

2022-2028年中国饮用水行业 前景展望与投资可行性报告

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

《2022-2028年中国饮用水行业前景展望与投资可行性报告》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/202112/255592.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

饮用水是指可以不经处理、直接供给人体饮用的水。水是体液的主要组成部分，是构成细胞、组织液、血浆等的重要物质。水作为体内一切化学反应的媒介，是各种营养素和物质运输的平台。

2017年10月27日，世界卫生组织国际癌症研究机构公布的致癌物清单初步整理参考，氯化饮用水在3类致癌物清单中。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国饮用水行业前景展望与投资可行性报告》共十二章。首先介绍了饮用水相关概念及发展环境，接着分析了中国饮用水规模及消费需求，然后对中国饮用水市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国饮用水面临的机遇及发展前景。您若想对中国饮用水有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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 饮用水概述

第一节 饮用水的概念及分类

一、饮用水的概念

二、饮用水的分类

第二节 饮用水与健康

一、饮用水有关健康知识

二、饮用水选购方法

三、饮用水安全已成全球性问题

第三节 我国饮用水的种类与特点分析

一、地下水

二、地表水

三、纯净水

第二章 中国饮用水产业运行环境分析

第一节中国宏观经济环境分析

- 一、国民经济运行情况GDP(年度更新)
- 二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）
- 三、全国居民收入情况（年度更新）
- 四、恩格尔系数（年度更新）
- 五、工业发展形势（年度更新）
- 六、固定资产投资情况（年度更新）
- 七、中国汇率调整（人民币升值）
- 八、对外贸易&进出口

第二节中国饮用水行业政策环境分析

- 一、国外饮用水水质标准介绍
- 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2019年中国饮用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

第三章中国饮用水产业运行形势分析

第一节中国饮用水发展现状分析

- 一、饮用天然矿泉水新国标实施
- 二、包装饮用水市场群雄逐鹿
- 三、华南饮用水品牌占据行业半壁江山
- 四、水行业即将引爆第五次革命
- 五、我国饮用水行业面临新考验
- 六、饮用水标签亟待行业规范
- 七、饮用水行业面临重新洗牌和升级
- 八、国产饮用水发力高端市场

第二节中国饮用水存在的主要问题分析

- 一、水体污染今非昔比
- 二、水质性缺水问题日益突出
- 三、农村水污染和水设施落后的问题
- 四、自然水资源存在的问题
- 五、我国人民饮用水现况

第三节中国分质供水存在问题分析

- 一、瓶(桶)装水行业整体质量水平不高
- 二、家用净水器(机)存在的问题
- 三、管道直饮水市场混乱
- 四、售后服务问题

第四章2015-2019年中国瓶（罐）装饮用水制造所属行业数据监测分析

第一节2015-2019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2019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

- 1、不同类型分析
- 2、不同所有制分析

二、销售收入结构分析

- 1、不同类型分析
- 2、不同所有制分析

第三节2015-2019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2015-2019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2015-2019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

第五章中国桶装水市场发展局势分析

第一节中国桶装水市场发展现状分析

- 一、桶装瓶装水业洗牌在即
- 二、桶装水业面临生存危机
- 三、桶装水行业受管道直饮水冲击
- 四、管网供水对桶装水替代性分析
- 五、高端饮水机对桶装水替代性分析
- 六、桶装水市场未来的发展趋势

第二节中国桶装水市场竞争状况分析

- 一、自动售水机挑战桶装水
- 二、直饮机欲争夺桶装水市场
- 三、国外品牌抢滩桶装水市场

第三节中国桶装水市场存在的问题分析

- 一、桶装水市场价格混乱不堪
- 二、桶装水安全新问题
- 三、桶装水饮用时可能会二次污染

第六章中国瓶装水市场发展分析

第一节中国瓶装水市场发展现状分析

- 一、瓶装水市场鱼龙混杂
- 二、高端瓶装水抢占零售渠道
- 三、瓶装水市场竞争激烈
- 四、瓶装水标准
- 五、瓶装水资源稀缺
- 六、全球瓶装水市场销售量将会逐渐的下降

第二节中国瓶装水市场调查分析

- 一、市场萎缩：不争的事实
- 二、市场竞争分析
- 三、健康之路需要水质标准来保护

第三节中国瓶装水高端竞争分析

- 一、抢占市场各出奇招
- 二、高端水成为新亮点
- 三、瓶装饮用水质量

第七章2019年中国矿泉水市场发展分析

第一节矿泉水的特点分析

- 一、天然矿泉水的规定指标
- 二、天然矿泉水的保健作用

第二节中国矿泉水市场发展现状

- 一、饮用矿泉水新国标：多方面加强安全系数
- 二、矿泉水包装今后须注明水源地
- 三、矿泉水资源进入激烈争夺期
- 四、资本大鳄觊觎矿泉水七巨头占一半份额

第三节我国矿泉水资源开发情况

- 一、矿泉水资源状况
- 二、我国矿泉水资源开发利用状况和对策
- 三、矿泉水资源开发利用潜力分析

第四节高端矿泉水市场分析

- 一、国产饮用水发力高端市场矿泉水往高处涌动
- 二、高端矿泉水市场快速扩容
- 三、超市中高端矿泉水的品牌越来越多
- 四、高利润率促众企业纷纷发力
- 五、水源是立身之本
- 六、产品须用文化内涵做支撑

