|  |
| --- |
| [2024-2030年中国瓶装水行业调研及市场前景预测报告](https://www.20087.com/8/26/PingZhuangShuiShiChangQianJingFenXi.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年中国瓶装水行业调研及市场前景预测报告](https://www.20087.com/8/26/PingZhuangShuiShiChangQianJingFenXi.html) |
| 报告编号： | 2935268　　←电话咨询时，请说明该编号。 |
| 市场价： | 电子版：8500 元　　纸介＋电子版：8800 元 |
| 优惠价： | 电子版：7600 元　　纸介＋电子版：7900 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/8/26/PingZhuangShuiShiChangQianJingFenXi.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

　　瓶装水行业在全球范围内持续增长，主要得益于人们对健康饮水意识的提高和便捷生活方式的需求。市场上的瓶装水种类多样，包括矿泉水、纯净水、天然泉水等，满足不同消费者偏好。然而，塑料瓶造成的环境污染问题日益凸显，促使行业寻求可持续发展方案，如开发可降解或可循环利用的包装材料。  
　　未来瓶装水行业的发展将聚焦于环保包装和水源地保护。一方面，采用生物基材料、可循环PET瓶等环保包装技术，减少塑料废弃物，提高回收利用率。另一方面，加强水源地的可持续管理，保护自然生态环境，提升品牌形象。此外，个性化、功能化瓶装水产品，如添加矿物质、维生素的功能性水，也将成为市场新趋势，满足消费者对健康饮品的多样化需求。  
　　《[2024-2030年中国瓶装水行业调研及市场前景预测报告](https://www.20087.com/8/26/PingZhuangShuiShiChangQianJingFenXi.html)》主要分析了瓶装水行业的市场规模、瓶装水市场供需状况、瓶装水市场竞争状况和瓶装水主要企业经营情况，同时对瓶装水行业的未来发展做出了科学预测。  
　　《[2024-2030年中国瓶装水行业调研及市场前景预测报告](https://www.20087.com/8/26/PingZhuangShuiShiChangQianJingFenXi.html)》在多年瓶装水行业研究的基础上，结合中国瓶装水行业市场的发展现状，通过资深研究团队对瓶装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，进行了全面、细致的研究。  
　　《[2024-2030年中国瓶装水行业调研及市场前景预测报告](https://www.20087.com/8/26/PingZhuangShuiShiChangQianJingFenXi.html)》可以帮助投资者准确把握瓶装水行业的市场现状，为投资者进行投资作出瓶装水行业前景预判，挖掘瓶装水行业投资价值，同时提出瓶装水行业投资策略、生产策略、营销策略等方面的建议。  
  
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 2019-2024年世界瓶装水产业运行态势分析  
　　第一节 世界瓶装水市场发展综述  
　　　　一、全球瓶装水市场规模  
　　　　二、全球瓶装水人均消费量对比  
　　　　三、美国瓶装水市场发展  
　　　　四、日本瓶装水市场发展  
　　第二节 2019-2024年世界瓶装水市场运行动态  
　　　　一、达能旗下矿泉水开发智能瓶盖，可追踪消费者水摄入量  
　　　　二、Highland Spring（高地泉）在英国推广使用100%回收瓶  
　　　　三、Water Works推出纸盒包装矿泉水  
　　　　四、雀巢扩展风味气泡水系列  
　　　　五、Vita Coco进军饮用水市场，推出新款铝瓶包装水  
　　　　六、可口可乐推出Dasani品牌的铝罐和铝瓶水  
　　　　七、雀巢旗下矿泉水品牌Valvert推出100％rPET瓶  
　　　　八、SIG引进了具有ASI认证铝箔的无菌纸瓶  
　　第三节 2024-2030年世界瓶装水产业发展趋势预测  
  
第三章 2023-2024年中国瓶装水行业市场发展环境分析  
　　第一节 2023-2024年中国宏观经济环境分析  
　　第二节 2023-2024年中国瓶装水行业政策环境分析  
　　　　一、行业相关法律法规  
　　　　二、行业相关主要政策  
　　　　三、行业相关主要标准  
　　　　四、行业进出口贸易法规  
　　第三节 2023-2024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、中国城镇化率  
　　　　四、中国居民收入  
　　　　五、居民的各种消费观念和习惯  
  
