|  |
| --- |
| [中国瓶装水行业现状调研分析及市场前景预测报告（2024版）](https://www.20087.com/M_ShiPinYinLiao/95/PingZhuangShuiDeFaZhanQianJing.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： | [中国瓶装水行业现状调研分析及市场前景预测报告（2024版）](https://www.20087.com/M_ShiPinYinLiao/95/PingZhuangShuiDeFaZhanQianJing.html) |
| 报告编号： | 1503795　　←电话咨询时，请说明该编号。 |
| 市场价： | 电子版：9800 元　　纸介＋电子版：10000 元 |
| 优惠价： | 电子版：8800 元　　纸介＋电子版：9100 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_ShiPinYinLiao/95/PingZhuangShuiDeFaZhanQianJing.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

　　瓶装水市场在全球范围内展现出强劲的增长势头，随着消费者对健康饮水意识的提升和便携式生活方式的普及，瓶装水成为日常消费中的常见选择。近年来，瓶装水行业开始注重水源地的保护和水质的差异化，推出多种口味和功能性的瓶装水，如矿物质水、碱性水和功能性饮料水，满足了不同消费者的需求。
　　未来，瓶装水行业将更加注重可持续性和健康导向。一方面，通过采用生物可降解材料和循环利用包装，减少塑料污染，提升行业的环保形象。另一方面，瓶装水将更加注重健康属性，如开发富含特定矿物质和微量元素的饮用水，以及结合益生菌、植物提取物等成分的功能性水饮，满足消费者对健康饮水的追求。
　　《[中国瓶装水行业现状调研分析及市场前景预测报告（2024版）](https://www.20087.com/M_ShiPinYinLiao/95/PingZhuangShuiDeFaZhanQianJing.html)》系统分析了瓶装水行业的市场规模、需求动态及价格趋势，并深入探讨了瓶装水产业链结构的变化与发展。报告详细解读了瓶装水行业现状，科学预测了未来市场前景与发展趋势，同时对瓶装水细分市场的竞争格局进行了全面评估，重点关注领先企业的竞争实力、市场集中度及品牌影响力。结合瓶装水技术现状与未来方向，报告揭示了瓶装水行业机遇与潜在风险，为投资者、研究机构及政府决策层提供了制定战略的重要依据。

第一章 瓶装水相关概述
　　第一节 瓶装水分类
　　　　一、天然矿泉水
　　　　二、纯净水
　　　　三、天然水
　　　　四、矿物质水
　　第二节 瓶装水的饮用和包装
　　　　一、瓶装水包装材料pet
　　　　二、瓶装水包装的轻质化
　　　　三、瓶装水质与包装材料

第二章 2024年全球瓶装水市场发展现状分析
　　第一节 2024年国际瓶装水市营运概况
　　　　一、2024年全球瓶装水消费总量分析
　　　　二、2024年全球瓶装水人均消费量分析
　　　　三、2024年全球首个禁瓶装水法令颁布
　　　　四、瓶装水消费对环境的影响分析
　　　　五、饮用水包装安全与环境问题解决对策
　　第二节 2024年美国瓶装水市场发展现状分析
　　　　一、2024年美国瓶装水市场销售规模分析
　　　　二、2024年美国瓶装水市场份额分析
　　　　三、2024年美国瓶装水消费量分析
　　　　四、2024年生物塑料矿泉水瓶在美国上市
　　　　五、2024年美国瓶装水多半来自自来水
　　第三节 2024年日本瓶装水市场发展现状分析
　　　　一、2024年日本瓶装水市场销售规模分析
　　　　二、2024年日本瓶装水市场份额分析
　　　　三、日本瓶装水市场发展历程和现状分析
　　第四节 2024年法国瓶装水市场发展现状分析
　　　　一、2024年法国瓶装水市场销售规模分析
　　　　二、2024年法国瓶装水市场份额分析
　　　　三、2024年法国达能瓶装水品牌及业务现状分析
　　第五节 全球主要瓶装水市场监管法规分析
　　　　一、主要国际瓶装水协会简介
　　　　二、美国瓶装水市场监管体制分析
　　　　三、加拿大瓶装水市场监管法规分析
　　　　四、欧盟瓶装水市场监管法规分析

