

# 2023-2029年中国瓶（罐） 装饮用水市场深度分析与投资策略报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2023-2029年中国瓶（罐）装饮用水市场深度分析与投资策略报告》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/202307/374838.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

目前中国是世界瓶装水消费的第三大国，在瓶（罐）装饮用水市场，目前形成了三大集团：娃哈哈、乐百氏、农夫山泉、康师傅为第一集团；合资品牌的天与地、雀巢以及广东三虎益力、景田、怡宝等为第二集团。其他的地方品牌为第三品牌。第一集团已经成为全国性的品牌，在产量和品牌竞争力上具有极大的竞争优势。第二集团开始了市场扩张，使市场竞争存在着极大的变数。

中企顾问网发布的《2023-2029年中国瓶（罐）装饮用水市场深度分析与投资策略报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：

### 第1章：中国瓶（罐）装饮用水行业发展综述

#### 1.1 瓶（罐）装饮用水行业定义及分类

##### 1.1.1 行业概念及定义

##### 1.1.2 行业主要产品大类

#### 1.2 瓶（罐）装饮用水行业统计标准

##### 1.2.1 瓶（罐）装饮用水行业统计部门和统计口径

##### 1.2.2 瓶（罐）装饮用水行业统计方法

##### 1.2.3 瓶（罐）装饮用水行业数据种类

#### 1.3 瓶（罐）装饮用水行业供应链分析

##### 1.3.1 瓶（罐）装饮用水行业上下游产业供应链简介

##### 1.3.2 瓶（罐）装饮用水行业下游产业链分析

###### （1）人口总量及结构特征

###### （2）城镇居民人均收入和消费支出

##### 1.3.3 瓶（罐）装饮用水行业上游产业供应链分析

###### （1）淡水资源

###### （2）饮用水用瓶市场

##### 1) PE（聚乙烯）

##### 2) PVC（聚氯乙烯）：

### (3) 塑料瓶盖

## 第2章：瓶（罐）装饮用水行业发展状况分析

### 2.1 中国瓶（罐）装饮用水行业发展状况分析

#### 2.1.1 中国瓶（罐）装饮用水行业发展总体概况

#### 2.1.2 中国瓶（罐）装饮用水行业发展主要特点

#### 2.1.3 瓶（罐）装饮用水行业发展状况

### 2.2 瓶（罐）装饮用水行业经济指标分析

#### 2.2.1 主要经济效益影响因素分析

#### 2.2.2 瓶（罐）装饮用水行业经济指标分析

### 2.3 瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析

#### 2.3.1 全国瓶（罐）装饮用水行业产成品分析

#### 2.3.2 各地区瓶（罐）装饮用水行业产成品分析

##### (1) 产成品居前的12个地区产成品分析

##### (2) 产成品排名靠后的12个地区产成品分析

#### 2.3.3 全国瓶（罐）装饮用水行业产品销售情况分析

#### 2.3.4 各地区瓶（罐）装饮用水行业产品销售收入状况分析

##### (1) 销售收入居前的12个地区销售收入分析

##### (2) 销售收入排名靠后的12个地区销售收入分析

## 第3章：瓶（罐）装饮用水行业市场环境分析

### 3.1 行业政策环境分析

#### 3.1.1 行业相关政策动向

##### (1) 新劳动法

##### (2) 水桶新标准

##### (3) 水质新标准

##### (4) 政府监管条例

#### 3.1.2 行业相关标准动向

##### (1) 《生活饮用水卫生标准》

##### (2) 瓶装饮用纯净水卫生标准

##### (3) 饮用天然矿泉水水质标准

##### (4) 饮用天然矿泉水开采的具体规定和要求

- 3.1.3 行业发展规划
- 3.2 行业经济环境分析
  - 3.2.1 国家宏观经济环境分析
  - 3.2.2 行业宏观经济环境分析
- 3.3 行业需求环境分析
  - 3.3.1 行业需求特征分析
  - 3.3.2 行业需求趋势分析
- 3.4 行业贸易环境分析
  - 3.4.1 行业贸易环境发展现状
  - 3.4.2 行业贸易环境发展趋势
- 3.5 行业社会环境分析
  - 3.5.1 行业发展与社会经济的协调
  - 3.5.2 行业发展面临的环境保护问题
  - 3.5.3 行业发展的地区不平衡问题
  - 3.5.4 新劳动法对行业的影响分析