第四章 2023-2024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 2023-2024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、市场各种饮用水的优势  
　　第三节 2023-2024年我国饮用水行业运行态势透析  
　　　　一、中国城市饮用水源水质达标率情况  
　　　　二、饮用水行业所面临的危机  
　　　　三、地表饮用水水源存在问题  
　　第四节 2023-2024年中国饮用水安全保障对策  
　　　　一、进一步完善饮用水水质标准  
　　　　二、从城市规划角度加强饮用水源保护  
　　　　三、严格控制高风险污染物排放  
　　　　四、加强地下水源的保护  
  
第五章 2023-2024年中国瓶装水产业发展透析  
　　第一节 中国瓶装水发展历程  
　　　　一、简述中国瓶装水行业商业史  
　　　　二、行业孕育阶段（1930-1982）  
　　　　三、行业起步阶段（1982-）  
　　　　四、行业快速发展阶段（2007-2014）  
　　　　五、行业品质提升阶段（2015-至今）  
　　第二节 瓶装水行业发展规模分析  
　　　　一、瓶装水行业市场规模  
　　　　二、瓶装水行业销量增长  
　　　　三、瓶装水行业价格走势  
　　　　四、瓶装水行业市场结构  
　　第三节 瓶装水行业关键成功因素分析  
　　　　一、强大的营销宣传能力  
　　　　二、独有的渠道优势  
　　　　三、优质广泛的水源布局  
  
第六章 2019-2024年中国瓶（罐）装饮用水制造行业数据监测分析  
　　第一节 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、收入规模增长分析  
　　　　三、资产规模增长分析  
　　第二节 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  
　　第三节 中国瓶（罐）装饮用水制造行业成本费用分析  
　　第四节 中国瓶（罐）装饮用水制造行业财务指标分析  
　　　　一、盈利能力分析  
　　　　二、营运能力分析  
　　　　三、偿债能力分析  
  
第七章 2019-2024年中国瓶装饮用水市场供给分析  
　　第一节 2019-2024年中国瓶装水产量统计及增长情况  
　　第二节 中国华北地区瓶装水产量分析  
　　第三节 中国东北地区瓶装水产量分析  
　　第四节 中国华东地区瓶装水产量分析  
　　第五节 中国华中地区瓶装水产量分析  
　　第六节 中国华南地区瓶装水产量分析  
　　第七节 中国西南地区瓶装水产量分析  
　　第八节 2019-2024年中国西北地区瓶装水产量分析  
  
第八章 2019-2024年中国瓶装矿泉水市场深度剖析  
　　第一节 中国瓶装矿泉水市场现状分析  
　　　　一、中国瓶装矿泉水对水源有较高要求  
　　　　二、中国瓶装矿泉水市场消费情况  
　　　　三、中国瓶装矿泉水市场销量走势  
　　第二节 品牌瓶装矿泉水市场营销态势  
　　　　一、农夫山泉  
　　　　二、伊利股份  
  
第九章 2019-2024年中国瓶装其他种类饮用水  
　　第一节 瓶装天然饮用水  
　　　　一、中国瓶装天然饮用水市场概述  
　　　　二、中国瓶装天然饮用水市场规模增长  
　　　　三、中国瓶装天然饮用水市场销量增长  
　　第二节 瓶装纯净水  
　　　　一、中国瓶装纯净水市场概述  
　　　　二、中国瓶装纯净水市场规模增长  
　　　　三、中国瓶装纯净水市场销量增长  
　　第三节 瓶装苏打水  
　　　　一、中国瓶装苏打水市场概述  
　　　　二、中国瓶装苏打水市场规模增长  
　　　　三、中国瓶装苏打水市场销量增长  
  
第十章 2019-2024年中国未加糖及未加味的矿泉水行业进出口数据监测分析  
　　第一节 2019-2024年中国未加糖及未加味的矿泉水行业进口数据分析  
　　　　一、进口数量分析  
　　　　二、进口金额分析  
　　第二节 2019-2024年中国未加糖及未加味的矿泉水行业出口数据分析  
　　　　一、出口数量分析  
　　　　二、出口金额分析  
　　第三节 2019-2024年中国未加糖及未加味的矿泉水行业进出口平均单价分析  
　　第四节 中国未加糖及未加味的矿泉水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 2019-2024年中国瓶装水产业市场竞争格局分析  
　　第一节 2019-2024年中国瓶装水市场竞争分析  
　　　　一、瓶装水行业整体竞争格局  
　　　　二、瓶装水行业整体竞争趋势  
　　第二节 2019-2024年瓶装水细分品类竞争格局分析  
　　　　一、瓶装天然矿泉水  
　　　　二、瓶装天然饮用水  
　　　　三、瓶装纯净水  
　　　　四、瓶装苏打水  
　　第三节 中国瓶装水企业提升竞争力策略分析  
  
