

# 2020-2026年中国饮用水市 场分析与市场全景评估报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2020-2026年中国饮用水市场分析与市场全景评估报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/yinliao/Z22719EHO2.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

饮用水是指可以不经处理、直接供给人体饮用的水。水是体液的主要组成部分，是构成细胞、组织液、血浆等的重要物质。水作为体内一切化学反应的媒介，是各种营养素和物质运输的平台。

2019年10月27日，世界卫生组织国际癌症研究机构公布的致癌物清单初步整理参考，氯化饮用水在3类致癌物清单中。中国饮用水制造行业销售收入预测

智研数据研究中心发布的《2020-2026年中国饮用水市场分析与市场全景评估报告》共十二章。首先介绍了饮用水相关概念及发展环境，接着分析了中国饮用水规模及消费需求，然后对中国饮用水市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国饮用水面临的机遇及发展前景。您若想对中国饮用水有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

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 饮用水概述

#### 第一节 饮用水的概念及分类

##### 一、 饮用水的概念

##### 二、 饮用水的分类

#### 第二节 饮用水与健康

##### 一、 饮用水有关健康知识

##### 二、 饮用水选购方法

##### 三、 饮用水安全已成全球性问题

#### 第三节 我国饮用水的种类与特点分析

##### 一、 地下水

##### 二、 地表水

##### 三、 纯净水

### 第二章 中国饮用水产业运行环境分析

## 第一节中国宏观经济环境分析

- 一、国民经济运行情况GDP(年度更新)
- 二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）
- 三、全国居民收入情况（年度更新）
- 四、恩格尔系数（年度更新）
- 五、工业发展形势（年度更新）
- 六、固定资产投资情况（年度更新）
- 七、中国汇率调整（人民币升值）
- 八、对外贸易&进出口

## 第二节中国饮用水行业政策环境分析

- 一、国外饮用水水质标准介绍
- 二、中国&lt;饮用水卫生标准&gt;的回顾和发展
- 三、两大饮用水新国标相继出台

## 第三节2019年中国饮用水行业社会环境分析

- 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

## 第三章中国饮用水产业运行形势分析

### 第一节中国饮用水发展现状分析

- 一、饮用天然矿泉水新国标实施
- 二、包装饮用水市场群雄逐鹿
- 三、华南饮用水品牌占据行业半壁江山
- 四、水行业即将引爆第五次革命
- 五、我国饮用水行业面临新考验
- 六、饮用水标签亟待行业规范
- 七、饮用水行业面临重新洗牌和升级
- 八、国产饮用水发力高端市场

### 第二节中国饮用水存在的主要问题分析

- 一、水体污染今非昔比
- 二、水质性缺水问题日益突出
- 三、农村水污染和水设施落后的问题
- 四、自然水资源存在的问题
- 五、我国人民饮用水现况

### 第三节中国分质供水存在问题分析

- 一、瓶(桶)装水行业整体质量水平不高
- 二、家用净水器(机)存在的问题
- 三、管道直饮水市场混乱
- 四、售后服务问题

## 第四章2016-2019年中国瓶（罐）装饮用水制造所属行业数据监测分析

### 第一节2016-2019年中国瓶（罐）装饮用水制造所属行业规模分析

- 一、企业数量增长分析
- 二、从业人数增长分析
- 三、资产规模增长分析

### 第二节2019年中国瓶（罐）装饮用水制造所属行业结构分析

#### 一、企业数量结构分析

- 1、不同类型分析
- 2、不同所有制分析

#### 二、销售收入结构分析

- 1、不同类型分析
- 2、不同所有制分析

### 第三节2016-2019年中国瓶（罐）装饮用水制造所属行业产值分析

- 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

### 第四节2016-2019年中国瓶（罐）装饮用水制造所属行业成本费用分析

- 一、销售成本统计
- 二、费用统计

### 第五节2016-2019年中国瓶（罐）装饮用水制造所属行业盈利能力分析

- 一、主要盈利指标分析

## 二、主要盈利能力指标分析

### 第五章中国桶装水市场发展局势分析

#### 第一节中国桶装水市场发展现状分析

- 一、桶装瓶装水业洗牌在即
- 二、桶装水业面临生存危机
- 三、桶装水行业受管道直饮水冲击
- 四、管网供水对桶装水替代性分析
- 五、高端饮水机对桶装水替代性分析
- 六、桶装水市场未来的发展趋势

#### 第二节中国桶装水市场竞争状况分析

- 一、自动售水机挑战桶装水
- 二、直饮机欲争夺桶装水市场
- 三、国外品牌抢滩桶装水市场

#### 第三节中国桶装水市场存在的问题分析

- 一、桶装水市场价格混乱不堪
- 二、桶装水安全新问题
- 三、桶装水饮用时可能会二次污染

### 第六章中国瓶装水市场发展分析

#### 第一节中国瓶装水市场发展现状分析

- 一、瓶装水市场鱼龙混杂
- 二、高端瓶装水抢占零售渠道
- 三、瓶装水市场竞争激烈
- 四、瓶装水标准
- 五、瓶装水资源稀缺
- 六、全球瓶装水市场销售量将会逐渐的下降

