

2020-2026年中国包装饮用水行业分析与行业前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国包装饮用水行业分析与行业前景预测报告》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.cction.com/report/202007/178616.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

从产品来看，线上平台销售中，饮用水销售额占比最大，达25%；其次为碳酸饮料，市场占比达13%；果汁饮料、茶饮料占比同样为12%。2018年上半年饮料线上产品销售额占比 2018年中国包装饮用水产量中南地区最多，占比38%；其次是西南地区，占比达到20%；华东地区位居第三，占比为17%；东北、华北、西北地区产量较少，占比均低于15%。2018年中国包装饮用水区域产量占比 - 2018年中国包装饮用水区域产量占比

东北	12.00%	华东	17.00%	中南	38.00%	西南	20.00%	西北	6.00%	华北	7.00%
----	--------	----	--------	----	--------	----	--------	----	-------	----	-------

中企顾问网发布的《2020-2026年中国包装饮用水行业分析与行业前景预测报告》共十一章。首先介绍了中国包装饮用水行业市场发展环境、包装饮用水整体运行态势等，接着分析了中国包装饮用水行业市场运行的现状，然后介绍了包装饮用水市场竞争格局。随后，报告对包装饮用水做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国包装饮用水行业发展趋势与投资预测。您若想对包装饮用水产业有个系统的了解或者想投资中国包装饮用水行业，本报告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 包装饮用水产品概述