第十二章 2023-2024年中国高端瓶装水市场消费者调研分析  
　　第一节 中国高端水市场现状分析  
　　　　一、高端水的划分层次  
　　　　二、高端水市场分析  
　　　　三、主要品牌价格对比  
　　　　四、国内品牌进入状况  
　　第二节 中国高端水消费者调查结果  
　　　　一、消费者属性分析  
　　　　二、消费地域分析  
　　　　三、消费者产品指标关注度分析  
　　　　四、消费者消费场景分析  
　　　　五、消费者年龄分析  
　　　　六、消费者价格认识情况调查  
  
第十三章 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  
　　　　三、企业营收情况  
　　　　四、企业发展战略分析  
　　第二节 华润怡宝饮料（中国）有限公司  
　　　　一、企业基本情况  
　　　　二、企业瓶装水业务  
　　　　三、企业营收情况  
　　　　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  
　　　　三、企业营收情况  
　　　　四、企业发展战略分析  
　　第四节 杭州娃哈哈集团有限公司  
　　　　一、企业基本情况  
　　　　二、企业瓶装水业务  
　　　　三、企业营收情况  
　　　　四、企业发展战略分析  
　　第五节 农夫山泉股份有限公司  
　　　　一、企业基本情况  
　　　　二、企业瓶装水业务  
　　　　三、企业营收情况  
　　　　四、企业发展战略分析  
　　第六节 景田（深圳）食品饮料集团有限公司  
　　　　一、企业基本情况  
　　　　二、企业瓶装水业务  
　　　　三、企业营收情况  
　　　　四、企业发展战略分析  
　　第七节 西藏水資源有限公司  
　　　　一、企业基本情况  
　　　　二、企业瓶装水业务  
　　　　三、企业营收情况  
　　　　四、企业发展战略分析  
　　第八节 青岛崂山矿泉水有限公司  
　　　　一、企业基本情况  
　　　　二、企业瓶装水业务  
　　　　三、企业营收情况  
　　　　四、企业发展战略分析  
　　第九节 昆仑山矿泉水有限公司  
　　　　一、企业基本情况  
　　　　二、企业瓶装水业务  
　　　　三、企业营收情况  
　　　　四、企业发展战略分析  
　　第十节 黑龙江五大连池仙池矿泉饮品有限公司  
　　　　一、企业基本情况  
　　　　二、企业瓶装水业务  
　　　　三、企业营收情况  
　　　　四、企业发展战略分析  
  
第十四章 2024-2030年中国瓶装水行业发展趋势预测  
　　第一节 中国瓶装水行业存在问题分析  
　　　　一、瓶装水质量安全问题  
　　　　二、瓶装水水源安全问题  
　　　　三、瓶装水行业生产企业良莠不齐  
　　　　四、瓶装水业生产管理问题  
　　第二节 2024-2030年中国瓶装水行业发展趋势预测  
　　　　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、旅游业的快速发展将带来市场增量  
　　　　四、新型渠道的拓展将带来市场增量  
　　　　五、中国高端矿泉水投资已形成行业趋势  
　　第三节 2024-2030年中国瓶装水行业发展预测分析  
　　　　一、2024-2030年中国瓶装水行业产量预测分析  
　　　　二、2024-2030年中国瓶装水行业市场规模预测分析  
　　　　三、2024-2030年中国瓶装水市场盈利预测分析  
　　　　四、2024-2030年中国瓶装水进出口贸易预测分析  
  
第十五章 2024-2030年中国瓶装水行业投资分析  
　　第一节 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 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 2024-2030年中国瓶装水产业投资机会分析  
　　　　一、进军瓶装水市场机会分析  
　　　　二、透视瓶装水市场未来商机  
　　　　三、高端瓶装水投资机会分析  
　　第四节 2024-2030年中国瓶装水行业投资风险分析  
　　　　一、市场风险  
　　　　二、水质风险  
　　　　三、竞争风险  
　　　　四、原材料风险  
　　第五节 中~智林~－2024-2030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  
  