#### 第二节中国瓶装水市场调查分析

- 一、市场萎缩：不争的事实
- 二、市场竞争分析
- 三、健康之路需要水质标准来保护

#### 第三节中国瓶装水高端竞争分析

- 一、抢占市场各出奇招
- 二、高端水成为新亮点
- 三、瓶装饮用水质量

## 第七章2019年中国矿泉水市场发展分析

### 第一节矿泉水的特点分析

- 一、天然矿泉水的规定指标
- 二、天然矿泉水的保健作用

### 第二节中国矿泉水市场发展现状

- 一、饮用矿泉水新国标：多方面加强安全系数
- 二、矿泉水包装今后须注明水源地
- 三、矿泉水资源进入激烈争夺期
- 四、资本大鳄觊觎矿泉水七巨头占一半份额

### 第三节我国矿泉水资源开发情况

- 一、矿泉水资源状况
- 二、我国矿泉水资源开发利用状况和对策
- 三、矿泉水资源开发利用潜力分析

### 第四节高端矿泉水市场分析

- 一、国产饮用水发力高端市场矿泉水往高处涌动
- 二、高端矿泉水市场快速扩容
- 三、超市中高端矿泉水的品牌越来越多
- 四、高利润率促众企业纷纷发力
- 五、水源是立身之本
- 六、产品须用文化内涵做支撑

### 第五节关于高端矿泉水几个热点问题

- 一、关于利润中国瓶（罐）装饮用水制造行业利润预测
- 二、关于品质
- 三、关于水源
- 四、关于成本

### 第六节五大连池矿泉水品牌整合分析

## 第八章2019年中国其他种类饮用水市场发展分析

## 第一节纯净水

- 一、国内纯净水市场逐渐壮大
- 二、纯净水超越矿泉水
- 三、国内饮用水和纯净水未来市场分析
- 四、纯净水市场前景广阔

## 第二节功能水

- 一、功能水的定义
- 二、功能水的分类
- 三、功能水有功效就有市场
- 四、功能水概念不清市场上以次充好
- 五、功能水行业需要规范和发展，出台行业标准势在必行
- 六、功能水行业发展展望

## 第三节袋装水

- 一、袋装水简介
- 二、袋装水优点(与桶装水相比)
- 三、袋装水打破桶装水市场格局
- 四、袋装水市场定位与营销模式

## 第四节直饮水

- 一、基本定义
- 二、直饮水概况
- 二、管道直饮水呈现增长但投资巨大
- 四、终端直饮水行业市场趋势分析

## 第九章2019年中国饮用水消费者分析

### 第一节饮用水消费者基本特征分析

- 一、消费者构成
- 二、消费者行为分析
- 三、消费者的选择依据

### 第二节桶装饮用水消费者调查分析

### 第三节瓶装饮用水消费趋势分析

- 一、夏季瓶装饮用水最受消费者青睐
- 二、功能水：瓶装水市场的新希望

三、广告：瓶装水消费的最佳“导购”；

四、渠道：最爱喝超市的水

## 第十章2019年中国饮用水市场营销分析

### 第一节饮用水营销特性分析

一、需求性

二、流动性

三、气候性与地域性

四、活动性

五、区域性

六、导向性

### 第二节饮用水一般销售模式分析

一、厂家直销

二、网络销售

三、平台式销售

四、农贸批发市场向周边自然辐射的模式

### 第三节饮用水销售模式的优化

一、网络+平台

二、直销+网络

三、农贸批发市场+平台式

四、网络销售+直销

五、销售终端领先策略

六、饮用水的“五条终端线路”；

七、饮用水的广告创新策略

## 第十一章中国饮用水行业重点企业关键性数据分析

### 第一节杭州娃哈哈保健食品有限公司

一、企业概况

二、企业经营情况分析

### 第二节天津顶津食品有限公司

一、企业概况

二、企业经营情况分析

### 第三节沈阳润田食品饮料有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、企业经营情况分析

### 第四节怡宝食品饮料（深圳）有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、企业经营情况分析

### 第五节湖南长沙娃哈哈饮料有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、企业经营情况分析

### 第六节农夫山泉股份有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、企业经营情况分析

## 第十二章2020-2026年中国饮用水投资与发展趋势分析

### 第一节饮用水投资特性分析

#### 一、行业壁垒低

#### 二、风险小，建设周期短

#### 三、区域性明显

#### 四、单位产品成本低、价值低，利润率高

#### 五、投资空间巨大

### 第二节2020-2026年中国饮用水的发展趋势分析

#### 一、天然矿泉水是健康之源

#### 二、健康饮水观念已成主流

#### 三、天然矿泉水将成饮用水市场的主导产品

#### 四、分质供水在我国将成为必然趋势

### 第三节2020-2026年中国瓶装饮用水产业发展趋势分析

#### 一、瓶装饮用水产业的未来发展趋势研究的一般理论

#### 二、饮用水产业将与生命科学、营养学紧密结合

#### 三、含有高新技术的新兴“水家电”产业开始显现

#### 四、瓶装饮用水产业孕育着第三方物流平台

#### 五、我国瓶装饮用水未来发展形势良好

### 第四节2020-2026年中国饮用水投资建议分析

- 一、新产品投资方向建议
- 二、中小企业营销策略创新建议
- 三、渠道创新建议

图表目录：

图表1：地下水按矿化度分类表

图表2：2016-2019年国内生产总值及其增长速度

图表3：2016-2019年CPI情况

图表4：2016-2019年PPI情况

图表5：2016-2019年农村居民人均纯收入及其实际增长速度

图表6：2016-2019年城镇居民人均纯收入及其实际增长速度

图表7：2016-2019年城镇和农村居民恩格尔系数

图表8：2016-2019年全部工业增加值及其增长速度

图表9：2016-2019年建筑业增加值及其增长速度

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/yinliao/Z22719EHO2.html>