

中国饮用纯净水行业现状深度研究与发展前景预测报告（2025-2032年）

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国饮用纯净水行业现状深度研究与发展前景预测报告（2025-2032年）》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：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202504/747591.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

一、饮用纯净水是包装饮用水市场中规模最大细分市场，占比达到56.1%

根据食品安全国家标准要求，包装饮用水分为饮用天然矿泉水、饮用纯净水和其他饮用水。其中饮用纯净水是当前包装饮用水市场中规模最大的细分市场。有数据显示，2023年我国包装饮用水零售市场规模达到2150亿元。其中饮用纯净水零售额达到1206亿元，占比56.1%。且由于具有生产扩张快、物流成本低等特点，预计未来五年饮用纯净水的增长率仍将高于包装饮用水其他细分市场，到2028年其零售额占比将提升至57.2%。

数据来源：公开数据，观研天下整理

二、市场规模逐年攀升，预计到2028年将达1798亿元

饮用纯净水主要指通过蒸馏、反渗透、电渗析等方法加工制成的标准化产品，如果不考虑成本，现在的技术几乎能够把所有的水都处理成可直接饮用的水。与饮用天然矿泉水以及其他类饮用水相比，饮用纯净水硬度较低，口感较好。

饮用纯净水与饮用天然矿泉水以及其他类饮用水的水源、功效情况

品类	水源	功效
饮用纯净水	符合原料要求的水为生产用源水，采用蒸馏法、电渗析法、离子交换法、反渗透法或其他适当的水净化工艺，加工制成的包装饮用水	纯净水口感较好，但几乎不含矿物质
饮用天然矿泉水	从地下深处自然涌出的或经钻井采集的，含有一定量的矿物质、微量元素或其他成分，在一定区域未受污染并采取预防措施避免污染的水	饮用天然矿泉水可以以水的形式补充身体水分及多种人体必需的矿物质和微量元素
饮用天然泉水	以地下自然涌出的泉水或经钻井采集的地下水，且未经公共供水系统的自然来源的水为水源，制成的包装饮用水 虽然也采集自地下，但却是相对易污染的浅层水，而且由于与地下岩层作用时间较短，水中含有的矿物质成分相对较少	饮用天然水 以水井、山泉、水库、湖泊或高山冰川等，且未经公共供水系统的自然来源的水为水源，制成的包装饮用水 除有限的处理（例如过滤、臭氧或者等同的处理）外不加改变，既去除了原水中极少的杂质和有害物质，又保留了原水中的营养成分和对人体有益的矿物质和微量元素
其他饮用水	以符合原料要求的水为生产用源水，经适当的加工处理，可适量添加食品添加剂，但不得添加糖、甜味剂、香精香料或者其他食品配料加工制成的包装饮用水 主要指的是矿物质水，简单而言是纯净水加少量矿物质，经杀菌罐装制得。添加矿物质的目的，主要是满足消费者对口感的要求	

资料来源：公开资料，观研天下整理

近年来随着人们对健康饮水的重视和生活水平的提高，我国饮用纯净水市场规模不断增长。数据显示，2023年我国饮用纯净水市场规模约为1206亿元，同比增长4.7%。预计2028年我国饮用纯净水市场规模将达到1798亿元。

数据来源：公开数据，观研天下整理

不过，2024 年来包装水整个行业受多重事件影响，包括娃哈哈宗馥莉继任后加大线下渠道尤其是冰柜的投入、农夫与娃哈哈舆论事件、华润饮料在港交所上市等，使得行业竞争短期有所加剧。

三、新一轮营销战开启，短期内市场价格或将承压

竞品们以低价策略蚕食市场份额，迫使头部企业陷入“守城”困局。2024年4月，农夫山泉推出“绿瓶水”纯净水，定位为“绿瓶有点甜，红瓶更健康”。这款推出的新品饮用纯净水价格最低仅 9.9 元/箱（12 瓶装），折合单瓶价格约 0.82 元，低于同行业其他品牌如怡宝、娃哈哈的售价。

