年中国瓶（罐）装饮用水制造所属行业产值分析

一、产成品增长分析

二、工业销售产值分析

三、出口交货值分析

第四节 2016-2020年中国瓶（罐）装饮用水制造所属行业成本费用分析

一、销售成本统计

二、费用统计

第五节 2016-2020年中国瓶（罐）装饮用水制造所属行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第二部分 瓶装水市场深度剖析

第七章 2016-2020年中国瓶装饮用水市场供给分析

第一节 2016-2020年中国瓶装水产量统计及增长情况

第二节 2016-2020年中国华北地区瓶装水产量分析

第三节 2016-2020年中国东北地区瓶装水产量分析

第四节 2016-2020年中国华东地区瓶装水产量分析

第五节 2016-2020年中国华中地区瓶装水产量分析

第六节 2016-2020年中国华南地区瓶装水产量分析

第七节 2016-2020年中国西南地区瓶装水产量分析

第八节 2016-2020年中国西北地区瓶装水产量分析

第八章 2020年中国瓶装矿泉水市场深度剖析

第一节 2020年中国瓶装矿泉水市场现状分析

一、中国瓶装矿泉水水质情况

二、中国瓶装矿泉水市场消费情况

三、中国瓶装矿泉水市场价格走势

第二节 一线品牌瓶装矿泉水市场营销态势

一、娃哈哈

二、乐百氏

三、农夫山泉

四、屈臣氏

第九章 2020年中国瓶装其他种类饮用水

第一节 瓶装纯净水

一、中国纯净水市场的发展概况

二、纯净水市场发展特点分析

三、中国纯净水市场较混乱

四、纯净水市场品牌派生策略分析

第二节 瓶装功能水

一、功能水简介

二、中国功能水行业发展概况

三、中国发布首个功能水行业标准

四、中国功能水行业进入新发展阶段

第三部分 瓶装水所属行业进出口数据监测

第十章 2016-2020年中国未加糖及未加味的矿泉水所属行业进出口数据监测分析

第一节 2016-2020年中国未加糖及未加味的矿泉水所属行业进口数据分析

一、进口数量分析

二、进口金额分析

第二节 2016-2020年中国未加糖及未加味的矿泉水所属行业出口数据分析

一、出口数量分析

二、出口金额分析

第三节 2016-2020年中国未加糖及未加味的矿泉水所属行业进出口平均单价分析

第四节 2016-2020年中国未加糖及未加味的矿泉水所属行业进出口国家及地区分析

一、进口国家及地区分析

二、出口国家及地区分析

第十一章 2016-2020年中国天然水所属行业进出口数据监测分析

第一节 2016-2020年中国天然水所属行业进口数据分析

一、进口数量分析

二、进口金额分析

第二节 2016-2020年中国天然水所属行业出口数据分析

一、出口数量分析

二、出口金额分析

第三节 2016-2020年中国天然水所属行业进出口平均单价分析

第四节 2016-2020年中国天然水所属行业进出口国家及地区分析

一、进口国家及地区分析

二、出口国家及地区分析

第四部分 瓶装水市场竞争力测评

第十二章 2020年中国瓶装水产业市场竞争格局分析

第一节 2020年中国瓶装水市场竞争分析

- 一、瓶装水的竞争激烈
- 二、健康水成竞争焦点
- 三、矿泉水与纯净水的较量

第二节 2020年国内外瓶装水品牌竞争分析

- 一、高端水市场终于打破外资品牌垄断现状
- 二、本土品牌重磅出击引领高档水市成长

第三节 2020年中国瓶装水产业集中度分析

- 一、市场集中度分析
- 二、生产企业的集中分布

第四节 中国瓶装水企业提升竞争力策略分析

第十三章 2020年中国包装水市场消费者调研分析

第一节 中国瓶装饮用水主要消费市场分析

第二节 中国各类瓶装水重度消费者分析

- 一、中国各类瓶装水重度消费者总体情况
- 二、中国矿泉水重度消费者情况
- 三、中国纯净水重度消费者情况
- 四、中国蒸馏水重度消费者情况

第三节 中国瓶装水消费者的生活态度分析

第四节 中国瓶装消费者的体育及休闲活动分析

第十四章 中国瓶装水品牌企业运营财务状况分析

第一节 康师傅控股有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业瓶装水业务情况
- 三、企业运营财务指标分析
- 四、企业发展战略分析

