

2021-2026年中国包装饮用水行业发展监测及投资 战略规划研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2021-2026年中国包装饮用水行业发展监测及投资战略规划研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/channel/beverage/672340.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

包装饮用水主要分为天然水、天然矿泉水、饮用纯净水，其中天然水、天然矿泉水有天然矿物质和微量元素。

我国软饮料销售渠道主要为传统销售渠道，2019年传统销售渠道市场规模为4367亿元，占我国软饮料销售份额为44.1%。由于饮料重量较大，价值较低的特点，2019年软饮料电商渠道市场规模仅为609亿元，但随着物流的发展和软饮料的发展，预计2024年通过电商渠道销售的软饮料市场规模将达到1097亿元。

2014-2024年我国软饮料各销售渠道市场份额统计情况

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：

第一部分 产业环境透视

第一章 包装饮用水行业发展概述

第一节 行业概述

一、行业定义

二、包装饮用水对于人体的重要性

三、包装饮用水的应用

第二节 行业特征分析

一、行业基本特点

二、行业分类

三、行业生命周期分析

第三节 包装饮用水行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒 / 退出机制

五、风险性

第四节 2016-2020年行业发展现状分析

一、现状分析

二、存在问题及成因分析

三、监管建议和对策

第二章 2016-2020年中国包装饮用水行业发展环境分析

第一节 宏观经济环境分析

一、国际宏观经济运行分析

二、国内宏观经济运行分析

1、国内生产总值

2、工业生产

3、社会消费

4、固定资产投资

5、对外贸易

6、居民消费价格指数

7、工业品出厂价格指数

8、货币供应量

三、十三五国内经济形势预测分析

四、宏观经济对产业影响分析

第二节 包装饮用水行业政策环境分析

一、包装饮用水行业的管理体制

二、包装饮用水行业主要政策内容

《食品安全国家标准包装饮用水》（GB19298-2014）

《中华人民共和国传染病防治法》

《中华人民共和国水污染防治法》（2017）

《关于加强饮用水安全保障工作的通知》

三、产业政策风险

四、政策环境对行业的影响分析

第三节 包装饮用水行业社会环境发展分析

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

七、社会环境对行业的影响分析

第四节 技术环境

一、主要生产技术分析

二、技术发展趋势预测

第二部分 行业深度分析

第三章 2016-2020年包装饮用水所属行业总体发展情况分析

第一节 中国包装饮用水所属行业规模情况分析

- 一、行业单位规模情况分析
- 二、行业人员规模状况分析
- 三、行业资产规模状况分析
- 四、行业市场规模状况分析

第二节 中国包装饮用水所属行业产销情况分析

- 一、行业生产情况分析
- 二、行业销售情况分析
- 三、行业产销情况分析

第三节 中国包装饮用水所属行业财务能力分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

第四节 包装饮用水营销渠道分析

一、批发渠道

- 1、渠道结构与特征
- 2、渠道发展应用现状调研
- 3、渠道销售规模与占有率

二、零售（直营）渠道

- 1、渠道结构与特征
- 2、渠道发展应用现状调研
- 3、渠道销售规模与占有率

三、电商渠道

- 1、渠道结构与特征
- 2、渠道发展应用现状调研
- 3、渠道销售规模与占有率

四、渠道问题与选择建议

- 1、渠道问题及选择对策
- 2、渠道结构发展趋势预测分析

第五节 包装饮用水消费者习惯调研

- 一、选择包装饮用水的原因排名
- 二、包装饮用水食用频率
- 三、包装饮用水消费年龄结构

四、包装饮用水消费性别结构

五、包装饮用水消费主要地区

第四章 2016-2020年包装饮用水所属行业供需分析

第一节 包装饮用水市场现状分析及预测

一、2016-2020年我国包装饮用水所属行业市场规模分析

二、2021-2026年我国包装饮用水所属行业规模预测分析

第二节 包装饮用水产品销售收入分析及预测

一、2016-2020年我国包装饮用水销售收入分析

二、2021-2026年我国包装饮用水销售收入预测分析

第三节 包装饮用水市场需求分析及预测

一、2016-2020年我国包装饮用水市场需求分析

二、2021-2026年我国包装饮用水所属行业现状分析

第四节 包装饮用水所属行业进出口数据分析

一、2016-2020年我国包装饮用水出口数据分析

二、2016-2020年我国包装饮用水进口数据分析

第五章 我国包装饮用水行业运行现状分析

第一节 2016-2020年包装饮用水行业发展现状调研

一、2016-2020年我国包装饮用水行业市场规模

二、2016-2020年我国包装饮用水行业发展分析

三、2016-2020年中国包装饮用水企业发展分析

第二节 2016-2020年包装饮用水市场情况分析

一、行业发展阶段

二、发展热点回顾

三、市场存在的问题及策略分析

1、问题

2、策略

第三节 2016-2020年包装饮用水行业消费市场调研

一、消费特征分析

二、消费需求趋势预测分析