第三章 2024年中国瓶装水行业发展环境分析
　　第一节 2024年中国瓶装水行业政策环境分析
　　　　一、历年中国瓶装水市场监管法规汇总
　　　　二、包装饮用水行业自律公约
　　　　三、2024年城市饮用水水源地环境保护规划出台
　　　　四、《饮用天然矿泉水国家标准》变化分析
　　　　五、《瓶装饮用纯净水卫生标准》进展分析
　　　　六、中国苏打水和功能水标准缺失
　　第二节 2024年中国饮用水行业经济和社会环境分析
　　　　一、2024-2030年中国gdp分析
　　　　二、2024-2030年中国消费价格指数
　　　　三、2024-2030年城乡居民收入分析
　　　　四、2024-2030年中国社会消费品零售总额
　　　　五、2024年中国人口及结构总体情况
　　　　六、2024年中国居民饮料消费情况分析
　　第三节 2024年中国软饮料行业发展现状分析
　　　　一、2024-2030年中国软饮料行业发展概况
　　　　二、2024-2030年中国软饮料产量情况分析
　　　　三、2024-2030年软饮料行业资产规模分析
　　　　四、2024-2030年中国软饮料销售收入分析
　　　　五、2024-2030年中国软饮料利润总额分析
　　　　六、2024-2030年中国软饮料行业经营效益

第四章 2024年中国瓶装水产业运行态势分析
　　第一节 2024-2030年中国瓶装水行业发展态势分析
　　　　一、中国瓶装水商业史
　　　　二、2024年中国瓶装水市场销量分析
　　　　三、2024年中国瓶装水市场品牌份额分析
　　第二节 2024年中国瓶装水市场竞争现状分析
　　　　一、2024年中国瓶装水市场竞争格局分析
　　　　二、2024年中国瓶装水的低价竞争分析
　　　　三、2024年中国高端瓶装水争夺市场
　　　　四、中国瓶装水的优质水源地竞争分析
　　第三节 2024-2030年中国中档瓶装水企业并购案例分析
　　　　一、2024-2030年瓶装水行业并购案例汇总
　　　　二、2024年益海嘉里收购西藏冰川部分股权
　　　　三、2024年雀巢实现控股云南大山
　　　　四、2024年景田收购广州鳌峰分析
　　　　五、2024年华润怡宝收购珠江加林山
　　第四节 2024年主要品牌瓶装水企业发展动态分析
　　　　一、2024-2030年统一矿物质水发展路线分析
　　　　二、2024年屈臣氏零售渠道的变化分析
　　　　三、2024年可口可乐水业务品牌整合分析
　　　　四、西藏5100销售市场拓展分析
　　第五节 2024年中国瓶装饮用水市场营销现状分析
　　　　一、瓶装饮用水市场营销特性
　　　　二、瓶装饮用水销售的主要线路
　　　　三、瓶装水龙头企业营销策略比较
　　第六节 2024年中国瓶装水市场存在的问题及对策分析
　　　　一、瓶装水标签有待规范
　　　　二、瓶装水产业亟需加强监管

第五章 2024年中国矿泉水市场发展现状分析
　　第一节 矿泉水相关简释
　　　　一、矿泉水简介
　　　　二、矿泉水的类型
　　　　三、矿泉水的特点
　　　　四、矿物质水和矿泉水的区别
　　　　五、矿泉水适应人群及范围
　　第二节 2024年中国矿泉水资源开发情况分析
　　　　一、中国矿泉水资源开发利用状况分析
　　　　二、北京饮用天然矿泉水资源情况
　　　　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
　　第三节 2024年中国矿泉水行业运行概况
　　　　一、发达国家矿泉水产品发展特点
　　　　二、中国矿泉水行业发展概况
　　　　三、矿泉水两项新标准实施及其影响分析
　　　　四、2024年中国矿泉水市场规模分析
　　　　五、中国矿泉水生产区域集中度分析
　　　　六、中国矿泉水品牌竞争格局分析
　　第四节 2024年中国高端矿泉水市场竞争态势分析
　　　　一、矿泉水高端市场品牌竞争分析
　　　　二、中国高端矿泉水市场竞争加剧
　　　　三、高端矿泉水消费市场调查分析
　　　　四、中国高端矿泉水市场发展面临的挑战及对策分析
　　第五节 2024年中国高端矿泉水品牌竞争动态分析
　　　　一、2024年杭州高端矿泉水市场竞争激烈
　　　　二、2024年加多宝进军高端矿泉水领域
　　　　三、2024年洛斯巴赫进军中国高端水市场
　　　　四、2024年达能建设新矿泉水生产基地
　　第六节 2024年中国主要地区矿泉水行业分析
　　　　一、吉林长白山天然矿泉水产业发展现状分析
　　　　二、黑龙江五大连池矿泉水发展缓慢原因分析
　　　　三、贵州矿泉水产业发展概况
　　　　四、拉萨市饮用天然矿泉水行业研究
　　　　五、溴酸盐限量新规为四川矿泉水发展提供良机
　　　　六、青海省矿泉水行业亟需加大开发力度
　　　　七、兰州矿泉水开发利用情况
　　第七节 2024年中国矿泉水产业发展面临的挑战及对策分析
　　　　一、中国矿泉水产业发展存在的问题
　　　　二、中国矿泉水产业发展的制约因素解析
　　　　三、中国与欧盟在矿泉水质量保证方面的差距
　　　　四、中国矿泉水产业有待政策扶持
　　　　五、中国矿泉水产业发展的建议