图表目录  
　　图表 1：瓶装水分类  
　　图表 2：中国瓶装水零售终端占软饮行业近35%的市场份额  
　　图表 3：中国瓶装水行业发展生命周期  
　　图表 4：2024年全球软饮料行业市场规模及市场结构  
　　图表 5：全球瓶装水零售终端占软饮行业近27%的市场份额  
　　图表 6：2024年各国软饮料及瓶装水人均消费量  
　　图表 7：美国瓶装水销量历史增速  
　　图表 8：美国瓶装水以天然水、纯净水为主  
　　图表 9：美国自有品牌瓶装水逐步抢占头部企业份额  
　　图表 10：日本矿泉水产量与进口量趋势  
　　图表 11：日本矿泉水销量占比稳定  
　　图表 12：日本瓶装水市场高度集中，自有品牌占比小  
　　图表 13：中国国内生产总值情况单位：亿元  
　　图表 14：中国工业增加值情况单位：亿元  
　　图表 15：中国固定资产投资情况单位：亿元  
　　图表 16：中国社会消费品零售总额情况 单位：亿元  
　　图表 17：进出口贸易情况单位：亿元  
　　图表 18：中国天然矿泉水新国标与旧标准对比  
　　图表 19：中国瓶装水行业相关标准  
　　图表 20：中国人口情况 单位：万人  
　　图表 21：中国城镇化率情况 单位：万人  
　　图表 22：中国与发达国家城镇化率比较  
　　图表 23：全国居民可支配收入情况 单位：元  
　　图表 24：天然矿泉水和天然水对人体更加有益  
　　图表 25：瓶装水生产处理过程更加专业、安全  
　　图表 26：旅游等享受型消费场景不断增多  
　　图表 27：我国瓶装水发展阶段  
　　图表 28：矿泉水与天然水的均价较高（元/500ml）  
　　图表 29：瓶装水市场规模的量价贡献历史趋势  
　　图表 30：中国瓶装水行业销售额增长 亿元  
　　图表 31：中国瓶装水行业销量增长 亿升  
　　图表 32：中国瓶装水行业价格增长趋势  
　　图表 33：全球各地区瓶装水价格对比  
　　图表 34：中国瓶装水行业各细分品类占比 亿元，%  
　　图表 35：中国瓶装水行业各细分品类增速  
　　图表 36：各细分赛道消费品龙头企业广告促销费用率  
　　图表 37：农夫山泉经销商平均销售额逐步提升  
　　图表 38：农夫山泉、华润怡宝与其他赛道龙头企业的渠道对比  
　　图表 39：我国主流天然水、矿泉水的水源地概览  
　　图表 40：全球主要国家国内人均可再生淡水资源  
　　图表 41：中国国内人均可再生淡水资源不断下行  
　　图表 42：全国性及地方性水资源政策法规的颁布历史  
　　图表 43：原材料、包装材料与仓储物流为农夫山泉成本主要组成部分  
　　图表 44：农夫山泉单位仓储物流开支持续降低  
　　图表 45：西藏水资源运输单价高于农夫山泉  
　　图表 46：中国瓶（罐）装饮用水制造行业企业数量增长统计  
　　图表 47：中国瓶（罐）装饮用水制造行业收入规模增长统计  
　　图表 48：中国瓶（罐）装饮用水制造行业资产规模增长统计  
　　图表 49：中国瓶（罐）装饮用水制造行业产成品增长统计  
　　图表 50：中国瓶（罐）装饮用水制造行业工业销售产值增长统计  
　　图表 51：中国瓶（罐）装饮用水制造行业出口交货值增长统计  
　　图表 52：中国瓶（罐）装饮用水制造行业成本费用结构  
　　图表 53：中国瓶（罐）装饮用水制造行业盈利能力  
　　图表 54：中国瓶（罐）装饮用水制造行业营运能力  
　　图表 55：中国瓶（罐）装饮用水制造行业偿债能力  
　　图表 56：中国包装饮用水产量增长统计  
　　图表 57：华北地区瓶装水产量增长统计 单位：万吨  
　　图表 58：东北地区瓶装水产量增长统计 单位：万吨  
　　图表 59：华东地区瓶装水产量增长统计 单位：万吨  
　　图表 60：华中地区瓶装水产量增长统计 单位：万吨  
　　图表 61：华南地区瓶装水产量增长统计 单位：万吨  
　　图表 62：西南地区瓶装水产量增长统计 单位：万吨  
　　图表 63：西北地区瓶装水产量增长统计 单位：万吨  
　　图表 64：中国瓶装天然矿泉水市场规模增长  
　　图表 65：中国瓶装天然矿泉水销量增长  
　　图表 66：伊刻活泉产品包装及价格  
