

2023-2029年中国瓶装水行业市场深度分析及投资 潜力预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2023-2029年中国瓶装水行业市场深度分析及投资潜力预测报告》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/jingpin/food/923583.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

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家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 全球瓶装水市场发展现状分析

第一节 国际瓶装水市场营运概况

一、全球瓶装水消费总量分析

二、全球瓶装水行业概况

三、瓶装水消费对环境的影响分析

四、饮用水包装安全与环境问题解决对策

五、全球瓶装水行业发展趋势

第二节 美国瓶装水市场发展现状分析

一、美国瓶装水市场消费总量分析

二、美国瓶装水行业政策法规

三、美国瓶装水行业的市场特征

四、美国饮料行业消费结构分析

五、美国消费者选择瓶装水的首要因素

第三节 日本瓶装水市场发展现状分析

一、日本瓶装水市场特征

二、日本瓶装水市场消费分析

三、日本瓶装水市场规模分析

四、日本高龄消费者偏好瓶装水

第四节 欧洲瓶装水市场发展现状分析

一、欧洲瓶装水行业的市场现状

二、欧洲瓶装水行业的市场特征

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法规分析

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 中国瓶装水行业发展环境分析

第一节 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

二、包装饮用水行业自律公约

三、包装饮用水“新国标”出台

四、中国苏打水和功能水标准缺失

第二节 中国饮用水行业经济和社会环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、全国居民收入增长分析

六、中国人口环境情况分析

七、中国居民消费价格指数

第三节 中国饮料行业发展现状分析

一、中国饮料行业发展概况

二、中国软饮料产量情况分析

三、中国饮料行业企业数量分析

四、中国饮料销售收入分析

五、中国饮料利润总额分析

第四章 中国瓶装水产业运行态势分析

第一节 中国瓶装水行业发展态势分

一、中国瓶装水商业史

二、中国瓶装水市场销量分析

三、中国瓶装水市场品牌份额分析

第二节 中国瓶装水市场竞争现状分析

一、中国瓶装水市场竞争格局分析

二、中国瓶装水行业梯队分析

三、中国瓶装水争夺市场

四、中国瓶装水的优质水源地竞争分析

第三节 中国瓶装水天然矿泉水市场分析

一、中国天然矿泉水市场概述

二、国外天然矿泉水占比高

三、我国天然矿泉水具备良好消费基础

四、其他瓶装水向纯净水的升级已完成

第四节 中国主要品牌瓶装水企业发展动态分析

一、雀巢高端气泡水和大众水双轮驱动

二、达能构建国际与地方品牌双层体系

三、华润怡宝地域扩张造就行业龙头

四、泉阳泉布局全国扩张战略

第五节 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 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 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 中国矿泉水资源开发情况分析

第三节 中国矿泉水行业运行概况

第四节 中国高端矿泉水市场竞争态势分析

第五节 中国高端矿泉水品牌竞争动态分析

第六节 中国主要地区矿泉水行业分析

第七节 中国矿泉水产业发展面临的挑战及对策分析

第六章 中国其它瓶装水市场发展现状分析

第一节 2022年中国功能水市场发展现状

- 一、功能水产品简介
- 二、中国功能水行业发展概况
- 三、中国功能水市场销售分析
- 四、功能离子水市场发展分析
- 五、中国功能水行业发展趋势
- 第二节 2022年中国苏打水市场分析
 - 一、苏打水的特性
 - 二、中国苏打水产量分析
 - 三、中国苏打水需求分析
 - 四、苏打水行业需求结构
 - 五、中国苏打水细分产业分析
 - 六、苏打水产品价格走势分析
- 第七章 中国瓶装水行业供给分析
 - 第一节 中国瓶装水产量统计分析
 - 一、中国瓶装水产量分析
 - 二、中国各区域瓶装水产量
 - 三、瓶装水产量集中度分析
 - 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 中国西北地区瓶装水产量分析
- 第八章 2018-2022年中国瓶装水制造所属行业数据监测分析
 - 第一节 2018-2022年中国瓶装水制造所属行业规模分析
 - 一、企业数量增长分析
 - 二、资产规模增长分析
 - 三、销售规模增长分析
 - 四、利润规模增长分析
 - 第二节 2018-2022年中国瓶装水制造所属行业成本费用分析
 - 一、销售成本统计
 - 二、主要费用统计
 - 第三节 2018-2022年中国瓶装水制造所属行业运营效益分析
 - 一、偿债能力分析