第六章 2024年中国其它瓶装水市场发展现状分析
　　第一节 2024年中国功能水市场发展现状分析
　　　　一、功能水简介
　　　　二、中国功能水行业发展概况
　　　　三、2024年中国功能水市场销售规模分析
　　　　四、2024年中国功能水市场结构分析
　　　　五、中国功能水行业进入新发展阶段
　　第二节 2024年中国其它瓶装水细分市场分析
　　　　一、中国纯净水生产与利润现状分析
　　　　二、苏打水对瓶装水市场的影响分析
　　　　三、中国苏打水市场发展现状分析
　　　　四、屈臣氏蒸馏水的宣传影响分析

第七章 “十四五”中国瓶装水行业供给分析
　　第一节 “十四五”中国瓶装水产量统计分析
　　　　一、“十四五”中国瓶装水产量情况分析
　　　　二、2024年区域及主要省份瓶装水产量分析
　　　　三、2024年瓶装水产量集中度分析
　　第二节 “十四五”中国华北地区瓶装水产量分析
　　　　一、“十四五”华北地区瓶装水产量情况
　　　　二、“十四五”北京市瓶装水产量情况
　　　　三、“十四五”天津市瓶装水产量情况
　　　　四、“十四五”河北省瓶装水产量情况
　　　　五、“十四五”山西省瓶装水产量情况
　　　　六、“十四五”内蒙古瓶装水产量情况
　　第三节 “十四五”中国东北地区瓶装水产量分析
　　　　一、“十四五”东北地区瓶装水产量情况
　　　　二、“十四五”辽宁省瓶装水产量情况
　　　　三、“十四五”吉林省瓶装水产量情况
　　　　四、“十四五”黑龙江省瓶装水产量情况
　　第四节 “十四五”中国华东地区瓶装水产量分析
　　　　一、“十四五”华东地区瓶装水产量情况
　　　　二、“十四五”上海市瓶装水产量情况
　　　　三、“十四五”江苏省瓶装水产量情况
　　　　四、“十四五”浙江省瓶装水产量情况
　　　　五、“十四五”福建省瓶装水产量情况
　　　　六、“十四五”江西省瓶装水产量情况
　　　　七、“十四五”山东省瓶装水产量情况
　　　　八、“十四五”安徽省瓶装水产量情况
　　第五节 “十四五”中国华中地区瓶装水产量分析
　　　　一、“十四五”华中地区瓶装水产量情况
　　　　二、“十四五”河南省瓶装水产量情况
　　　　三、“十四五”湖北省瓶装水产量情况
　　　　四、“十四五”湖南省瓶装水产量情况
　　第六节 “十四五”中国华南地区瓶装水产量分析
　　　　一、“十四五”华南地区瓶装水产量情况
　　　　二、“十四五”广东省瓶装水产量情况
　　　　三、“十四五”广西省瓶装水产量情况
　　　　四、“十四五”海南省瓶装水产量情况
　　第七节 “十四五”中国西南地区瓶装水产量分析
　　　　一、“十四五”西南地区瓶装水产量情况
　　　　二、“十四五”重庆市瓶装水产量情况
　　　　三、“十四五”四川省瓶装水产量情况
　　　　四、“十四五”贵州省瓶装水产量情况
　　　　五、“十四五”云南省瓶装水产量情况
　　　　六、“十四五”西藏瓶装水产量情况
　　第八节 “十四五”中国西北地区瓶装水产量分析
　　　　一、“十四五”西北地区瓶装水产量情况
　　　　二、“十四五”陕西省瓶装水产量情况
　　　　三、“十四五”甘肃省瓶装水产量情况
　　　　四、“十四五”青海省瓶装水产量情况
　　　　五、“十四五”新疆瓶装水产量情况