#### 第4章：瓶（罐）装饮用水行业市场竞争状况分析

- 4.1 行业总体市场竞争状况分析
- 4.2 行业国际市场竞争状况分析
  - 4.2.1 国际瓶（罐）装饮用水市场发展状况
  - 4.2.2 国际瓶（罐）装饮用水市场竞争状况分析
  - 4.2.3 国际瓶（罐）装饮用水市场发展趋势分析
  - 4.2.4 跨国公司在中国市场的投资布局
    - (1) 法国达能公司
    - (2) 雀巢公司
    - (3) 可口可乐公司
  - 4.2.5 跨国公司在中国的竞争策略分析
- 4.3 国内市场竞争状况分析
  - 4.3.1 国内瓶（罐）装饮用水行业行业竞争现状分析
  - 4.3.2 国内瓶（罐）装饮用水行业市场规模分析
  - 4.3.3 国内瓶（罐）装饮用水行业竞争格局分析
  - 4.3.4 国内瓶（罐）装饮用水行业潜在威胁分析

## 4.4 行业投资兼并与重组整合分析

### 4.4.1 瓶（罐）装饮用水行业投资兼并与重组整合概况

### 4.4.2 外资瓶（罐）装饮用水企业投资兼并与重组整合

### 4.4.3 国内瓶（罐）装饮用水企业投资兼并与重组整合

### 4.4.4 瓶（罐）装饮用水行业投资兼并与重组整合动向

## 第5章：瓶（罐）装饮用水行业主要产品分析

### 5.1 行业主要产品结构特征

#### 5.1.1 行业产品结构特征分析

#### 5.1.2 行业产品市场发展状况

### 5.2 行业主要产品市场分析

#### 5.2.1 纯净水市场分析

#### 5.2.2 天然矿泉水市场分析

#### 5.2.3 矿物质水市场分析

#### 5.2.4 山泉水市场分析

#### 5.2.5 蒸馏水市场分析

#### 5.2.6 其他类型水市场分析

### 5.3 一级替代品（饮料业）发展状况分析

#### 5.3.1 碳酸饮料市场分析

#### 5.3.2 果汁及果汁饮料市场分析

#### 5.3.3 茶饮料市场分析

#### 5.3.4 功能性饮料市场分析

#### 5.3.5 含乳饮料及植物蛋白饮料市场

### 5.4 二级替代品（设备业）发展状况分析

#### 5.4.1 管道直饮水系统

#### 5.4.2 家用净水器

#### 5.4.3 家用过滤器

## 第6章：瓶（罐）装饮用水消费行为及市场营销策略分析

### 6.1 瓶（罐）装饮用水消费者行为分析

#### 6.1.1 瓶（罐）装饮用水市场消费品牌分析

#### 6.1.2 影响消费者瓶装水消费的因素

- 6.1.3 瓶（罐）装饮用水购买包装爱好
- 6.1.4 瓶（罐）装饮用水购买场所分析
- 6.1.5 不同品牌瓶装水了解渠道分析
- 6.2 瓶（罐）装饮用水行业分地区品牌市场分析
  - 6.2.1 瓶（罐）装饮用水行业分地区基本市场状况
    - （1）瓶（罐）装饮用水分地区总体市场与需求状况
    - （2）不同类型瓶（罐）装饮用水分地区市场与需求状况
  - 6.2.2 瓶（罐）装饮用水行业主要产品品牌分地区基本市场状况
    - （1）分地区品牌渗透率
    - （2）分地区品牌最经常饮用比例