第一节 包装饮用水的基本概况

一、包装饮用水的定义

二、包装饮用水的分类

第二节 包装饮用水行业发展历程

一、包装饮用水发展历程

二、天然矿泉水的发展历史

第三节 包装饮用水市场特点分析

一、产品特征

二、渠道特征

三、购买特征

四、价格特征

第四节 包装饮用水替代品分析

- 一、直饮机
- 二、直饮水
- 三、袋装水
- 四、饮料行业

第二章中国包装饮用水市场发展关键因素分析

第一节 包装饮用水市场主要竞争对手构成

第二节 包装饮用水市场发展环境分析

- 一、经济环境
- 二、监管环境
- 三、社会环境

第三节 中国包装饮用水行业技术环境分析

- 一、中国包装饮用水技术发展概况
- 二、中国包装饮用水主要工艺技术

第四节 包装饮用水市场发展驱动因素分析

- 一、政策扶持
- 二、产业化的可能性

第三章中国包装饮用水市场分析

第一节 包装饮用水市场现状分析及预测

- 一、中国包装饮用水市场规模分析
- 二、中国包装饮用水市场规模预测

第二节 包装饮用水产品产能分析及预测

- 一、中国包装饮用水产能分析
- 二、中国包装饮用水产能预测

第三节 包装饮用水产品产量分析及预测

- 一、中国包装饮用水产量分析2013-2018年上半年中国包装饮用水产量走势
- 二、中国包装饮用水产量预测

第四节 包装饮用水市场需求分析及预测

- 一、中国包装饮用水市场需求分析
- 二、中国包装饮用水市场需求预测

第五节 包装饮用水进出口数据分析

一、中国包装饮用水进出口数据分析

二、国内包装饮用水产品未来进出口情况预测

第四章包装饮用水产业渠道分析

第一节 国内包装饮用水产品的需求地域分布结构

一、市场集中度

二、包装饮用水产品的需求地域分布结构

第二节 中国包装饮用水产品重点区域市场消费情况分析

一、华北地区

二、东北地区

三、华东地区

四、华中地区

五、华南地区

六、西南地区

七、西北地区

第三节 国内包装饮用水产品的经销模式

一、桶装水渠道分析

二、瓶装水渠道分析

第四节 国内包装饮用水产品的经销模式

第五章国内包装饮用水细分产品生产及运营分析

第一节 桶装水

一、桶装水行业简况

二、桶装水行业现状概述

三、行业政策环境

四、企业主要问题

五、企业策略分析

第二节 瓶装水

一、市场发展回顾

二、市场发展态势

三、行业形势分析

第三节 矿泉水

- 一、国内市场发展现状
- 二、国内市场品牌排行
- 三、国内高端渠道变化
- 四、国内行业格局分析
- 五、产业发展问题
- 六、制约因素解析

第四节 纯净水

- 一、市场发展概况
- 二、发展特点分析
- 三、市场发展现状
- 四、未来发展前景

第五节 苏打水

- 一、发展状况概述
- 二、市场发展现状
- 三、产业基地发展
- 四、细分产品动态
- 五、市场发展前景

第六节 功能水

- 一、功能水简介
- 二、行业规范标准
- 三、行业发展概况
- 四、行业问题及对策

第七节 袋装水

- 一、市场发展概况
- 二、发展现状分析
- 三、机遇与挑战
- 四、行业技术趋势

第六章 包装饮用水生产工艺及技术路径分析

第一节 包装饮用水各种生产方法及利弊对比分析

- 一、包装饮用水技术指标

二、纯净水工艺技术特点

三、矿泉水生产工艺比较

四、纯净水处理工艺比较

第二节 国内外包装饮用水生产工艺及技术趋势

一、国外主流生产工艺介绍

二、国内主流生产工艺介绍

第三节 主要生产设备情况介绍

第七章 包装饮用水特色厂商发展分析

第一节 华润怡宝食品饮料（深圳）有限公司

一、企业概况

二、包装饮用水业务分析

三、包装饮用水业务发展战略

四、包装饮用水业务发展动态

第二节 娃哈哈集团

一、企业概况

二、企业主营业务

三、企业经营情况

四、包装饮用水业务营销策略

五、包装饮用水业务发展动态

第三节 农夫山泉股份有限公司

一、企业概况

二、企业发展特点

三、包装饮用水经营情况

四、包装饮用水市场定位策略

五、包装饮用水业务发展动态

第四节 深圳市景田食品饮料有限公司

一、企业概况

二、包装饮用水基地介绍

三、包装饮用水战略动态

第五节 上海梅林正广和股份有限公司

一、企业概况

- 二、经营效益分析
- 三、业务经营分析
- 四、财务状况分析

第八章包装饮用水行业相关产业分析

第一节 包装饮用水行业产业链概述

- 一、产业链模型介绍
- 二、包装饮用水产业链模型分析

第二节 包装饮用水上游行业发展状况分析

- 一、上游水源水发展情况
- 二、上游水资源开发利用
- 三、水资源发展态势分析
- 四、水资源未来发展动向

第三节 包装饮用水下游行业发展情况分析

第四节 未来中国包装饮用水行业竞争格局发展趋势分析

- 一、区域竞争格局
- 二、市场竞争格局

第九章包装饮用水行业前景展望与趋势预测

第一节 包装饮用水行业投资价值分析

- 一、国内包装饮用水行业盈利能力分析
- 二、国内包装饮用水行业偿债能力分析
- 三、国内包装饮用水行业运营效率分析
- 四、国内包装饮用水产品投资收益率分析预测

第二节 国内包装饮用水行业投资热点及未来投资方向分析

- 一、产品发展趋势
- 二、价格变化趋势
- 三、用户需求结构趋势

第三节 国内包装饮用水行业未来市场发展前景预测

- 一、市场结构预测分析
- 二、市场供需情况预测

第十章包装饮用水行业投资战略研究

第一节 包装饮用水市场营销特性

- 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 饮用水行业营销策略分析

- 一、饮用水行业目标市场及4P策略分析
- 二、广告营销战略
- 三、深度分销策略
- 四、零售终端管理策略

第三节 中国包装饮用水投资机会分析

- 二、未来行业影响驱动因素分析
- 三、包装饮用水行业投资热点
- 四、包装饮用水行业投资吸引力分析

第四节 中国包装饮用水投资风险分析

- 一、技术风险分析
- 二、原材料风险分析
- 三、政策/体制风险分析
- 四、经营管理风险分析
- 五、环保风险

第十一章包装饮用水项目的投资建议

第一节 包装饮用水技术开发注意要点及应对策略

- 一、包装饮用水技术开发注意要点
- 二、包装饮用水技术开发应对策略

第二节 包装饮用水项目投资注意要点及应对策略

- 一、包装饮用水项目投资注意要点
- 二、包装饮用水项目投资应对策略

第三节 包装饮用水行业产业链延伸策略

第四节 包装饮用水产品市场发展战略要素分析

第五节 包装饮用水品牌策略分析

图表目录：

图表 1 瓶装水的品牌认知度

图表 2 品牌瓶装水饮用频率

图表 3 品牌瓶装水购买频率

图表 4 品牌瓶装水议价空间

图表 5 品牌瓶装水推荐度

图表 6 2011年瓶装水购买场所统计表

图表 7 瓶装水购买渗透率

图表 8 消费者购买瓶装水考虑因素

图表 9 消费者购买瓶装水频率

图表 10 消费者价格因素偏好

图表 11 2001-2014年饮料行业产量数据统计

图表 12 2004-2014年中国软饮料行业产量分析

图表 13 2004-2014年中国碳酸饮料类行业产量分析（汽水）

图表 14 2004-2014年中国包装饮用水类行业产量分析

图表 15 中国饮用水十大品牌排行

图表 17 2012-2016年9月中国GDP环比和同比增长速度

图表 19 2003-2014年三大需求对经济增长的拉动率

图表 20 2014年9月-2016年9月份固定资产投资（不含农户）同比增速

图表 21 2014年9月-2016年9月份固定资产投资到位资金同比增速

图表 22 2012-2016年9月房地产开发投资名义增速（累计同比）

图表 23 2012-2016年9月全国房地产开发企业本年到位资金增速

图表 24 2012-2016年9月社会消费品零售总额名义增速（月度同比）

图表 27 2012-2016年9月工业生产者出厂价格涨跌情况（月度同比）

图表 29 2011-2014年5000家企业资产负债率、流动比率和速动比率

图表 30 2003-2014年城乡居民人均收入与GDP增速

图表 31 2012-2016年9月农村居民人均收入实际增长速度（累计同比）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202007/178616.html>