三、品牌市场消费结构

第四节 2021-2026年包装饮用水行业市场发展趋势预测分析

第六章 我国包装饮用水行业产业链分析

第一节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

一、产业价值链的构成

二、产业链条的竞争优势与劣势分析

第二节 产业结构发展预测分析

- 一、产业结构调整指导政策分析
- 二、产业结构调整中消费者需求的引导因素
- 三、中国包装饮用水行业参与国际竞争的战略市场定位
- 四、产业结构调整方向分析

第三节 包装饮用水行业产业链分析

- 一、产业链结构分析
- 二、主要环节的增值空间
- 三、与上下游行业之间的关联性

第四节 包装饮用水上游行业调研

- 一、包装饮用水产品成本构成
- 二、上游行业发展现状调研
- 三、2021-2026年上游行业发展趋势预测分析
- 四、上游供给对包装饮用水行业的影响

第五节 包装饮用水下游分析

- 一、包装饮用水下游分布
- 二、2016-2020年下游行业发展现状调研
 - 1、超市行业发展现状调研
 - 2、餐饮业发展现状调研
- 三、2021-2026年下游行业发展趋势预测分析
 - 1、超市行业发展趋势预测分析
 - 2、餐饮行业发展趋势预测分析
- 四、下游需求对包装饮用水行业的影响

第三部分 竞争格局分析

第七章 包装饮用水所属行业区域市场调研

第一节 行业总体区域结构特征分析

- 一、行业区域结构总体特征
- 二、行业区域分布特点分析
- 三、行业企业数的区域分布分析

第二节 华东地区包装饮用水行业调研

- 一、行业发展现状分析
- 二、市场规模情况分析
- 三、市场需求情况分析
- 四、行业趋势预测分析

第三节 华北地区包装饮用水行业调研

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业趋势预测分析

第四节 东北地区包装饮用水行业调研

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业趋势预测分析

第五节 华中地区包装饮用水行业调研

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业趋势预测分析

第六节 华南地区包装饮用水行业调研

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业趋势预测分析

第七节 西北地区包装饮用水行业调研

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业趋势预测分析

第八节 西南地区包装饮用水行业调研

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业趋势预测分析

第八章 2021-2026年包装饮用水行业竞争形势及策略

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、包装饮用水行业竞争结构分析

1、现有企业间竞争

我国包装饮用水呈现双寡头的竞争格局，农夫山泉和华润怡宝为行业第一梯队，农夫山泉市场份额占比为21%，位居行业第一；华润怡宝市场份额占比为13%；景田百岁山、康师傅和

娃哈哈为行业第二梯队，其中景田百岁山占比为8%、康师傅占比为7%、娃哈哈占比为7%。

2019年我国包装饮用水市场竞争格局

2、潜在进入者分析

3、替代品威胁分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

6、竞争结构特点总结

二、包装饮用水行业企业间竞争格局分析

三、包装饮用水行业集中度分析

四、包装饮用水行业SWOT分析

1、包装饮用水行业优势分析

2、包装饮用水行业劣势分析

3、包装饮用水行业机会分析

4、包装饮用水行业威胁分析

第二节 中国包装饮用水行业竞争格局综述

一、包装饮用水行业竞争概况

1、中国包装饮用水行业品牌竞争格局

2、包装饮用水业未来竞争格局和特点

二、中国包装饮用水行业竞争力分析

三、中国包装饮用水竞争力优势分析

四、包装饮用水行业主要企业竞争力分析

第三节 包装饮用水市场竞争格局总结

一、提高包装饮用水企业竞争力的有力措施

二、提高包装饮用水企业竞争力的几点建议

三、包装饮用水提高核心竞争力的建议

1、通过进行战略规划培育核心竞争力

2、通过实现管理创新培育核心竞争力

3、通过建设企业文化培育核心竞争力

4、通过掌握核心技术培育核心竞争力

5、通过实施品牌战略培育核心竞争力

第九章 包装饮用水行业相关企业经营形势分析

第一节 统一

一、企业发展概况

- 二、经营效益分析
- 三、财务状况分析
- 四、企业市场份额
- 五、投资前景与规划
- 第二节 康师傅
 - 一、企业发展概况
 - 二、经营效益分析
 - 三、财务状况分析
 - 四、企业市场份额
 - 五、投资前景与规划
- 第三节 娃哈哈
 - 一、企业发展概况
 - 二、经营效益分析
 - 三、企业市场份额
 - 四、投资前景与规划
- 第四节 怡宝
 - 一、企业发展概况
 - 二、经营效益分析
 - 三、企业市场份额
 - 四、投资前景与规划
- 第五节 恒大
 - 一、企业发展概况
 - 二、经营效益分析
 - 三、企业市场份额
 - 四、投资前景与规划
- 第六节 雀巢
 - 一、企业发展概况
 - 二、经营效益分析
 - 三、企业市场份额
 - 四、投资前景与规划
- 第七节 景田
 - 一、企业发展概况
 - 二、经营效益分析
 - 三、企业市场份额
 - 四、投资前景与规划