      - 1) 华北地区瓶（罐）装饮用水品牌饮用比例前十名
      - 2) 东北地区瓶（罐）装饮用水品牌饮用比例前十名
      - 3) 华东地区瓶（罐）装饮用水品牌饮用比例前十名
      - 4) 华中地区瓶（罐）装饮用水品牌饮用比例前十名
      - 5) 华南地区瓶（罐）装饮用水品牌饮用比例前十名
      - 6) 西南地区瓶（罐）装饮用水品牌饮用比例前十名
      - 7) 西北地区瓶（罐）装饮用水品牌饮用比例前十名
  - 6.2.3 各类瓶（罐）装饮用水重度消费者的人口构成及其分布比例
    - （1）矿泉水重度消费者的人口构成及其分布比例
    - （2）纯净水重度消费者的人口构成及其分布比例
    - （3）蒸馏水重度消费者的人口构成及其分布比例
  - 6.2.4 瓶（罐）装饮用水主要产品品牌分人口组别基本市场指标分析
    - （1）品牌渗透率与消费者人口构成（前十品牌）
      - 1) 前十品牌渗透率的消费者人口构成
      - 2) 前十品牌在特定人群中的品牌渗透率
    - （2）品牌饮用比例与消费者人口构成（前十品牌）
      - 1) 前十品牌饮用比例的消费者人口构成
      - 2) 前十品牌在特定人群中的品牌饮用比例
  - 6.2.5 瓶（罐）装饮用水消费者的生活态度
    - （1）30城市总体与瓶（罐）装饮用水消费者的品牌观比较
    - （2）30城市总体与瓶（罐）装饮用水消费者的广告观比较
    - （3）30城市总体与瓶（罐）装饮用水消费者的购物投资观比较

- (4) 30城市总体与瓶(罐)装饮用水消费者的饮食生活观比较
- (5) 30城市总体与瓶(罐)装饮用水消费者的个性时尚观比较
- (6) 30城市总体与瓶(罐)装饮用水消费者的工作成就观比较
- (7) 30城市总体与瓶(罐)装饮用水消费者的科技环保观比较

#### 6.2.6 瓶罐装饮用水消费者的体育运动和休闲活动

- (1) 参加体育运动比例
- (2) 日常休闲活动比例

#### 6.3 瓶(罐)装饮用水行业市场营销策略分析

- 6.3.1 瓶(罐)装饮用水市场营销特性分析
- 6.3.2 瓶(罐)装饮用水产品营销渠道分析
- 6.3.3 娃哈哈、农夫山泉和康师傅的营销策略比较

### 第7章：瓶(罐)装饮用水行业进出口市场分析

#### 7.1 瓶(罐)装饮用水行业进出口状况综述

#### 7.2 瓶(罐)装饮用水行业出口分析

- 7.2.1 行业出口市场总体状况分析
- 7.2.2 行业出口产品结构特征分析
- 7.2.3 出口运输方式特征与出口量
- 7.2.4 国内行业出口主要地区分布
- 7.2.5 主要出口贸易方式及特征
- 7.2.6 行业出口国别特征分析

#### 7.3 瓶(罐)装饮用水行业进口分析

- 7.3.1 行业进口产品市场总体状况分析
- 7.3.2 行业进口产品结构特征分析
- 7.3.3 进口运输方式特征与进口量
- 7.3.4 主要进口贸易方式及特征
- 7.3.5 产品进口国别分布情况
- 7.3.6 进口产品主要国内地区分布

