

2017-2022年中国瓶(罐) 装饮用水市场分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2017-2022年中国瓶(罐)装饮用水市场分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/report/C44775X77R.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2017-09-28

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2017-2022年中国瓶(罐)装饮用水市场分析与投资前景研究报告》介绍了瓶(罐)装饮用水行业相关概述、中国瓶(罐)装饮用水产业运行环境、分析了中国瓶(罐)装饮用水行业的现状、中国瓶(罐)装饮用水行业竞争格局、对中国瓶(罐)装饮用水行业做了重点企业经营状况分析及中国瓶(罐)装饮用水产业发展前景与投资预测。您若想对瓶(罐)装饮用水产业有个系统的了解或者想投资瓶(罐)装饮用水行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

2016年1月1日起国家实施《食品安全国家标准包装饮用水》（GB19298-2014）（下称“新国标”）。其中包装饮用水名称的新规定，以及当包装饮用水中添加食品添加剂时，应当在产品名称的邻近位置标示“添加食品添加剂用于调节口味”等类似字样这两条内容，极有可能引起饮用水市场的重新“洗牌”。《中国公众健康饮水蓝皮书》的正式发布，也能向消费者科普关于饮用水相关知识，提高消费者分辨饮用水质量高低的能力。新国标与《蓝皮书》的实施与发布，有利于规范国内市场，提升饮用水产业的竞争力，也有利于国内饮用水高端市场的形成。目前国内瓶（罐）装饮用水市场中，以中低端产品为主，恒大冰泉之前欲以足球产业带动饮用水高端市场发展的行动无明显成效，而中低端市场已几乎饱和状态。因此，借助“一带一路”及西藏政府发展西藏地区天然饮用水的政策走向周边国家，会是饮用水行业新的发展机遇。

在经过多年以环境污染为代价换来的GDP急速增长以后，环境污染问题已经发展到了无法避免的境地，化工产业的三废直接排放给土壤及地下水造成的严重污染，会直接导致人们患上各类严重恶性疾病的概率大幅度提高。随着对生命健康的日益重视，以及消费水平的提高，人们对饮用水的质量要求也越来越高。

