

2020-2025年中国瓶装水行业深度分析及投资规划 研究建议报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国瓶装水行业深度分析及投资规划研究建议报告》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/detail/487674.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

瓶装水是一包装于瓶子内的饮用水，用于个人使用和零售。其使用的水可以来自任一地方，包括泉水、井水、纯水、自来水，或甚至有未处理或受污染的水。

许多国家，尤其是发达国家，有国家标准来规范瓶装水的品质，主要用来确保水质是否安全及标签是否符合内容物。但在其他许多在发展中国家则很少有这些标准，或没有真正地落实这些标准。

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 2019年全球瓶装水市场发展现状分析

第一节 2019年国际瓶装水市营运概况

- 一、2019年全球瓶装水消费总量分析
- 二、2019年全球瓶装水人均消费量分析
- 三、2019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 2019年美国瓶装水市场发展现状分析

- 一、2019年美国瓶装水市场销售规模分析
- 二、2019年美国瓶装水市场份额分析

三、2019年美国瓶装水消费量分析

四、2019年生物塑料矿泉水瓶在美国上市

五、2019年美国瓶装水多半来自自来水

第三节 2019年日本瓶装水市场发展现状分析

一、2019年日本瓶装水市场销售规模分析

二、2019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 2019年法国瓶装水市场发展现状分析

一、2019年法国瓶装水市场销售规模分析

二、2019年法国瓶装水市场份额分析

三、2019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 2019年中国瓶装水行业发展环境分析

第一节 2019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、2019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 2019年中国饮用水行业经济和社会环境分析

一、2015-2019年中国GDP分析

二、2015-2019年中国消费价格指数

三、2015-2019年城乡居民收入分析

四、2015-2019年中国社会消费品零售总额

五、2019年中国人口及结构总体情况

六、2019年中国居民饮料消费情况分析

第三节 2019年中国软饮料行业发展现状分析

一、2015-2019年中国软饮料行业发展概况

二、2015-2019年中国软饮料产量情况分析

- 三、2015-2019年软饮料行业资产规模分析
- 四、2015-2019年中国软饮料销售收入分析
- 五、2015-2019年中国软饮料利润总额分析
- 六、2015-2019年中国软饮料行业经营效益

第四章 2019年中国瓶装水产业运行态势分析

第一节 2015-2019年中国瓶装水行业发展态势分析

- 一、中国瓶装水商业史
- 二、2019年中国瓶装水市场销量分析
- 三、2019年中国瓶装水市场品牌份额分析

第二节 2019年中国瓶装水市场竞争现状分析

- 一、2019年中国瓶装水市场竞争格局分析
- 二、2019年中国瓶装水的低价竞争分析
- 三、2019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 2015-2019年中国中档瓶装水企业并购案例分析

- 一、2015-2019年瓶装水行业并购案例汇总
- 二、2019年益海嘉里收购西藏冰川部分股权
- 三、2019年雀巢实现控股云南大山
- 四、2019年景田收购广州鳌峰分析
- 五、2019年华润怡宝收购珠江加林山

第四节 2019年主要品牌瓶装水企业发展动态分析

- 一、2015-2019年统一矿物质水发展路线分析
- 二、2019年屈臣氏零售渠道的变化分析
- 三、2019年可口可乐水业务品牌整合分析

第五节 2019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 2019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 2019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 2019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 2019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、2019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 2019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 2019年中国高端矿泉水品牌竞争动态分析
 - 一、2019年杭州高端矿泉水市场竞争激烈
 - 二、2019年加多宝进军高端矿泉水领域
 - 三、2019年洛斯巴赫进军中国高端水市场
 - 四、2019年达能建设新矿泉水生产基地
- 第六节 2019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 2019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 2019年中国其它瓶装水市场发展现状分析

第一节 2019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、2019年中国功能水市场销售规模分析
- 四、2019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 2019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 2019年中国瓶装水行业供给分析

第一节 2019年中国瓶装水产量统计分析

- 一、2019年中国瓶装水产量情况分析
- 二、2019年区域及主要省份瓶装水产量分析
- 三、2019年瓶装水产量集中度分析

第二节 2019年中国华北地区瓶装水产量分析

- 一、2019年华北地区瓶装水产量情况
- 二、2019年北京市瓶装水产量情况
- 三、2019年天津市瓶装水产量情况
- 四、2019年河北省瓶装水产量情况
- 五、2019年山西省瓶装水产量情况
- 六、2019年内蒙古瓶装水产量情况