#### 7.4 瓶(罐)装饮用水行业进出口前景及建议

- 7.4.1 行业出口前景预测
- 7.4.2 行业进口前景预测

## 第8章：瓶（罐）装饮用水行业重点区域市场分析

### 8.1 行业总体区域结构特征分析

#### 8.1.1 行业区域结构总体特征

#### 8.1.2 行业区域集中度分析

### 8.2 行业重点区域产销情况分析

#### 8.2.1 华北地区瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析

##### （1）北京市瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析

##### （2）天津市瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析

##### （3）河北省瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析

##### （4）内蒙古瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析

#### 8.2.2 华东地区瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析

##### （1）上海市瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析

##### （2）江苏省瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析

##### （3）浙江省瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析

##### （4）山东省瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析

##### （5）福建省瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析

##### （6）江西省瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析

##### （7）安徽省瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析

#### 8.2.3 华南地区瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析

##### （1）广东省瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析

##### （2）广西区瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析

##### （3）海南省瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析

#### 8.2.4 华中地区瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析

##### （1）湖北省瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析

##### （2）湖南省瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析

##### （3）河南省瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析

#### 8.2.5 西南地区瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析

##### （1）重庆市瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析

##### （2）四川省瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析

##### （3）贵州省瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析

##### （4）云南省瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析

##### （5）西藏区瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析

## 8.2.6 西北地区瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析

（1）陕西省瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析

（2）甘肃省瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析

（3）青海省瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析

## 8.2.7 东北地区瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析

（1）吉林省瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析

（2）辽宁省瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析

（3）黑龙江省瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析

## 第9章：瓶（罐）装饮用水行业主要企业生产经营分析

### 9.1 瓶（罐）装饮用水企业发展总体状况分析

9.1.1 瓶（罐）装饮用水行业企业规模

9.1.2 瓶（罐）装饮用水行业工业产值状况

9.1.3 瓶（罐）装饮用水行业销售收入和利润

9.1.4 主要瓶（罐）装饮用水企业创新能力分析

9.1.5 主要瓶（罐）装饮用水企业出口能力分析

### 9.2 瓶（罐）装饮用水行业重点企业个案分析

#### 9.3 瓶（罐）装饮用水重点企业个案分析

##### 9.3.1 天津顶津食品有限公司经营情况分析

（1）企业发展简况分析

（2）企业经营情况分析

（3）企业销售渠道与网络

（4）企业经营状况SWOT分析

（5）企业投资兼并与重组分析

（6）企业最新发展动向分析

##### 9.3.2 杭州娃哈哈百立食品有限公司经营情况分析

（1）企业发展简况分析

（2）企业经营情况分析

（3）企业销售渠道与网络

（4）企业经营状况SWOT分析

（5）企业投资兼并与重组分析

（6）企业最新发展动向分析

### 9.3.3 怡宝食品饮料（深圳）有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营状况SWOT分析
- (5) 企业投资兼并与重组分析