报告目录：

第1章：中国瓶（罐）装饮用水行业发展综述

1.1瓶（罐）装饮用水行业定义及分类

1.1.1行业概念及定义

1.1.2行业主要产品大类

1.2瓶（罐）装饮用水行业统计标准

1.2.1瓶（罐）装饮用水行业统计部门和统计口径

1.2.2瓶（罐）装饮用水行业统计方法

1.2.3瓶（罐）装饮用水行业数据种类

1.3瓶（罐）装饮用水行业供应链分析

1.3.1瓶（罐）装饮用水行业上下游产业供应链简介

1.3.2瓶（罐）装饮用水行业下游产业链分析

（1）人口总量及结构特征

（2）城镇居民人均收入和消费支出

1.3.3瓶（罐）装饮用水行业上游产业供应链分析

（1）淡水资源

（2）饮用水用瓶市场

1）PE（聚乙烯）

2）PVC（聚氯乙烯）：

（3）塑料瓶盖

第2章：2012-2016年瓶（罐）装饮用水行业发展状况分析

2.1中国瓶（罐）装饮用水行业发展状况分析

2.1.1中国瓶（罐）装饮用水行业发展总体概况

2.1.2中国瓶（罐）装饮用水行业发展主要特点

2.1.32016年瓶（罐）装饮用水行业发展状况

2.1.42016年瓶（罐）装饮用水行业运行态势

2.22012-2016年瓶（罐）装饮用水行业经济指标分析

2.2.1主要经济效益影响因素分析

2.2.22012-2016年瓶（罐）装饮用水行业经济指标分析

2.2.32012-2016年不同规模企业经济指标分析

2.2.42012-2016年不同性质企业经济指标分析

2.2.52012-2016年不同地区企业经济指标分析

2.32012-2016年瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析

2.3.12012-2016年全国瓶（罐）装饮用水行业产成品分析

2.3.22012-2016年各地区瓶（罐）装饮用水行业产成品分析

（1）2012-2016年产成品居前的12个地区产成品分析

（2）2012-2016年产成品排名靠后的12个地区产成品分析

2.3.32012-2016年全国瓶（罐）装饮用水行业产品销售情况分析

2.3.42012-2016年各地区瓶（罐）装饮用水行业产品销售收入状况分析

（1）2012-2016年销售收入居前的12个地区销售收入分析

（2）2012-2016年销售收入排名靠后的12个地区销售收入分析

2.42016年瓶（罐）装饮用水行业发展现状分析

2.4.12016年工业总产值变化情况

2.4.22016年销售收入变化情况

2.4.32016年资产总计变化情况

2.4.42016年利润总额变化情况

2.4.52016年出口交货值变化情况

第3章：瓶（罐）装饮用水行业市场环境分析

3.1行业政策环境分析

3.1.1行业相关政策动向

（1）新劳动法

（2）水桶新标准

（3）水质新标准

（4）政府监管条例

3.1.2行业相关标准动向

（1）《生活饮用水卫生标准》

（2）瓶装饮用纯净水卫生标准

（3）饮用天然矿泉水水质标准

（4）饮用天然矿泉水开采的具体规定和要求

3.1.3行业发展规划

3.2行业经济环境分析

3.2.1国家宏观经济环境分析

3.2.2行业宏观经济环境分析

3.3行业需求环境分析

3.3.1行业需求特征分析

3.3.2行业需求趋势分析

3.4行业贸易环境分析

3.4.1行业贸易环境发展现状

3.4.2行业贸易环境发展趋势

3.5行业社会环境分析

3.5.1行业发展与社会经济的协调

3.5.2行业发展面临的环境保护问题

3.5.3行业发展的地区不平衡问题

3.5.4新劳动法对行业的影响分析

第4章：瓶（罐）装饮用水行业市场竞争状况分析

4.1行业总体市场竞争状况分析

4.2行业国际市场竞争状况分析

4.2.1国际瓶（罐）装饮用水市场发展状况

4.2.2国际瓶（罐）装饮用水市场竞争状况分析

4.2.3国际瓶（罐）装饮用水市场发展趋势分析

4.2.4跨国公司在投资布局

（1）法国达能公司

