|  |
| --- |
| [2024-2030年中国饮用水行业发展现状调研与发展趋势分析报告](https://www.20087.com/M_QingGongRiHua/31/YinYongShuiHangYeQianJingFenXi.html) |



#### [中国市场调研网](https://www.20087.com/)

[www.20087.com](https://www.20087.com/)

一、基本信息

|  |  |
| --- | --- |
| 名称： | [2024-2030年中国饮用水行业发展现状调研与发展趋势分析报告](https://www.20087.com/M_QingGongRiHua/31/YinYongShuiHangYeQianJingFenXi.html) |
| 报告编号： | 1592331　　←电话咨询时，请说明该编号。 |
| 市场价： | 电子版：8800 元　　纸介＋电子版：9000 元 |
| 优惠价： | 电子版：7800 元　　纸介＋电子版：8100 元　　可提供增值税专用发票 |
| 咨询电话： | 400 612 8668、010-66181099、010-66182099、010-66183099 |
| Email： | Kf@20087.com |
| 在线阅读： | [<https://www.20087.com/M_QingGongRiHua/31/YinYongShuiHangYeQianJingFenXi.html>](https://www.20087.com/2/95/ZhiNengXiWanJiShiChangQianJingYuCe.html) |
| 温馨提示： | 订购英文、日文等版本报告，请拨打订购咨询电话或发邮件咨询。 |

二、内容简介

　　饮用水安全直接关系到公众健康和社会稳定，随着工业化、城市化的推进，水源地污染、水资源短缺等问题日益突出，对饮用水的质量提出了更高要求。近年来，我国饮用水安全保障体系不断完善，水质监测和净化技术不断进步，但部分地区仍存在饮水安全问题，尤其是在农村和偏远地区。同时，随着消费者健康意识的提升，对高品质饮用水的需求日益增长，瓶装水、直饮水、净水器等市场迅速扩大。  
　　未来，饮用水行业将朝着安全、健康、便捷的方向发展。一方面，通过加强水源保护、提升水质检测标准、优化水处理工艺等措施，保障饮用水的安全可靠。另一方面，随着科技的进步，智能化、个性化的饮用水解决方案将更加普及，如智能净水器、定制化饮用水服务等，满足不同人群的健康需求。此外，随着消费者对环保理念的重视，可循环使用的包装材料和节水型饮用水设备将受到市场欢迎，推动整个行业向绿色、可持续方向转型。  
　　《[2024-2030年中国饮用水行业发展现状调研与发展趋势分析报告](https://www.20087.com/M_QingGongRiHua/31/YinYongShuiHangYeQianJingFenXi.html)》在多年饮用水行业研究结论的基础上，结合中国饮用水行业市场的发展现状，通过资深研究团队对饮用水市场各类资讯进行整理分析，并依托国家权威数据资源和长期市场监测的数据库，对饮用水行业进行了全面、细致的调查研究。  
　　市场调研网发布的[2024-2030年中国饮用水行业发展现状调研与发展趋势分析报告](https://www.20087.com/M_QingGongRiHua/31/YinYongShuiHangYeQianJingFenXi.html)可以帮助投资者准确把握饮用水行业的市场现状，为投资者进行投资作出饮用水行业前景预判，挖掘饮用水行业投资价值，同时提出饮用水行业投资策略、营销策略等方面的建议。  
  
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 2023-2024年中国饮用水产业运行环境分析  
　　第一节 2023-2024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、中国汇率调整（人民币升值）  
　　　　八、对外贸易&进出口  
　　第二节 2023-2024年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 2023-2024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 2023-2024年中国饮用水产业运行形势分析  
　　第一节 2023-2024年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 2023-2024年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 2023-2024年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 2019-2024年中国瓶（罐）装饮用水制造行业数据监测分析  
　　第一节 2019-2024年中国瓶（罐）装饮用水制造行业规模分析  
　　　　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 2024年中国瓶（罐）装饮用水制造行业结构分析  
　　　　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 2019-2024年中国瓶（罐）装饮用水制造行业产值分析  
　　　　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 2019-2024年中国瓶（罐）装饮用水制造行业成本费用分析  
　　　　一、销售成本统计  
　　　　二、费用统计  
　　第五节 2019-2024年中国瓶（罐）装饮用水制造行业盈利能力分析  
　　　　一、主要盈利指标分析  
　　　　二、主要盈利能力指标分析  
  