第八章 “十四五”中国瓶装水制造行业主要数据监测分析
　　第一节 2024-2030年中国瓶装水制造行业发展分析
　　　　一、2024年中国瓶装水制造行业发展概况
　　　　……
　　第二节 “十四五”中国瓶装水制造行业总体运行情况
　　　　一、“十四五”中国瓶装水制造行业企业数量统计
　　　　二、“十四五”中国瓶装水制造行业销售收入分析
　　　　三、“十四五”中国瓶装水制造行业利润总额分析
　　　　四、“十四五”中国瓶装水制造行业亏损情况分析
　　第三节 “十四五”中国瓶装水制造行业资产负债状况
　　　　一、“十四五”中国瓶装水制造行业资产状况分析
　　　　二、“十四五”中国瓶装水制造行业负债总额分析
　　第四节 “十四五”中国瓶装水制造行业经营效益分析
　　　　一、“十四五”中国瓶装水制造行业盈利能力分析
　　　　二、“十四五”中国瓶装水制造行业偿债能力分析
　　　　三、“十四五”中国瓶装水制造行业营运能力分析
　　第五节 “十四五”瓶装水制造行业成本费用结构分析
　　　　一、“十四五”中国瓶装水制造行业销售成本分析
　　　　二、“十四五”中国瓶装水制造行业销售费用分析
　　　　三、“十四五”中国瓶装水制造行业管理费用统计
　　　　四、“十四五”中国瓶装水制造行业财务费用统计

第九章 “十四五”中国瓶装水行业区域运营分析
　　第一节 “十四五”中国瓶装水行业区域发展状况及竞争力分析
　　　　一、“十四五”中国瓶装水行业区域竞争结构分析
　　　　二、“十四五”东北地区瓶装水行业发展分析
　　　　三、“十四五”华北地区瓶装水行业发展分析
　　　　四、“十四五”华东地区瓶装水行业发展分析
　　　　五、“十四五”华南地区瓶装水行业发展分析
　　　　六、“十四五”华中地区瓶装水行业发展分析
　　　　七、“十四五”西北地区瓶装水行业发展分析
　　　　八、“十四五”西南地区瓶装水行业发展分析
　　第二节 2024-2030年中国不同规模瓶装水企业运营情况
　　　　一、2024-2030年中国中型瓶装水企业发展分析
　　　　二、2024-2030年中国小型瓶装水企业发展分析
　　第三节 2024-2030年中国不同性质瓶装水企业运营情况
　　　　一、2024-2030年中国国有瓶装水企业发展分析
　　　　二、2024-2030年中国集体瓶装水企业发展分析
　　　　三、2024-2030年中国股份合作瓶装水企业发展分析
　　　　四、2024-2030年中国股份制瓶装水企业发展分析
　　　　五、2024-2030年中国民营瓶装水企业发展分析
　　　　六、2024-2030年中国外商及港澳台投资瓶装水企业发展分析
　　　　七、2024-2030年中国其它性质瓶装水企业发展分析
　　第四节 “十四五”瓶装水主要省市发展状况及竞争力
　　　　一、2024-2030年中国各省市运营状况比较
　　　　二、“十四五”浙江省瓶装水行业发展分析
　　　　三、“十四五”广东省瓶装水行业发展分析
　　　　四、“十四五”山东省瓶装水行业发展分析
　　　　五、“十四五”天津市瓶装水行业发展分析
　　　　六、“十四五”辽宁省瓶装水行业发展分析