（2）雀巢公司

（3）可口可乐公司

4.2.5跨国公司在中国的竞争策略分析

4.3国内市场竞争状况分析

4.3.1国内瓶（罐）装饮用水行业竞争现状分析

4.3.2国内瓶（罐）装饮用水行业市场规模分析

4.3.3国内瓶（罐）装饮用水行业竞争格局分析

4.3.4国内瓶（罐）装饮用水行业潜在威胁分析

4.4行业投资兼并与重组整合分析

4.4.1瓶（罐）装饮用水行业投资兼并与重组整合概况

4.4.2外资瓶（罐）装饮用水企业投资兼并与重组整合

4.4.3国内瓶（罐）装饮用水企业投资兼并与重组整合

4.4.42016年瓶（罐）装饮用水行业投资兼并与重组整合动向

4.5行业不同经济类型企业特征分析

4.5.1不同经济类型企业特征情况

4.5.2行业经济类型集中度分析

第5章：瓶（罐）装饮用水行业主要产品分析

5.1行业主要产品结构特征

5.1.1行业产品结构特征分析

5.1.2行业产品市场发展状况

5.2行业主要产品市场调研

5.2.1纯净水市场调研

5.2.2天然矿泉水市场调研

5.2.3矿物质水市场调研

5.2.4山泉水市场调研

5.2.5蒸馏水市场调研

5.2.6其他类型水市场调研

5.3一级替代品（饮料业）发展状况分析

5.3.1碳酸饮料市场调研

5.3.2果汁及果汁饮料市场调研

5.3.3茶饮料市场调研

5.3.4功能性饮料市场调研

5.3.5含乳饮料及植物蛋白饮料市场

5.4二级替代品（设备业）发展状况分析

5.4.1管道直饮水系统

5.4.2家用净水器

5.4.3家用过滤器

第6章：瓶（罐）装饮用水消费行为及市场营销策略分析

6.1瓶（罐）装饮用水消费者行为分析

6.1.1瓶（罐）装饮用水市场消费品牌分析

6.1.2影响消费者瓶装水消费的因素

6.1.3瓶（罐）装饮用水购买包装爱好

6.1.4瓶（罐）装饮用水购买场所分析

6.1.5不同品牌瓶装水了解渠道分析

6.2瓶（罐）装饮用水行业分地区品牌市场调研

6.2.1瓶（罐）装饮用水行业分地区基本市场状况

（1）瓶（罐）装饮用水分地区总体市场与需求状况

（2）不同类型瓶（罐）装饮用水分地区市场与需求状况

6.2.2瓶（罐）装饮用水行业主要产品品牌分地区基本市场状况

（1）分地区品牌渗透率

（2）分地区品牌最经常饮用比例

- 1) 华北地区瓶（罐）装饮用水品牌饮用比例前十名
- 2) 东北地区瓶（罐）装饮用水品牌饮用比例前十名
- 3) 华东地区瓶（罐）装饮用水品牌饮用比例前十名
- 4) 华中地区瓶（罐）装饮用水品牌饮用比例前十名
- 5) 华南地区瓶（罐）装饮用水品牌饮用比例前十名
- 6) 西南地区瓶（罐）装饮用水品牌饮用比例前十名
- 7) 西北地区瓶（罐）装饮用水品牌饮用比例前十名

6.2.3 各类瓶（罐）装饮用水重度消费者的人口构成及其分布比例

- （1）矿泉水重度消费者的人口构成及其分布比例
- （2）纯净水重度消费者的人口构成及其分布比例
- （3）蒸馏水重度消费者的人口构成及其分布比例

6.2.4 瓶（罐）装饮用水主要产品品牌分人口组别基本市场指标分析

- （1）品牌渗透率与消费者人口构成（前十品牌）
 - 1) 前十品牌渗透率的消费者人口构成
 - 2) 前十品牌在特定人群中的品牌渗透率
- （2）品牌饮用比例与消费者人口构成（前十品牌）
 - 1) 前十品牌饮用比例的消费者人口构成
 - 2) 前十品牌在特定人群中的品牌饮用比例

6.2.5 瓶（罐）装饮用水消费者的生活态度

- （1）30城市总体与瓶（罐）装饮用水消费者的品牌观比较
- （2）30城市总体与瓶（罐）装饮用水消费者的广告观比较
- （3）30城市总体与瓶（罐）装饮用水消费者的购物投资观比较
- （4）30城市总体与瓶（罐）装饮用水消费者的饮食生活观比较
- （5）30城市总体与瓶（罐）装饮用水消费者的个性时尚观比较
- （6）30城市总体与瓶（罐）装饮用水消费者的工作成就观比较
- （7）30城市总体与瓶（罐）装饮用水消费者的科技环保观比较