第三节 2019年中国东北地区瓶装水产量分析

- 一、2019年东北地区瓶装水产量情况
- 二、2019年辽宁省瓶装水产量情况
- 三、2019年吉林省瓶装水产量情况

四、2019年黑龙江省瓶装水产量情况

第四节 2019年中国华东地区瓶装水产量分析

一、2019年华东地区瓶装水产量情况

二、2019年上海市瓶装水产量情况

三、2019年江苏省瓶装水产量情况

四、2019年浙江省瓶装水产量情况

五、2019年福建省瓶装水产量情况

六、2019年江西省瓶装水产量情况

七、2019年山东省瓶装水产量情况

八、2019年安徽省瓶装水产量情况

第五节 2019年中国华中地区瓶装水产量分析

一、2019年华中地区瓶装水产量情况

二、2019年河南省瓶装水产量情况

三、2019年湖北省瓶装水产量情况

四、2019年湖南省瓶装水产量情况

第六节 2019年中国华南地区瓶装水产量分析

一、2019年华南地区瓶装水产量情况

二、2019年广东省瓶装水产量情况

三、2019年广西省瓶装水产量情况

四、2019年海南省瓶装水产量情况

第七节 2019年中国西南地区瓶装水产量分析

一、2019年西南地区瓶装水产量情况

二、2019年重庆市瓶装水产量情况

三、2019年四川省瓶装水产量情况

四、2019年贵州省瓶装水产量情况

五、2019年云南省瓶装水产量情况

六、2019年西藏瓶装水产量情况

第八节 2019年中国西北地区瓶装水产量分析

一、2019年西北地区瓶装水产量情况

二、2019年陕西省瓶装水产量情况

三、2019年甘肃省瓶装水产量情况

四、2019年青海省瓶装水产量情况

五、2019年新疆瓶装水产量情况

第八章 2019年中国瓶装水制造所属行业主要数据监测分析

第一节 2015-2019年中国瓶装水制造所属行业发展分析

一、2019年中国瓶装水制造所属行业发展概况

第二节 2019年中国瓶装水制造所属行业总体运行情况

一、2019年中国瓶装水制造所属行业企业数量统计

二、2019年中国瓶装水制造所属行业销售收入分析

三、2019年中国瓶装水制造所属行业利润总额分析

四、2019年中国瓶装水制造所属行业亏损情况分析

第三节 2019年中国瓶装水制造所属行业资产负债状况

一、2019年中国瓶装水制造所属行业资产状况分析

二、2019年中国瓶装水制造所属行业负债总额分析

第四节 2019年中国瓶装水制造所属行业经营效益分析

一、2019年中国瓶装水制造所属行业盈利能力分析

二、2019年中国瓶装水制造所属行业偿债能力分析

三、2019年中国瓶装水制造所属行业营运能力分析

第五节 2019年瓶装水制造所属行业成本费用结构分析

一、2019年中国瓶装水制造所属行业销售成本分析

二、2019年中国瓶装水制造所属行业销售费用分析

三、2019年中国瓶装水制造所属行业管理费用统计

四、2019年中国瓶装水制造所属行业财务费用统计

第九章 2019年中国瓶装水所属行业区域运营分析

第一节 2019年中国瓶装水所属行业区域发展状况及竞争力分析

一、2019年中国瓶装水所属行业区域竞争结构分析

二、2019年东北地区瓶装水所属行业发展分析

三、2019年华北地区瓶装水所属行业发展分析

四、2019年华东地区瓶装水所属行业发展分析

五、2019年华南地区瓶装水所属行业发展分析

六、2019年华中地区瓶装水所属行业发展分析

七、2019年西北地区瓶装水所属行业发展分析

八、2019年西南地区瓶装水所属行业发展分析

第二节 2015-2019年中国不同规模瓶装水企业运营情况

一、2015-2019年中国中型瓶装水企业发展分析

二、2015-2019年中国小型瓶装水企业发展分析

第三节 2015-2019年中国不同性质瓶装水企业运营情况

一、2015-2019年中国国有瓶装水企业发展分析

二、2015-2019年中国集体瓶装水企业发展分析

- 三、2015-2019年中国股份合作瓶装水企业发展分析
- 四、2015-2019年中国股份制瓶装水企业发展分析
- 五、2015-2019年中国民营瓶装水企业发展分析
- 六、2015-2019年中国外商及港澳台投资瓶装水企业发展分析
- 七、2015-2019年中国其它性质瓶装水企业发展分析
- 第四节 2019年瓶装水主要省市发展状况及竞争力
 - 一、2015-2019年中国各省市运营状况比较
 - 二、2019年浙江省瓶装水行业发展分析
 - 三、2019年广东省瓶装水行业发展分析
 - 四、2019年山东省瓶装水行业发展分析
 - 五、2019年天津市瓶装水行业发展分析
 - 六、2019年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 2019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 2019年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 2019年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 2019年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 2015-2019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 2015-2019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 2019年中国加味、加糖或其他甜物质水所属行业进出口数据监测分析

第一节 2019年中国加味、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 2019年中国加味、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 2019年中国加味、加糖或其他甜物质的水进出口平均单价分析

第四节 2015-2019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 2015-2019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 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、企业经营状况

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、企业经营情况

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、企业经营情况

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、企业经营情况

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、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、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、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、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、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、企业经营情况

第十四章 2020-2025年中国瓶装水行业发展前景预测分析

第一节 2020-2025年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、2020-2025年中国瓶装水产量预测

四、2020-2025年中国瓶装水行业销售规模预测

五、2020-2025年中国瓶装水行业盈利能力预测

第二节 2020-2025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、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 2020-2025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 2020-2025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2019年发展战略研究分析

第一节 2019年发展战略规划的背景意义（AK ZJH）

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 2019年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 2019年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 2019年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 2015-2019年全球瓶装水消费规模分析

图表 2 2015-2019年美国瓶装水消费规模分析

图表 3 2019年美国瓶装水市场份额分析

图表 4 2015-2019年日本瓶装水消费规模分析

图表 5 2019年日本瓶装水市场份额分析

图表 6 2019年法国瓶装水市场份额分析

图表 7 2015-2019年国内生产总值及其增长速度

图表 8 2019年居民消费价格月度涨跌幅度

图表 9 2019年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表 10 2015-2019年农村居民人均纯收入及其实际增长速度

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/487674.html>