第五章 2023-2024年中国桶装水市场发展局势分析  
　　第一节 2023-2024年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 2023-2024年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 2023-2024年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 2023-2024年中国瓶装水市场发展分析  
　　第一节 2023-2024年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 2023-2024年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 2023-2024年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 2023-2024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 2023-2024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 2023-2024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 2023-2024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 2023-2024年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 天津顶津食品有限公司  
　　　　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  
　　第三节 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  
　　第四节 怡宝食品饮料（深圳）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 湖南长沙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  
　　第六节 农夫山泉股份有限公司  
　　　　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  
　　第七节 广州屈臣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  
　　第八节 郑州顶津食品有限公司  
　　　　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  
  
第十二章 2024-2030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 2024-2030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 2024-2030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 (中智^林)2024-2030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 2：2019-2024年国内生产总值及其增长速度  
　　图表 3：2019-2024年CPI情况  
　　图表 4：2019-2024年PPI情况  
　　图表 5：2019-2024年农村居民人均纯收入及其实际增长速度  
　　图表 6：2019-2024年城镇居民人均纯收入及其实际增长速度  
　　图表 7：2019-2024年城镇和农村居民恩格尔系数  
　　图表 8：2019-2024年全部工业增加值及其增长速度  
　　图表 9：2019-2024年建筑业增加值及其增长速度  
　　图表 10：2019-2024年全社会固定资产投资及其增长速度  
　　图表 11：2024年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度  
　　图表 12：2024年固定资产投资新增主要生产能力  
　　图表 13：2019-2024年人民币汇率变化情况  
　　图表 14：2024年货物进出口总额及其增长速度  
　　图表 15：2024年主要商品出口数量、金额及其增长速度  
　　图表 16：2024年主要商品进口数量、金额及其增长速度  
　　图表 17：2024年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度  
　　图表 18：2019-2024年货物进出口总额  
　　图表 19：几个饮用水水质标准项目的比较  
　　图表 20：生活饮用水卫生标准的发展历程  
　　图表 21：新旧标准的对比  
　　图表 22：2023年末人口数及其构成  
　　图表 23：饮用超标饮用水的人口比例表  
　　图表 24：饮用超标饮用水的人口比例表  
　　图表 25：全国各种供水方式饮用人口比例  
　　图表 26：全国各种饮用水水质超标情况  
　　图表 27：全国35个大城市供水部分卫生指标合格率  
　　图表 28：2019-2024年我国瓶（罐）装饮用水制造行业企业数量增长分析  
　　图表 29：2019-2024年我国瓶（罐）装饮用水制造行业从业人数增长分析  
