

2020-2026年中国瓶装水市场深度分析与投资分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国瓶装水市场深度分析与投资分析报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202007/174728.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

随着我国军民对生活饮用水品质的追求，矿泉水的消费将打开一个新的市场。因为矿泉水是符合人们对纯净、有益健康的饮水追求，各类的瓶装矿泉水也随之进入市场，无论在超市里还是小卖部里，都能看见瓶装水的身影，这已经是个非常普及的商品了。

常见的瓶装水有两种：一是大桶瓶装的水，一般多用于商场、家庭、办公室中，配以一台饮水机。二是小瓶装的水，大多数是500毫升为主，多用于超市等零售点，便于消费者即刻引用。有关这两类瓶装水的发展市场，将会随着国内饮用水市场迎来更高端的时代，由于消费者对健康好水的需求明显增加，瓶装水的市场也在逐渐上升，预计2019年中国瓶装水的市场销量将达到900千吨。知名品牌桶装水价格情况

2016年，中国瓶装水零售量达到420.64亿升；零售额达1378.55亿元。2016年，中国瓶装水市场品牌份额最大的是华润怡宝饮料有限公司的“怡宝”品牌，其零售量市场份额高达9.6%，零售额市场份额达8.6%。其次是农夫山泉股份有限公司的“农夫山泉”品牌，其零售量市场份额高达8.7%，零售额市场份额达7.5%。2012-2017年中国瓶装水零售量走势

中企顾问网发布的《2020-2026年中国瓶装水市场深度分析与投资分析报告》共十二章。首先介绍了中国瓶装水行业市场发展环境、瓶装水整体运行态势等，接着分析了中国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中国瓶装水行业，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：

第一章 2016-2019年世界瓶装水产业运行态势分析

第一节 2016-2019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 2016-2019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 2020-2026年世界瓶装水产业发展趋势分析

第二章 2016-2019年中国饮用水行业概况分析

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 2016-2019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 2016-2019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 2016-2019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

第三章 2016-2019年中国瓶装水产业运行环境分析

第一节 国内宏观经济环境分析

一、gdp历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2019年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2016-2019年中国瓶装水行业政策环境分析

一、国外饮用水水质标准

二、中国《饮用水卫生标准》的回顾和发展

三、两大饮用水新国标相继出台

第三节 2016-2019年中国瓶装水行业社会环境分析

第四章 2016-2019年中国包装饮用水市场运行态势分析

第一节 2016-2019年中国饮用水市场运行综述

一、饮用水市场规模分析

二、中国饮用水市场空间正不断被放大

三、中国高端饮用水市场进入爆发期

第二节 中国各地区饮用水市场动态分析

一、吉林省饮用水市场酝酿重新洗牌

二、浙江省饮用水工程建设成效显著

三、广东饮用水行业保持高速增长

四、乌鲁木齐610万项目改善农村居民饮用水

第三节 2016-2019年中国饮用水市场存在的问题探讨

一、饮用水水质问题

二、农村饮水安全现状和存在的问题

第五章 2013-2019年中国瓶（罐）装饮用水制造所属行业数据监测分析

第一节 2013-2019年中国瓶（罐）装饮用水制造行所属业总体数据分析

一、2019年中国瓶（罐）装饮用水制造行业全部企业数据分析

第二节 2013-2019年中国瓶（罐）装饮用水制造所属行业不同规模企业数据分析

一、2019年中国瓶（罐）装饮用水制造行业不同规模企业数据分析

第三节 2013-2019年中国瓶（罐）装饮用水制造所属行业不同所有制企业数据分析

一、2019年中国瓶（罐）装饮用水制造行业不同所有制企业数据分析

第六章 2013-2019年中国瓶（灌）装饮用水产量数据统计分析

第一节 2016-2019年中国瓶（灌）装饮用水产量数据分析

一、2016-2019年瓶（灌）装饮用水产量数据分析

二、2016-2019年瓶（灌）装饮用水重点省市数据分析

第二节 2019年中国瓶（灌）装饮用水产量数据分析

- 一、2019年全国瓶（灌）装饮用水产量数据分析
- 二、2019年瓶（灌）装饮用水重点省市数据分析
- 第三节 2019年中国瓶（灌）装饮用水产量增长性分析
 - 一、产量增长
 - 二、集中度变化

第七章 2016-2019年中国瓶装水所属产业市场运行走势分析

第一节 2016-2019年中国瓶装水市场动态分析

- 一、高端矿泉水大量“渗入”武汉
- 二、西南旱灾对瓶装饮用水市场的影响分析

第二节 2016-2019年中国瓶装水市场透析

- 一、高端瓶装水成为市场新亮点
- 二、中国名牌瓶装水统治地位不容置疑
- 三、中国瓶装水年销量已居亚洲第二
- 四、瓶装饮用水质量合格率分析
- 五、渠道：最爱喝超市的水