二、盈利能力分析

三、运营能力分析

第九章 2018-2022年中国瓶装水行业区域运营分

第一节 2018-2022年中国瓶装水行业区域发展状况分析

一、东北地区瓶装水制造行业发展分析

二、华北地区瓶装水制造行业发展分析

三、华东地区瓶装水制造行业发展分析

四、华中地区瓶装水制造行业发展分析

五、华南地区瓶装水制造行业发展分析

六、西南地区瓶装水制造行业发展分析

七、西北地区瓶装水制造行业发展分析

第二节 2018-2022年瓶装水主要省市发展状况分析

第十章 中国瓶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

第二节 中国消费者饮水情况分析

第十一章 2018-2022年中国未加糖或其他甜物质及未加味的水所属行业进出口数据监测分析

第一节 2018-2022年中国未加糖或其他甜物质及未加味的水所属行业进口数据分析

一、进口数量情况

二、进口金额情况

三、进口来源分析

四、进口均价分析

第二节 2018-2022年中国未加糖或其他甜物质及未加味的水所属行业出口数据分析

一、出口数量情况

二、出口金额情况

三、出口流向分析

四、出口均价分析

第十二章 2018-2022年中国加味加糖或其他甜物质的水所属行业进出口数据监测分析

第一节 2018-2022年中国加味加糖或其他甜物质的水所属行业进口数据分析

一、进口数量情况

二、进口金额情况

三、进口来源分析

四、进口均价分析

第二节 2018-2022年中国加味加糖或其他甜物质的水所属行业出口数据分析

一、出口数量情况

二、出口金额情况

三、出口流向分析

四、出口均价分析

第十三章 中国重点瓶装水企业经营分析

第一节 杭州娃哈哈集团有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业营销网络分析

五、企业竞争优势分析

六、企业发展战略分析

第二节 广州屈臣氏食品饮料有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业营销网络分析

五、企业竞争优势分析

第三节 农夫山泉股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业营销网络分析

五、企业竞争优势分析

第四节 华润怡宝饮料（中国）有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业竞争优势分析

五、企业发展战略分析

第五节 统一企业中国控股有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业竞争优势分析

五、企业发展战略分析

第六节 康师傅控股有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业营销网络分析

五、企业竞争优势分析

第七节 四川蓝剑饮品集团有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业营销网络分析

五、企业竞争优势分析

第八节 深圳市景田食品饮料有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业营销网络分析

五、企业竞争优势分析

第九节 广东加多宝饮料食品有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业竞争优势分析

五、企业发展战略分析

第十节 西藏水资源有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业营销网络分析

五、企业竞争优势分析

第十四章 2023-2029年中国瓶装水行业发展前景预测分析

第一节 2023-2029年中国瓶装水行业发展前景分

一、中国瓶装水品牌集中化趋势分析

二、2023-2029年中国瓶装水产量预测

三、2023-2029年中国瓶装水行业销售规模预测

四、2023-2029年中国瓶装水行业盈利能力预测

第二节 2023-2029年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、2023-2029年中国矿泉水市场规模预测

第三节 2023-2029年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 2023-2029年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、前瞻性
- 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 “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

图表目录：

图表1：2018-2022年全球瓶装水需求情况

图表2：2023-2029年全球瓶装水需求预测

图表3：2018-2022年全球瓶装水需求情况

图表4：2018-2022年日本瓶装水市场规模

图表5：2018-2022年中国GDP发展运行情况

图表6：2021-2022年中国规模以上工业同比增长速度

图表7：2018-2022年中国固定资产投资（不含农户）投资情况

图表8：2018-2022年中国社会消费品零售总额情况

图表9：2018-2022年中国居民人均可支配收入情况

图表10：2018-2022年中国城镇及农村居民收入及消费支出情况

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/jingpin/food/923583.html>