　　图表 30：2019-2024年我国瓶（罐）装饮用水制造行业资产规模增长分析  
　　图表 31：2024年中国瓶（罐）装饮用水制造行业不同类型企业数量结构分析  
　　图表 32：2024年中国瓶（罐）装饮用水制造行业不同所有制企业数量结构分析  
　　图表 33：2024年中国瓶（罐）装饮用水制造行业不同类型企业销售收入结构分析  
　　图表 34：2024年中国瓶（罐）装饮用水制造行业不同所有制企业销售收入结构分析  
　　图表 35：2019-2024年中国瓶（罐）装饮用水制造行业产成品增长分析  
　　图表 36：2019-2024年中国瓶（罐）装饮用水制造行业工业销售产值分析  
　　图表 37：2019-2024年中国瓶（罐）装饮用水制造行业出口交货值分析  
　　图表 38：2019-2024年中国瓶（罐）装饮用水制造行业销售成本分析  
　　图表 39：2019-2024年中国瓶（罐）装饮用水制造行业费用分析  
　　图表 40：2019-2024年中国瓶（罐）装饮用水制造行业主要盈利指标分析  
　　图表 41：2019-2024年中国瓶（罐）装饮用水制造行业主要盈利能力指标分析  
　　图表 42：桶的差异比较  
　　图表 43：桶生产工艺比较  
　　图表 44：感官指标  
　　图表 45：理化指标  
　　图表 46：微生物指标  
　　图表 47：天然矿泉水的国家标准  
　　图表 48：饮用水消费者结构图  
　　图表 49：消费者家中没有购买桶装矿泉水/纯净水的原因  
　　图表 50：消费者对桶装水具有哪种保健功能非常感兴趣  
　　图表 51：如家中购买桶装矿泉水/纯净水每月所愿承担的费用  
　　图表 52：消费者在购买桶装水时对哪些因素比较看重  
　　图表 53：平均气温26℃以上，您会选择哪种饮料？  
　　图表 54：消费者对不同饮用水品种偏好度  
　　图表 55：影响消费者购买瓶装水的因素图  
　　图表 56：瓶装水消费者购买渠道情况图  
　　图表 57：厂家直销结构  
　　图表 58：网络销售结构  
　　图表 59：平台式销售结构  
　　图表 60：杭州娃哈哈保健食品有限公司主要经济指标分析  
　　图表 61：杭州娃哈哈保健食品有限公司盈利能力分析  
　　图表 62：杭州娃哈哈保健食品有限公司偿债能力分析  
　　图表 63：杭州娃哈哈保健食品有限公司运营能力分析  
　　图表 64：杭州娃哈哈保健食品有限公司成长能力分析  
　　图表 65：天津顶津食品有限公司主要经济指标分析  
　　图表 66：天津顶津食品有限公司盈利能力分析  
　　图表 67：天津顶津食品有限公司偿债能力分析  
　　图表 68：天津顶津食品有限公司运营能力分析  
　　图表 69：天津顶津食品有限公司成长能力分析  
　　图表 70：沈阳润田食品饮料有限公司主要经济指标分析  
　　图表 71：沈阳润田食品饮料有限公司盈利能力分析  
　　图表 72：沈阳润田食品饮料有限公司偿债能力分析  
　　图表 73：沈阳润田食品饮料有限公司运营能力分析  
　　图表 74：沈阳润田食品饮料有限公司成长能力分析  
　　图表 75：怡宝食品饮料（深圳）有限公司主要经济指标分析  
　　图表 76：怡宝食品饮料（深圳）有限公司盈利能力分析  
　　图表 77：怡宝食品饮料（深圳）有限公司偿债能力分析  
　　图表 78：怡宝食品饮料（深圳）有限公司运营能力分析  
　　图表 79：怡宝食品饮料（深圳）有限公司成长能力分析  
　　图表 80：湖南长沙娃哈哈饮料有限公司主要经济指标分析  
　　图表 81：湖南长沙娃哈哈饮料有限公司盈利能力分析  
　　图表 82：湖南长沙娃哈哈饮料有限公司偿债能力分析  
　　图表 83：湖南长沙娃哈哈饮料有限公司运营能力分析  
　　图表 84：湖南长沙娃哈哈饮料有限公司成长能力分析  
　　图表 85：农夫山泉股份有限公司主要经济指标分析  
　　图表 86：农夫山泉股份有限公司盈利能力分析  
　　图表 87：农夫山泉股份有限公司偿债能力分析  
　　图表 88：农夫山泉股份有限公司运营能力分析  
　　图表 89：农夫山泉股份有限公司成长能力分析  
　　图表 90：广州屈臣氏食品饮料有限公司主要经济指标分析  
　　图表 91：广州屈臣氏食品饮料有限公司盈利能力分析  
　　图表 92：广州屈臣氏食品饮料有限公司偿债能力分析  
　　图表 93：广州屈臣氏食品饮料有限公司运营能力分析  
　　图表 94：广州屈臣氏食品饮料有限公司成长能力分析  
　　图表 95：郑州顶津食品有限公司主要经济指标分析  
　　图表 96：郑州顶津食品有限公司盈利能力分析  
　　图表 97：郑州顶津食品有限公司偿债能力分析  
　　图表 98：郑州顶津食品有限公司运营能力分析  
　　图表 99：郑州顶津食品有限公司成长能力分析  
略……

了解《[2024-2030年中国饮用水行业发展现状调研与发展趋势分析报告](https://www.20087.com/M_QingGongRiHua/31/YinYongShuiHangYeQianJingFenXi.html)》，报告编号：1592331，

请致电：400-612-8668、010-66181099、66182099、66183099，

Email邮箱：[Kf@20087.com](mailto:Kf@20087.com)

详细介绍：<https://www.20087.com/M_QingGongRiHua/31/YinYongShuiHangYeQianJingFenXi.html>

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！