第三节 2016-2019年中国瓶装水所属产业市场销售情况分析2012-2017年中国瓶装水零售额走势

- 一、品牌瓶装水市场销售情况
- 二、一线城市瓶装水销售同比

第四节 中国瓶装水市场价格分析

- 一、中高端瓶装水价格
- 二、外资品牌瓶装水价格分析
- 三、中国瓶装水市场价格影响因素

第八章 2016-2019年中国瓶装水所属产业市场竞争格局分析

第一节 2016-2019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 2016-2019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 2016-2019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 2020-2026年中国瓶装水企业提升竞争力策略分析

第九章 2016-2019年中国瓶装水所属产业优势企业关键性数据分析

第一节 杭州娃哈哈百立食品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 农夫山泉杭州千岛湖饮用水有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 郑州太古可口可乐饮料有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节 乐百氏食品饮料有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节 乐百氏（成都）食品饮料有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节 郑州顶津食品有限公司漯河分公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第七节 康师傅（广州）饮品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第八节 江西蓝宝实业发展有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第九节 沈阳润田食品饮料有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十节 巢湖娃哈哈饮料有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十章 2016-2019年中国矿泉水所属产业运行形势透析

第一节 2016-2019年中国矿泉水资源开发

一、中国矿泉水资源开发利用状况及对策分析

二、透视北京饮用天然矿泉水资源开发利用状况及发展

三、长白山天然矿泉水资源保护及开采战略剖析

四、广州矿泉水开采存在的主要问题

第二节 2016-2019年中国矿泉水产业发展综述

一、矿泉水市场产品发展特点

二、低端产品价格竞争分析

三、一线品牌资本运营分析

第三节 2016-2019年中国部分地区矿泉水行业分析

一、上海矿泉水市场消费需求分析

二、水企巨头争抢深圳高端矿泉水市场

三、黑龙江矿泉水市场透析

四、吉林矿泉水产业快速增长

五、桂林矿泉水市场现状及发展前景

六、拉萨市饮用天然矿泉水行业研究

第四节 2016-2019年中国矿泉水产业面临的挑战

第十一章 2020-2026年中国瓶装水产业前景展望与趋势预测分析

第一节 2020-2026年中国瓶装水产业新趋势分析

一、中国瓶装水产前景预测分析

二、广东惠州瓶装水和桶装水市场前景广阔

三、矿物质水已成为瓶装水的第二大品类

第二节 2020-2026年中国瓶装水产业市场预测分析

一、瓶（灌）装饮用水行业预测分析

二、瓶（灌）装饮用水产量预测分析

三、瓶装水需求预测分析

第三节 2020-2026年中国瓶装水产业盈利预测分析

第十二章 2020-2026年中国瓶装水产业投资前景预测分析

第一节 2016-2019年中国瓶装水产业投资概况

一、中国瓶装水投资环境

二、中国瓶装水投资价值分析

第二节 2020-2026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

第三节 2020-2026年中国瓶装水产业投资风险分析

一、市场竞争风险分析

二、政策性风险分析

三、进入退出风险分析

第四节 投资建议

图表目录：

图表：瓶装水行业生命周期

图表：瓶装水行业产业链结构

图表：2016-2019年全球瓶装水行业市场规模

图表：2016-2019年中国瓶装水行业市场规模

图表：2016-2019年瓶装水行业重要数据指标比较

图表：2016-2019年中国瓶装水市场占全球份额比较

图表：2016-2019年瓶装水行业销售收入

图表：2015-2019年瓶装水行业利润总额

图表：2015-2019年瓶装水行业资产总计

图表：2016-2019年瓶装水行业负债总计

图表：2016-2019年瓶装水行业竞争力分析

图表：2016-2019年瓶装水市场价格走势

图表：2016-2019年瓶装水行业主营业务收入

图表：2016-2019年瓶装水行业主营业务成本

图表：2016-2019年瓶装水行业销售费用分析

图表：2016-2019年瓶装水行业管理费用分析

图表：2016-2019年瓶装水行业财务费用分析

图表：2016-2019年瓶装水行业销售毛利率分析

图表：2016-2019年瓶装水行业销售利润率分析

图表：2016-2019年瓶装水行业成本费用利润率分析

图表：2016-2019年瓶装水行业总资产利润率分析

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202007/174728.html>