第十章 中国包装水市场消费者调研分析
　　第一节 中国瓶装饮用水主要消费市场分析
　　　　一、北京市瓶装水消费调查分析
　　　　二、天津市瓶装水消费调查分析
　　　　三、太原市瓶装水消费调查分析
　　　　四、哈尔滨市瓶装水消费调查分析
　　　　五、长春市瓶装水消费调查分析
　　　　六、沈阳市瓶装水消费调查分析
　　　　七、大连市瓶装水消费调查分析
　　　　八、济南市瓶装水消费调查分析
　　　　九、青岛市瓶装水消费调查分析
　　　　十、南京市瓶装水消费调查分析
　　　　十一、苏州市瓶装水消费调查分析
　　　　十二、上海市瓶装水消费调查分析
　　　　十三、杭州市瓶装水消费调查分析
　　　　十四、宁波市瓶装水消费调查分析
　　　　十五、福州市瓶装水消费调查分析
　　　　十六、厦门市瓶装水消费调查分析
　　　　十七、合肥市瓶装水消费调查分析
　　　　十八、南昌市瓶装水消费调查分析
　　　　十九、郑州市瓶装水消费调查分析
　　　　二十、长沙市瓶装水消费调查分析
　　　　二十一、武汉市瓶装水消费调查分析
　　　　二十二、广州市瓶装水消费调查分析
　　　　二十三、深圳市瓶装水消费调查分析
　　　　二十四、佛山市瓶装水消费调查分析
　　　　二十五、南宁市瓶装水消费调查分析
　　　　二十六、海口市瓶装水消费调查分析
　　　　二十七、成都市瓶装水消费调查分析
　　　　二十八、重庆市瓶装水消费调查分析
　　　　二十九、昆明市瓶装水消费调查分析
　　　　三十、西安市瓶装水消费调查分析
　　第二节 中国各类瓶装水重度消费者分析
　　　　一、中国各类瓶装水重度消费者总体情况
　　　　二、中国矿泉水重度消费者情况
　　　　三、中国纯净水重度消费者情况
　　　　四、中国蒸馏水重度消费者情况
　　第三节 中国瓶装水消费者的生活态度分析
　　第四节 中国瓶装消费者的体育及休闲活动分析

第十一章 “十四五”中国未加糖或其他甜物质及未加味的水（2201）进出口数据监测分析
　　第一节 “十四五”中国未加糖或其他甜物质及未加味的水进口数据分析
　　　　一、进口数量分析
　　　　二、进口金额分析
　　第二节 “十四五”中国未加糖或其他甜物质及未加味的水出口数据分析
　　　　一、出口数量分析
　　　　二、出口金额分析
　　第三节 “十四五”中国未加糖或其他甜物质及未加味的水进出口平均单价分析
　　第四节 2024-2030年中国未加糖或其他甜物质及未加味的水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
　　第五节 2024-2030年中国未加糖或其他甜物质及未加味的水进出口关口分析
　　　　一、进口国家及地区分析
　　　　二、出口国家及地区分析

第十二章 “十四五”中国加味、加糖或其他甜物质的水（2202）进出口数据监测分析
　　第一节 “十四五”中国加味、加糖或其他甜物质的水进口数据分析
　　　　一、进口数量分析
　　　　二、进口金额分析
　　第二节 “十四五”中国加味、加糖或其他甜物质的水出口数据分析
　　　　一、出口数量分析
　　　　二、出口金额分析
　　第三节 “十四五”中国加味、加糖或其他甜物质的水进出口平均单价分析
　　第四节 2024-2030年中国加味、加糖或其他甜物质的水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
　　第五节 2024-2030年中国加味、加糖或其他甜物质的水进出口关口分析
　　　　一、进口国家及地区分析
　　　　二、出口国家及地区分析

第十三章 2024-2030年中国重点瓶装水企业经营分析
　　第一节 康师傅控股有限公司
　　　　一、企业基本情况
　　　　二、企业瓶装水业务情况
　　　　三、2024年企业经营状况
　　　　……
　　　　五、2024-2030年企业财务状况
　　　　六、康师傅瓶装水营销经验分析
　　　　七、2024年康师傅浙江瓶装水项目进展
　　　　八、2024年康师傅南昌投资分析
　　　　九、康师傅未来发展展望
　　第二节 华润怡宝食品饮料（深圳）有限公司
　　　　一、企业基本情况
　　　　二、企业瓶装水业务情况
　　　　三、2024年企业经营情况
　　　　四、2024年怡宝进入功能饮料市场
　　第三节 广州屈臣氏食品饮料有限公司
　　　　一、企业基本情况
　　　　二、企业瓶装水业务情况
　　　　三、2024年企业经营情况
　　　　四、屈臣氏品牌营销经验分析
　　第四节 杭州娃哈哈保健食品有限公司
　　　　一、企业基本情况
　　　　二、企业瓶装水业务情况
　　　　三、2024年企业经营情况
　　　　四、2024年娃哈哈集团发展战略
　　　　五、2024年娃哈哈积极援助西南旱情
　　第五节 杭州娃哈哈百立食品有限公司
　　　　一、企业基本情况
　　　　二、企业瓶装水业务情况
　　　　三、2024年企业经营情况
　　第六节 农夫山泉杭州千岛湖饮用水有限公司
　　　　一、企业基本情况
　　　　二、企业瓶装水业务情况
　　　　三、2024年企业经营情况
　　第七节 农夫山泉湖北丹江口有限公司
　　　　一、企业基本情况
　　　　二、企业瓶装水业务情况
　　　　三、2024年企业经营情况
　　第八节 农夫山泉吉林长白山有限公司
　　　　一、企业基本情况
　　　　二、企业瓶装水业务情况
　　　　三、2024年企业经营情况
　　第九节 农夫山泉广东万绿湖有限公司
　　　　一、企业基本情况
　　　　二、企业瓶装水业务情况
　　　　三、2024年企业经营情况
　　第十节 沈阳润田食品饮料有限公司
　　　　一、企业基本情况
　　　　二、企业瓶装水业务情况
　　　　三、2024年企业经营情况
　　第十一节 上海正广和饮用水有限公司
　　　　一、企业基本情况
　　　　二、企业瓶装水业务情况
　　　　三、2024年企业经营情况
　　第十二节 山东文登黑豹矿泉水有限公司
　　　　一、企业基本情况
　　　　二、2024年企业经营状况
　　第十三节 莱阳鲁花矿泉水有限公司
　　　　一、企业基本情况
　　　　二、2024年企业经营状况
　　第十四节 深圳达能益力泉饮品有限公司
　　　　一、企业基本情况
　　　　二、2024年企业经营状况
　　第十五节 西藏冰川矿泉水有限公司
　　　　一、企业基本情况
　　　　二、企业发展历程
　　　　三、2024年企业经营状况
　　第十六节 哈尔滨顶津食品有限公司
　　　　一、企业基本概况
　　　　二、2024年企业经营情况分析
　　第十七节 四川蓝光饮品实业有限公司
　　　　一、企业基本概况
　　　　二、2024年企业经营情况分析