第二节 华润怡宝食品饮料（深圳）有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业瓶装水业务情况
- 三、企业运营财务指标分析
- 四、企业发展战略分析

第三节 广州屈臣氏食品饮料有限公司

- 一、企业基本情况

二、企业瓶装水业务情况

三、企业运营财务指标分析

四、企业发展战略分析

第四节 杭州娃哈哈保健食品有限公司

一、企业基本情况

二、企业瓶装水业务情况

三、企业运营财务指标分析

四、企业发展战略分析

第五节 农夫山泉杭州千岛湖饮用水有限公司

一、企业基本情况

二、企业瓶装水业务情况

三、企业运营财务指标分析

四、企业发展战略分析

第六节 沈阳润田食品饮料有限公司

一、企业基本情况

二、企业瓶装水业务情况

三、企业运营财务指标分析

四、企业发展战略分析

第七节 达能益力

一、企业基本情况

二、企业瓶装水业务情况

三、企业运营财务指标分析

四、企业发展战略分析

第八节 雀巢Nestle

一、企业基本情况

二、企业瓶装水业务情况

三、企业运营财务指标分析

四、企业发展战略分析

第九节 乐百氏robust

一、企业基本情况

二、企业瓶装水业务情况

三、企业运营财务指标分析

四、企业发展战略分析

第十节 景田Ganten

一、企业基本情况

二、企业瓶装水业务情况

三、企业运营财务指标分析

四、企业发展战略分析

第五部分 瓶装水市场消费前景及投资盈利预测

第十五章 2021-2027年中国瓶装水行业发展趋势分析

第一节 中国瓶装水行业存在问题分析

一、瓶装水水质方面存在的质疑

二、瓶装水饮用安全存在的质疑

三、瓶装水大规模开发存在的环保问题

四、中国瓶装水业市场竞争存在的问题

第二节 2021-2027年中国瓶装水行业发展趋势分析

一、中国包装饮用水行业进入新时代

二、健康安全是永远的主题

三、健康营养是发展的趋势

四、行业发展越加趋向品牌集中化

五、大型卖场成为瓶装水销售热地

六、中国高端矿泉水投资已形成行业趋势

第三节 2021-2027年中国瓶装水行业发展预测分析

一、2021-2027年中国瓶装水行业产量预测分析

二、2021-2027年中国瓶装水行业销售收入预测分析

三、2021-2027年中国瓶装水市场盈利预测分析

四、2021-2027年中国瓶装水进出口贸易预测分析

第十六章 2021-2027年中国瓶装水行业投资分析（ZY LZQ）

第一节 2020年中国瓶装水投资概况

一、中国瓶装水投资环境分析

二、中国瓶装水投资特性分析

三、中国瓶装水投资效益分析

第二节 2020年中国瓶装水行业投资周期分析

一、经济周期

二、增长性与波动性

三、成熟度分析

第三节 2021-2027年中国瓶装水产业投资机会分析

一、进军矿泉水市场机会分析

二、透视饮用水市场未来商机

三、终端直饮水产业投资收益剖析

四、与产业链相关的投资机会分析

第四节 2021-2027年中国瓶装水行业投资风险分析

- 一、替代风险
- 二、水质风险
- 三、竞争风险
- 四、渠道风险

第五节 2021-2027年中国瓶装水行业投资分析

- 一、中国瓶装水新进入者经营策略分析
- 二、中国瓶装水行业品牌开发策略
- 三、中国瓶装水行业渠道开发策略
- 四、中国高端瓶装水投资机会分析
- 五、中国西南地区大旱对瓶装水发展的影响

部分图表目录：

图表：2016-2020年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2016-2020年中国月度CPI、PPI指数走势图

图表：2016-2020年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2016-2020年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：2016-2020年中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表：2016-2020年中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2016-2020年我国工业增加值分季度增速

图表：2016-2020年我国全社会固定资产投资额走势图

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202011/907824.html>