　　图表 67：中国瓶装天然饮用水市场规模增长  
　　图表 68：中国瓶装天然饮用水销量增长  
　　图表 69：中国瓶装纯净水市场规模增长  
　　图表 70：中国瓶装纯净水市场销量增长  
　　图表 71：中国瓶装苏打水市场规模增长  
　　图表 72：全球各国家或地区苏打水市场份额  
　　图表 73：中国瓶装苏打水市场销量增长  
　　图表 74：中国未加糖及未加味的矿泉水行业进口量增长统计  
　　图表 75：中国未加糖及未加味的矿泉水行业进口额增长统计  
　　图表 76：中国未加糖及未加味的矿泉水行业出口量增长统计  
　　图表 77：中国未加糖及未加味的矿泉水行业出口额增长统计  
　　图表 78：中国未加糖及未加味的矿泉水行业进口均价增长统计  
　　图表 79：中国未加糖及未加味的矿泉水行业出口均价增长统计  
　　图表 80：中国未加糖及未加味的矿泉水行业进口额地区分布（2019年）  
　　图表 81：中国未加糖及未加味的矿泉水行业出口额地区分布（2019年）  
　　图表 82：瓶装水头部企业份额历史变化趋势  
　　图表 83：对比美日中国瓶装水未来竞争格局趋势推测  
　　图表 84：瓶装天然矿泉水市场份额变化  
　　图表 85：瓶装纯净水市场份额变化  
　　图表 86：1至3元瓶装水终端毛利与毛利率  
　　图表 87：主要进口矿泉水品牌价格对比  
　　图表 88：国产高端水企业瓶装水上市情况  
　　图表 89：高端水品牌消费地域分析  
　　图表 90：高端水消费者产品指标关注度分析  
　　图表 91：高端水各品牌产品相关指标关注度  
　　图表 92：高端水消费者消费场景分析  
　　图表 93：高端水品牌消费者年龄分析  
　　图表 94：消费者高端水价格认识情况调查  
　　图表 95：康师傅控股有限公司基本信息  
　　图表 96：康师傅饮品收入占比较高，近年营收增速缓慢  
　　图表 97：康师傅饮品销售额中瓶装水规模及占比均萎缩  
　　图表 98：康师傅饮品各品类收入增速  
　　图表 99：2024年康师傅控股有限公司主营业务构成分析  
　　图表 100：2024年康师傅控股有限公司主营业务构成分析  
　　图表 101：康师傅控股有限公司经营情况  
　　图表 102：华润怡宝饮料（中国）有限公司基本信息  
　　图表 103：华润怡宝营收增速降档  
　　图表 104：华润怡宝利润率稳健提升  
　　图表 105：广州屈臣氏食品饮料有限公司基本信息  
　　图表 106：杭州娃哈哈集团有限公司基本信息  
　　图表 107：农夫山泉股份有限公司基本信息  
　　图表 108：农夫山泉收入增长稳健，饮用水占比最高  
　　图表 109：农夫山泉盈利能力行业领先  
　　图表 110：2024年农夫山泉股份有限公司主营业务构成分析  
　　图表 111：2024年农夫山泉股份有限公司主营业务构成分析  
　　图表 112：景田（深圳）食品饮料集团有限公司基本信息  
　　图表 113：景田百岁山定位  
　　图表 114：西藏水资源有限公司基本信息  
　　图表 115：西藏水资源定位中高端，瓶装水均价溢价高  
　　图表 116：西藏水资源公司营收增速缓慢，主要受瓶装水业务影响  
　　图表 117：西藏水资源公司净利润  
　　图表 118：西藏水资源瓶装水业务毛利率较高，约为60%  
　　图表 119：青岛崂山矿泉水有限公司基本信息  
　　图表 120：青岛崂山矿泉水公司主要产品  
　　图表 121：昆仑山矿泉水有限公司基本信息  
　　图表 122：黑龙江五大连池仙池矿泉饮品有限公司基本信息  
略……

了解《[2024-2030年中国瓶装水行业调研及市场前景预测报告](https://www.20087.com/8/26/PingZhuangShuiShiChangQianJingFenXi.html)》，报告编号：2935268，

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/8/26/PingZhuangShuiShiChangQianJingFenXi.html>

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！