- (6) 企业最新发展动向分析

### 9.3.4 郑州顶津食品有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营状况SWOT分析
- (5) 企业投资兼并与重组分析
- (6) 企业最新发展动向分析

### 9.3.5 桂林娃哈哈食品有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营状况SWOT分析
- (5) 企业投资兼并与重组分析
- (6) 企业最新发展动向分析

### 9.3.6 广州屈臣氏食品饮料有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营状况SWOT分析
- (5) 企业投资兼并与重组分析
- (6) 企业最新发展动向分析

### 9.3.7 西安顶津食品有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营状况SWOT分析

(5) 企业投资兼并与重组分析

(6) 企业最新发展动向分析

#### 9.3.8 青岛崂山矿泉水有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营状况SWOT分析

(5) 企业投资兼并与重组分析

(6) 企业最新发展动向分析

#### 9.3.9 河北承德露露股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营状况SWOT分析

(5) 企业投资兼并与重组分析

(6) 企业最新发展动向分析

#### 9.3.10 农夫山泉湖北丹江口有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营状况SWOT分析

(5) 企业投资兼并与重组分析

(6) 企业最新发展动向分析

### 第10章：瓶（罐）装饮用水行业发展趋势分析与预测

#### 10.1 中国瓶（罐）装饮用水市场发展趋势

##### 10.1.1 中国瓶（罐）装饮用水产业发展趋势分析

##### 10.1.2 中国瓶（罐）装饮用水市场发展前景预测

#### 10.2 瓶（罐）装饮用水投资特性分析

##### 10.2.1 瓶（罐）装饮用水进入壁垒分析

##### 10.2.2 瓶（罐）装饮用水盈利模式分析

### 10.2.3 瓶（罐）装饮用水盈利因素分析

## 10.3 中国瓶（罐）装饮用水投资建议

### 10.3.1 瓶（罐）装饮用水投资风险分析

### 10.3.2 瓶（罐）装饮用水投资建议

## 图表目录

图表1：2016-2021年中国人口变化情况（单位：万人）

图表2：中国城镇人口与乡村人口所占比例（单位：%）

图表3：2022-2027年预计老年人数量和占总人口比重情况（单位：万人，%）

图表4：2016-2021年国内主要聚乙烯生产商产能（单位：万吨）

图表5：瓶（罐）装饮用水行业分地区销售收入排名（单位：亿元，%）

图表6：不同经济类型在销售收入中所占比例（单位：%）

图表7：不同经济类型在利润中所占比例（单位：%）

图表8：瓶（罐）装饮用水行业分地区利润排名（单位：亿元，%）

图表9：2016-2021年瓶（罐）装饮用水行业销售成本增长幅度（单位：%）

图表10：2016-2021年瓶（罐）装饮用水行业重要数据指标比较分析（单位：个，万元，%）

图表11：2016-2021年行业重要财务数据比较分析（%，倍，次）

图表12：2016-2021年行业内各资产变化情况趋势图（单位：万元）

图表13：2016-2021年行业内资产与负债变化情况趋势图（单位：万元）

图表14：2016-2021年瓶（罐）装饮用水行业制造企业主要经济指标一览表（单位：万元，个，%）

图表15：2016-2021年全国瓶（罐）装饮用水行业产成品一览表（单位：万元，%）

图表16：2016-2021年全国瓶（罐）装饮用水行业产成品变化趋势图（单位：万元，%）

图表17：2016-2021年产成品居前的12个地区产成品一览表（单位：万元，%）

图表18：2016-2021年产成品居前的12个地区产成品比重图（单位：%）

图表19：2016-2021年产成品排名靠后的12个地区产成品一览表（单位：万元，%）

图表20：2016-2021年产成品靠后的12个地区比重图（单位：%）

图表21：2016-2021年全国瓶（罐）装饮用水行业销售收入一览表（单位：万元，%）

图表22：2016-2021年全国瓶（罐）装饮用水行业销售收入变化趋势图（单位：万元，%）

图表23：2016-2021年销售收入居前的12个地区销售收入一览表（单位：万元，%）

图表24：2016-2021年销售收入居前的12个地区销售收入比重图（单位：%）

图表25：2016-2021年销售收入排名靠后的12个地区销售收入一览表（单位：万元，%）

图表26：2016-2021年产量靠后的12个地区销售收入比重图（单位：%）

图表27：消费者最关注的饮料类型排行（单位：%）

图表28：中国瓶（罐）装饮用水行业市场规模分析（单位：%）

图表29：2016-2021年矿泉水业总产值变动趋势（单位：亿元，%）

图表30：碳酸饮料市场品牌排行（单位：%）

图表31：茶饮料市场品牌关注度排行（单位：%）

图表32：2016-2021年主要城市消费者功能饮料饮用频率（单位：%）

图表33：乳饮料行业市场品牌排行（单位：%）

图表34：乳饮料消费者年龄分布（单位：%）

图表35：最常购买的瓶装水（单位：%）

图表36：消费者最关注的水饮料品牌排行（单位：%）

图表37：不同品牌饮用水的消费者收入分布（单位：%）

图表38：各个品牌的使用经验（单位：%）

图表39：各种影响因素的重要程度（单位：%）

图表40：各种购买因素的重要性程度（单位：%）

图表41：最常购买哪种规格包装的瓶装矿泉水（单位：%）

图表42：消费者购买瓶装水的场所（单位：%）

图表43：瓶（罐）装饮用水分地区总体市场与需求状况（单位：%）

图表44：矿泉水分地区市场与需求状况（单位：%）

图表45：纯净水分地区市场与需求状况（单位：%）

图表46：蒸馏水分地区市场与需求状况（单位：%）

图表47：华北地区瓶（罐）装饮用水品牌渗透率前十名（北京、天津、太原）（单位：%）

图表48：东北地区瓶（罐）装饮用水品牌渗透率前十名（哈尔滨、长春、沈阳、大连）（单位：%）

图表49：华东地区瓶（罐）装饮用水品牌渗透率前十名（济南、青岛、南京、苏州、上海、杭州、宁波、福州、厦门、合肥、南昌）（单位：%）

图表50：华中地区瓶（罐）装饮用水品牌渗透率前十名（郑州、长沙、武汉）（单位：%）

图表51：华南地区瓶（罐）装饮用水品牌渗透率前十名（广州、深圳、佛山、南宁、海口）（单位：%）

图表52：西南地区瓶（罐）装饮用水品牌渗透率前十名（成都、重庆、昆明）（单位：%）

图表53：西北地区瓶（罐）装饮用水品牌渗透率前十名（西安）（单位：%）

图表54：华北地区瓶（罐）装饮用水品牌饮用比例前十名（北京、天津、太原）（单位：%）

)