6.2.6 瓶罐装饮用水消费者的体育运动和休闲活动

- （1）参加体育运动比例
- （2）日常休闲活动比例

6.3 瓶（罐）装饮用水行业市场营销策略分析

6.3.1 瓶（罐）装饮用水市场营销特性分析

6.3.2瓶（罐）装饮用水产品营销渠道分析

6.3.3娃哈哈、农夫山泉和康师傅的营销策略比较

第7章：瓶（罐）装饮用水行业进出口市场调研

7.1瓶（罐）装饮用水行业进出口状况综述

7.2瓶（罐）装饮用水行业出口分析

7.2.1行业出口市场总体状况分析

7.2.2行业出口产品结构特征分析

7.2.3出口运输方式特征与出口量

7.2.4国内行业出口主要地区分布

7.2.5主要出口贸易方式及特征

7.2.6行业出口国别特征分析

7.3瓶（罐）装饮用水行业进口分析

7.3.1行业进口产品市场总体状况分析

7.3.2行业进口产品结构特征分析

7.3.3进口运输方式特征与进口量

7.3.4主要进口贸易方式及特征

7.3.5产品进口国别分布情况

7.3.6进口产品主要国内地区分布

7.4瓶（罐）装饮用水行业进出口前景及建议

7.4.1行业出口趋势分析

7.4.2行业进口趋势分析

第8章：瓶（罐）装饮用水行业重点区域市场调研

8.1行业总体区域结构特征分析

8.1.1行业区域结构总体特征

8.1.2行业区域集中度分析

8.2行业重点区域产销情况分析

8.2.1华北地区瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析

（1）2011-2016年北京市瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析

（2）2011-2016年天津市瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析

（3）2011-2016年河北省瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析

(4) 2011-2016年内蒙古瓶(罐)装饮用水行业产销情况分析

8.2.2 华东地区瓶(罐)装饮用水行业产销情况分析

(1) 2011-2016年上海市瓶(罐)装饮用水行业产销情况分析

(2) 2011-2016年江苏省瓶(罐)装饮用水行业产销情况分析

(3) 2011-2016年浙江省瓶(罐)装饮用水行业产销情况分析

(4) 2011-2016年山东省瓶(罐)装饮用水行业产销情况分析

(5) 2011-2016年福建省瓶(罐)装饮用水行业产销情况分析

(6) 2011-2016年江西省瓶(罐)装饮用水行业产销情况分析

(7) 2011-2016年安徽省瓶(罐)装饮用水行业产销情况分析

8.2.3 华南地区瓶(罐)装饮用水行业产销情况分析

(1) 2011-2016年广东省瓶(罐)装饮用水行业产销情况分析

(2) 2011-2016年广西区瓶(罐)装饮用水行业产销情况分析

(3) 2011-2016年海南省瓶(罐)装饮用水行业产销情况分析

8.2.4 华中地区瓶(罐)装饮用水行业产销情况分析

(1) 2011-2016年湖北省瓶(罐)装饮用水行业产销情况分析

(2) 2011-2016年湖南省瓶(罐)装饮用水行业产销情况分析

(3) 2011-2016年河南省瓶(罐)装饮用水行业产销情况分析

8.2.5 西南地区瓶(罐)装饮用水行业产销情况分析

(1) 2011-2016年重庆市瓶(罐)装饮用水行业产销情况分析

(2) 2011-2016年四川省瓶(罐)装饮用水行业产销情况分析

(3) 2011-2016年贵州省瓶(罐)装饮用水行业产销情况分析

(4) 2011-2016年云南省瓶(罐)装饮用水行业产销情况分析

(5) 2011-2016年西藏区瓶(罐)装饮用水行业产销情况分析

8.2.6 西北地区瓶(罐)装饮用水行业产销情况分析

(1) 2011-2016年陕西省瓶(罐)装饮用水行业产销情况分析

(2) 2011-2016年甘肃省瓶(罐)装饮用水行业产销情况分析

(3) 2011-2016年青海省瓶(罐)装饮用水行业产销情况分析

8.2.7 东北地区瓶(罐)装饮用水行业产销情况分析

(1) 2011-2016年吉林省瓶(罐)装饮用水行业产销情况分析

(2) 2011-2016年辽宁省瓶(罐)装饮用水行业产销情况分析