第八节 农夫山泉

一、企业发展概况

二、经营效益分析

三、企业市场份额

四、投资前景与规划

第四部分 趋势预测展望

第十章 2021-2026年包装饮用水行业前景及趋势预测分析

第一节 2021-2026年包装饮用水市场趋势预测分析

一、2021-2026年包装饮用水市场发展潜力

二、2021-2026年包装饮用水市场趋势预测展望

三、2021-2026年包装饮用水细分行业趋势预测分析

第二节 2021-2026年包装饮用水市场发展趋势预测分析

一、2021-2026年包装饮用水市场规模预测分析

二、2021-2026年包装饮用水行业需求规模预测分析

三、2021-2026年细分市场发展趋势预测分析

第三节 2021-2026年中国包装饮用水行业供需预测分析

一、2021-2026年供给预测分析

二、2021-2026年下游需求预测分析

三、2021-2026年整体供需格局预测分析

四、2021-2026年中国包装饮用水投资规模预测分析

五、2021-2026年中国包装饮用水行业供需平衡预测分析

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势预测分析

一、市场整合成长趋势预测分析

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测分析

三、企业区域市场拓展的趋势预测分析

四、科研开发趋势及替代技术进展

五、影响企业销售与服务方式的关键趋势预测分析

六、影响企业融资渠道的关键因素

第十一章 2021-2026年包装饮用水行业投资机会与风险防范

第一节 包装饮用水行业投融资状况分析

一、行业资金渠道分析

二、兼并重组情况分析

三、包装饮用水行业投资现状分析

第二节 包装饮用水行业投资机会分析

一、包装饮用水投资项目分析

二、可以投资的饮用水行业模式

三、2020年包装饮用水投资机会

第三节 2021-2026年中国包装饮用水行业发展预测分析

一、未来包装饮用水行业技术开发方向

二、饮用水总体行业整体规划及预测分析

第四节 2021-2026年包装饮用水行业投资前景及防范

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、市场风险及防范

七、其他风险及防范

第十二章 包装饮用水行业投资前景研究

第一节 包装饮用水行业投资前景研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国包装饮用水品牌的战略思考

一、包装饮用水品牌的重要性

二、饮用水实施品牌战略的意义

三、饮用水企业品牌的现状分析

1、包装饮用水实施品牌战略的意义

2、包装饮用水企业品牌的现状分析

3、我国包装饮用水企业的品牌战略

4、包装饮用水品牌战略管理的策略

5、国内外包装饮用水品牌对比及策略建议

第三节 包装饮用水经营策略分析

一、包装饮用水市场细分策略

1、市场细分策略的类型

2、市场细分策略的优点

二、包装饮用水市场创新策略

- 1、服务营销
- 2、绿色营销
- 3、网络营销
- 4、体验营销

三、品牌定位与品类规划

- 1、品牌定位
- 2、品类管理
- 3、品类管理形式

四、包装饮用水新产品差异化战略

- 1、产品差异化战略的类型
- 2、产品差异化战略的竞争优势
- 3、产品差异化战略的竞争劣势

第四节 包装饮用水行业投资规划建议研究

- 一、2021-2026年包装饮用水行业投资规划建议
- 二、2021-2026年细分行业投资规划建议

第十三章 研究结论及发展建议

- 第一节 包装饮用水行业研究结论及建议
- 第二节 包装饮用水子行业研究结论及建议
- 第三节 包装饮用水行业发展建议

- 一、行业投资策略建议（AK LT）
- 二、行业投资方向建议
- 三、行业投资方式建议

图表目录：

- 图表 行业生命周期、技术生命周期和产品生命周期关系
- 图表2016-2020年国内生产总值季度累计同比增长率（%）
- 图表2016-2020年工业增加值月度同比增长率（%）
- 图表2016-2020年社会消费品零售总额月度同比增长率（%）
- 图表2016-2020年固定资产投资完成额月度累计同比增长率（%）
- 图表2016-2020年出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率（%）
- 图表2016-2020年居民消费价格指数（2016年同月=100）
- 图表2016-2020年工业品出厂价格指数（2016年同月=100）
- 图表2016-2020年货币供应量月度同比增长率（%）
- 图表2016-2020年普通本专科、中等职业教育及普通高中招生人数
- 更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/beverage/672340.html>