图表55：东北地区瓶（罐）装饮用水品牌饮用比例前十名（哈尔滨、长春、沈阳、大连）（单位：%）

图表56：华东地区瓶（罐）装饮用水品牌饮用比例前十名（济南、青岛、南京、苏州、上海、杭州、宁波、福州、厦门、合肥、南昌）（单位：%）

图表57：华中地区瓶（罐）装饮用水品牌饮用比例前十名（郑州、长沙、武汉）（单位：%）

图表58：华南地区瓶（罐）装饮用水品牌饮用比例前十名（广州、深圳、佛山、南宁、海口）（单位：%）

图表59：西南地区瓶（罐）装饮用水品牌饮用比例前十名（成都、重庆、昆明）（单位：%）

图表60：西北地区瓶（罐）装饮用水品牌饮用比例前十名（西安）（单位：%）

图表61：矿泉水重度消费者的人口构成及其分布比例（单位：%）

图表62：纯净水重度消费者的人口构成及其分布比例（单位：%）

图表63：蒸馏水重度消费者的人口构成及其分布比例（单位：%）

图表64：前十品牌渗透率的消费者人口构成（单位：%）

图表65：前十品牌在特定人群中的品牌渗透率（按收入）（单位：%）

图表66：前十品牌在特定人群中的品牌渗透率（按职业）（单位：%）

图表67：前十品牌饮用比例的消费者人口构成（单位：%）

图表68：前十品牌在特定人群中的品牌饮用比例（按收入）（单位：%）

图表69：前十品牌在特定人群中的品牌饮用比例（按职业）（单位：%）

图表70：30城市总体与瓶（罐）装饮用水消费者的品牌观比较（单位：%）

图表71：30城市总体与瓶（罐）装饮用水消费者的广告观比较（单位：%）

图表72：30城市总体与瓶（罐）装饮用水消费者的购物投资观比较（单位：%）

图表73：30城市总体与瓶（罐）装饮用水消费者的饮食生活观比较（单位：%）

图表74：30城市总体与瓶（罐）装饮用水消费者的个性时尚观比较（单位：%）

图表75：30城市总体与瓶（罐）装饮用水消费者的工作成就观比较（单位：%）

图表76：30城市总体与瓶（罐）装饮用水消费者的科技环保观比较（单位：%）

图表77：30城市总体与瓶（罐）装饮用水消费者的参加体育活动比例之比较（单位：%）

图表78：30城市总体与瓶（罐）装饮用水消费者的日常休闲活动比例之比较（单位：%）

图表79：年中国瓶（罐）装饮用水行业进出口状况（单位：万美元）

图表80：2016-2021年中国瓶（罐）装饮用水行业进出口状况（单位：万美元）

图表81：2016-2021年中国瓶（罐）装饮用水行业主要出口产品结构表（单位：千升，万美元）

图表82：2016-2021年中国瓶（罐）装饮用水行业出口产品结构分析（单位：%）

图表83：2016-2021年中国瓶（罐）装饮用水行业产品出口运输方式特征表（单位：万美元，千升）

图表84：2016-2021年中国瓶（罐）装饮用水行业产品出口运输方式特征图（单位：%）

图表85：2016-2021年中国瓶（罐）装饮用水行业产品出口地区特征（单位：万美元，千升）

图表86：2016-2021年中国瓶（罐）装饮用水行业产品出口地区分布（单位：%）

图表87：2016-2021年中国瓶（罐）装饮用水行业产品出口地区特征（单位：万美元，千升，%）

图表88：2016-2021年中国瓶（罐）装饮用水行业产品出口贸易方式特征表（单位：万美元，千升）

图表89：2016-2021年中国瓶（罐）装饮用水行业产品出口贸易方式特征图（单位：%）

图表90：2016-2021年中国瓶（罐）装饮用水行业产品出口国别特征（单位：万美元，%）