第五节关于高端矿泉水几个热点问题

- 一、关于利润
- 二、关于品质
- 三、关于水源
- 四、关于成本

第六节五大连池矿泉水品牌整合分析

第八章2019年中国其他种类饮用水市场发展分析

第一节纯净水

- 一、国内纯净水市场逐渐壮大
- 二、纯净水超越矿泉水
- 三、国内饮用水和纯净水未来市场分析
- 四、纯净水市场前景广阔

第二节功能水

- 一、功能水的定义
- 二、功能水的分类
- 三、功能水有功效就有市场
- 四、功能水概念不清市场上以次充好
- 五、功能水行业需要规范和发展，出台行业标准势在必行
- 六、功能水行业发展展望

第三节袋装水

- 一、袋装水简介
- 二、袋装水优点(与桶装水相比)
- 三、袋装水打破桶装水市场格局
- 四、袋装水市场定位与营销模式

第四节直饮水

- 一、基本定义
- 二、直饮水概况
- 二、管道直饮水呈现增长但投资巨大
- 四、终端直饮水行业市场趋势分析

第九章2019年中国饮用水消费者分析

第一节饮用水消费者基本特征分析

- 一、消费者构成
- 二、消费者行为分析
- 三、消费者的选择依据

第二节桶装饮用水消费者调查分析

第三节瓶装饮用水消费趋势分析

- 一、夏季瓶装饮用水最受消费者青睐
- 二、功能水：瓶装水市场的新希望

三、广告：瓶装水消费的最佳“导购”；

四、渠道：最爱喝超市的水

第十章2019年中国饮用水市场营销分析

第一节饮用水营销特性分析

一、需求性

二、流动性

三、气候性与地域性

四、活动性

五、区域性

六、导向性

第二节饮用水一般销售模式分析

一、厂家直销

二、网络销售

三、平台式销售

四、农贸批发市场向周边自然辐射的模式

第三节饮用水销售模式的优化

一、网络+平台

二、直销+网络

三、农贸批发市场+平台式

四、网络销售+直销

五、销售终端领先策略

六、饮用水的“五条终端线路”；

七、饮用水的广告创新策略

第十一章中国饮用水行业重点企业关键性数据分析

第一节杭州娃哈哈保健食品有限公司

一、企业概况

二、企业经营情况分析

第二节天津顶津食品有限公司

一、企业概况

二、企业经营情况分析

第三节沈阳润田食品饮料有限公司

一、企业概况

二、企业经营情况分析

第四节怡宝食品饮料（深圳）有限公司

一、企业概况

二、企业经营情况分析

第五节湖南长沙娃哈哈饮料有限公司

一、企业概况

二、企业经营情况分析

第六节农夫山泉股份有限公司

一、企业概况

二、企业经营情况分析

第十二章2022-2028年中国饮用水投资与发展趋势分析（）

第一节饮用水投资特性分析

一、行业壁垒低

二、风险小，建设周期短

三、区域性明显

四、单位产品成本低、价值低，利润率高

五、投资空间巨大

第二节2022-2028年中国饮用水的发展趋势分析

一、天然矿泉水是健康之源

二、健康饮水观念已成主流

三、天然矿泉水将成饮用水市场的主导产品

四、分质供水在我国将成为必然趋势

第三节2022-2028年中国瓶装饮用水产业发展趋势分析

一、瓶装饮用水产业的未来发展趋势研究的一般理论

二、饮用水产业将与生命科学、营养学紧密结合

三、含有高新技术的新兴“水家电”产业开始显现

四、瓶装饮用水产业孕育着第三方物流平台

五、我国瓶装饮用水未来发展形势良好

第四节2022-2028年中国饮用水投资建议分析

- 一、新产品投资方向建议
- 二、中小企业营销策略创新建议
- 三、渠道创新建议

图表目录：

图表1：地下水按矿化度分类表

图表2：2015-2019年国内生产总值及其增长速度

图表3：2015-2019年CPI情况

图表4：2015-2019年PPI情况

图表5：2015-2019年农村居民人均纯收入及其实际增长速度

图表6：2015-2019年城镇居民人均纯收入及其实际增长速度

图表7：2015-2019年城镇和农村居民恩格尔系数

图表8：2015-2019年全部工业增加值及其增长速度

图表9：2015-2019年建筑业增加值及其增长速度

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202112/255592.html>