(3) 2011-2016年黑龙江省瓶(罐)装饮用水行业产销情况分析

第9章：瓶（罐）装饮用水行业主要企业生产经营分析

9.1瓶（罐）装饮用水企业发展总体状况分析

9.1.1瓶（罐）装饮用水行业企业规模

9.1.2瓶（罐）装饮用水行业工业产值状况

9.1.3瓶（罐）装饮用水行业销售收入和利润

9.1.4主要瓶（罐）装饮用水企业创新能力分析

9.1.5主要瓶（罐）装饮用水企业出口能力分析

9.2瓶（罐）装饮用水行业领先企业个案分析

9.3瓶（罐）装饮用水领先企业个案分析

9.3.1天津顶津食品有限公司经营情况分析

（1）企业发展简况分析

（2）企业经营情况分析

（3）企业经营优劣势分析

（4）企业最新发展动向分析

9.3.2杭州娃哈哈百立食品有限公司经营情况分析

（1）企业发展简况分析

（2）企业经营情况分析

（3）企业经营优劣势分析

（4）企业最新发展动向分析

9.3.3怡宝食品饮料（深圳）有限公司经营情况分析

（1）企业发展简况分析

（2）企业经营情况分析

（3）企业经营优劣势分析

（4）企业最新发展动向分析

9.3.4郑州顶津食品有限公司经营情况分析

（1）企业发展简况分析

（2）企业经营情况分析

（3）企业经营优劣势分析

（4）企业最新发展动向分析

9.3.5桂林娃哈哈食品有限公司经营情况分析

（1）企业发展简况分析

（2）企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

(4) 企业最新发展动向分析

第10章：瓶（罐）装饮用水行业发展趋势分析与预测

10.1 中国瓶（罐）装饮用水市场发展趋势

10.1.1 中国瓶（罐）装饮用水产业发展趋势分析

10.1.2 中国瓶（罐）装饮用水市场趋势预测分析

10.2 瓶（罐）装饮用水投资特性分析

10.2.1 瓶（罐）装饮用水进入壁垒分析

10.2.2 瓶（罐）装饮用水盈利模式分析

10.2.3 瓶（罐）装饮用水盈利因素分析

10.3 中国瓶（罐）装饮用水投资建议

10.3.1 瓶（罐）装饮用水投资前景分析

10.3.2 瓶（罐）装饮用水投资建议

图表目录：

图表1：2012-2016年中国人口变化情况（单位：万人）

图表2：2016年中国城镇人口与乡村人口所占比例（单位：%）

图表3：2017-2022年预计老年人数量和占总人口比重情况（单位：万人，%）

图表4：国内主要聚乙烯生产商产能（单位：万吨）

图表5：2016年瓶（罐）装饮用水行业分地区销售收入排名（单位：亿元，%）

图表6：2016年不同经济类型在销售收入中所占比例（单位：%）

图表7：2016年不同经济类型在利润中所占比例（单位：%）

图表8：2016年瓶（罐）装饮用水行业分地区利润排名（单位：亿元，%）

图表9：2012-2016年瓶（罐）装饮用水行业销售成本增长幅度（单位：%）

图表10：2012-2016年瓶（罐）装饮用水行业重要数据指标比较分析（单位：个，万元，%）

图表11：2012-2016年行业重要财务数据比较分析（%，倍，次）

图表12：2012-2016年行业内各资产变化情况趋势图（单位：万元）

图表13：2012-2016年行业内资产与负债变化情况趋势图（单位：万元）

图表14：2016年瓶（罐）装饮用水行业总量增长情况（单位：亿元，个，人）

图表15：2016年瓶（罐）装饮用水行业经营环境变化（单位：万元，%）

图表16：2012-2016年瓶（罐）装饮用水行业制造企业主要经济指标一览表（单位：万元，个）

, %)

图表17：2012-2016年中国中型瓶（罐）装饮用水行业制造企业主要经济指标一览表（单位：万元，%，个）

图表18：2012-2016年中国小型瓶（罐）装饮用水行业制造企业主要经济指标一览表（单位：万元，%，个）

图表19：2012-2016年不同规模企业销售收入比重变化趋势图（单位：万元，%）

图表20：2012-2016年不同规模企业资产总额比重变化趋势图（单位：万元，%）

图表21：2012-2016年不同规模企业利润总额比重变化趋势图（单位：万元，%）

图表22：2012-2016年不同规模企业数量比重变化趋势图（单位：万元，%）

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/C44775X77R.html>