图表91：2016-2021年中国瓶（罐）装饮用水行业产品出口国别分布特征（单位：%）

图表92：2016-2021年中国瓶（罐）装饮用水行业产品出口国别特征（单位：万美元，千升，%）

图表93：2016-2021年中国瓶（罐）装饮用水行业进口产品结构表（单位：万美元，千升）

图表94：2016-2021年中国瓶（罐）装饮用水行业进口产品结构分析（单位：%）

图表95：2016-2021年中国瓶（罐）装饮用水行业产品进口运输方式特征（单位：万美元、千升）

图表96：2016-2021年中国瓶（罐）装饮用水行业产品进口运输方式特征图（单位：%）

图表97：2016-2021年中国瓶（罐）装饮用水行业产品进口贸易方式特征表（单位：万美元，千升）

图表98：2016-2021年中国瓶（罐）装饮用水行业产品进口贸易方式特征图（单位：%）

图表99：2016-2021年中国瓶（罐）装饮用水行业产品进口国别特征表（单位：万美元，千升）

图表100：2016-2021年中国瓶（罐）装饮用水行业产品进口国别分布特征（单位：%）

图表101：2016-2021年中国瓶（罐）装饮用水行业产品进口国别特征表（单位：万美元，千升，%）

图表102：2016-2021年中国瓶（罐）装饮用水行业产品进口地区特征表（单位：万美元，千升）

图表103：2016-2021年中国瓶（罐）装饮用水行业产品进口地区分布特征（单位：%）

图表104：2016-2021年中国瓶（罐）装饮用水行业产品进口地区特征表（单位：万美元，千升）

图表105：2016-2021年中国瓶（罐）装饮用水行业企业区域市场情况（单位：亿元，个，人）

图表106：2016-2021年中国瓶（罐）装饮用水行业企业数量各区域占全国的比重（单位：%）

图表107：2016-2021年中国瓶（罐）装饮用水行业各区域全部从业人数情况（单位：%）

图表108：2016-2021年中国瓶（罐）装饮用水行业各区域资产总计情况（单位：%）

图表109：2016-2021年北京市瓶（罐）装饮用水行业产销情况统计表（单位：万元、%）

图表110：2016-2021年北京市瓶（罐）装饮用水行业产销情况变化趋势图（单位：万元、%）

图表111：2016-2021年天津市瓶（罐）装饮用水行业产销情况统计表（单位：万元、%）

图表112：2016-2021年天津市瓶（罐）装饮用水行业产销情况变化趋势图（单位：万元、%）

图表113：2016-2021年河北省瓶（罐）装饮用水行业产销情况统计表（单位：万元、%）

图表114：2016-2021年河北省瓶（罐）装饮用水行业产销情况变化趋势图（单位：万元、%）

图表115：2016-2021年内蒙古瓶（罐）装饮用水行业产销情况统计表（单位：万元、%）

图表116：2016-2021年内蒙古瓶（罐）装饮用水行业产销情况变化趋势图（单位：万元、%）

图表117：2016-2021年上海市瓶（罐）装饮用水行业产销情况统计表（单位：万元、%）

图表118：2016-2021年上海市瓶（罐）装饮用水行业产销情况变化趋势图（单位：万元、%）

图表119：2016-2021年江苏省瓶（罐）装饮用水行业产销情况统计表（单位：万元、%）

图表120：2016-2021年江苏省瓶（罐）装饮用水行业产销情况变化趋势图（单位：万元、%）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202307/374838.html>