第十四章 “十四五”中国瓶装水行业发展前景预测分析
　　第一节 “十四五”中国瓶装水行业发展前景分析
　　　　一、未来中国瓶装水品牌集中化趋势分析
　　　　二、未来中国瓶装水市场销售主渠道分析
　　　　三、“十四五”中国瓶装水产量预测
　　　　四、“十四五”中国瓶装水行业销售规模预测
　　　　五、“十四五”中国瓶装水行业盈利能力预测
　　第二节 “十四五”中国矿泉水行业发展趋势分析
　　　　一、未来中国矿泉水消费趋势分析
　　　　二、中国矿泉水水质和产品品质动向分析
　　　　三、中国矿泉水产品多样化趋势分析
　　　　四、中国矿泉水的品牌效应预测
　　第三节 “十四五”中国瓶装水行业投资风险分析
　　　　一、替代风险
　　　　二、水质风险
　　　　三、竞争风险
　　　　四、渠道风险
　　第四节 “十四五”中国瓶装水行业投资策略分析
　　　　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

第十五章 瓶装水企业制定“十四五”发展战略研究分析
　　第一节 “十四五”发展战略规划的背景意义
　　　　一、企业转型升级的需要
　　　　二、企业强做大做的需要
　　　　三、企业可持续发展需要
　　第二节 “十四五”发展战略规划的制定原则
　　　　一、科学性
　　　　二、实践性
　　　　三、性
　　　　四、创新性
　　　　五、全面性
　　　　六、动态性
　　第三节 “十四五”发展战略规划的制定依据
　　　　一、国家产业政策
　　　　二、行业发展规律
　　　　三、企业资源与能力
　　　　四、可预期的战略定位
　　第四节 (中^智^林)“十四五”战略规划主要的分析工具
　　　　一、pest分析
　　　　二、scp模型
　　　　三、swot分析
　　　　四、波特五力模型
　　　　五、价值链分析
　　　　六、7s分析
　　　　七、波士顿矩阵分析
　　　　八、战略群体分析法
　　　　九、核心竞争力分析
　　　　十、三层面论分析
　　　　十一、行业生命周期分析
　　　　十二、委托代理理论
略……

了解《[中国瓶装水行业现状调研分析及市场前景预测报告（2024版）](https://www.20087.com/M_ShiPinYinLiao/95/PingZhuangShuiDeFaZhanQianJing.html)》，报告编号：1503795，

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

Email邮箱：Kf@20087.com

详细介绍：<https://www.20087.com/M_ShiPinYinLiao/95/PingZhuangShuiDeFaZhanQianJing.html>

热点：中国十大矿泉水排名、瓶装水哪个牌子水质最好、农夫山泉批发价格表、瓶装水生产线、纯净水十大名牌排名、瓶装水打开后能放多久、娃哈哈桶装水、瓶装水保质期、瓶装水的优点有哪些

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！