农夫山泉新品一经推出后，其市场份额快速回升。根据京东数据显示，2024年5月31日至6月3日农夫纯净水累计销售超 100 万件，618当天农夫纯净水产品实现京东水饮新品排行榜第一。截至2024年10月中旬，农夫山泉红水和绿水的销售总额超 30%，位列瓶装水市场第一，其中绿水的市场份额从 0 提升至二季度末的 9%左右，且有继续扩大的趋势。

行业开启以性价比为核心的新一轮竞争。农夫推出低价格带纯净水产品后，娃哈哈、景田和怡宝等水饮品牌迅速跟进，山姆、东方甄选、胖东来等也陆续推出性价比水产品，行业开启新一轮性价比竞争。其中为了稳住局面，怡宝采取了一系列反击措施。例如，在多个销售大区开展“拆箱有礼”活动，鼓励终端门店多拆箱。截至2024年4月30日止四个月，包装饮用水产品的平均售价为1198元/公吨，较2023年同期有所下降，主要是由于产品组合变化及市场竞争激烈导致折扣增加。

根据京东数据，截止2024年11月19日，农夫绿瓶单瓶零售价格为 1.29 元（折合约 0.23 元/100mL），与规格相同的怡宝纯净水（0.23 元/100mL）接近，低于娃哈哈纯净水（0.25 元/100mL）、景田纯净水（0.31 元/100mL）。

数据来源：各品牌京东旗舰店或自营旗舰店 2024/11/19 日数据，观研天下整理

受纯净水新品推广费用激增、饮用水销量萎缩引发的固定成本分摊压力影响，饮用纯净水行业利润空间收缩，多家头部企业相关营业收入下滑。以头部企业华润饮料为例，2024年华润饮料的包装饮用水产品收入为121.24亿元，较2023年减少约3.22亿元，营收占比为89.7%，同比下降约2.4%。其中，单瓶容量在1升以下的小规格瓶装水产品，即消费者所熟知的怡宝绿瓶纯净水，收入从2023年的77.16亿元降至70.28亿元，营收占比由2023年的57.1%下滑至52%。

四、市场呈现一超多强的竞争格局，华润饮料龙头地位稳固

目前在我国饮用纯净水市场呈现一超多强的竞争格局，华润饮料龙头地位稳固。有相关数据

显示，2023年中国纯净水市场销售额前五分别为华润饮料、娃哈哈、今麦郎、景田百岁山和康师傅，行业CR5占比54%，行业集中度较高。其中，华润饮料在市场上占据显著地位，市场占比达到32.7%，份额远超第二名至第五名份额之和，优势显著，成为行业内的领军企业。

数据来源：公开数据，观研天下整理（WW）

注：上述信息仅作参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。

个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国饮用纯净水行业现状深度研究与发展前景预测报告（2025-2032年）》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 饮用纯净水 的权威数据，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。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。

本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

目录大纲：

【第一部分 行业定义与监管】

第一章 2020-2024年中国 饮用纯净水 行业发展概述

第一节 饮用纯净水 行业发展情况概述

一、 饮用纯净水 行业相关定义

二、 饮用纯净水 特点分析

三、 饮用纯净水 行业基本情况介绍

四、 饮用纯净水 行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、 饮用纯净水 行业需求主体分析

第二节 中国 饮用纯净水 行业生命周期分析

一、 饮用纯净水 行业生命周期理论概述

二、	饮用纯净水	行业所属的生命周期分析
第三节	饮用纯净水	行业经济指标分析
一、	饮用纯净水	行业的赢利性分析
二、	饮用纯净水	行业的经济周期分析
三、	饮用纯净水	行业附加值的提升空间分析
第二章	中国 饮用纯净水	行业监管分析
第一节	中国 饮用纯净水	行业监管制度分析
一、	行业主要监管体制	
二、	行业准入制度	
第二节	中国 饮用纯净水	行业政策法规
一、	行业主要政策法规	
二、	主要行业标准分析	
第三节	国内监管与政策对 饮用纯净水	行业的影响分析
【第二部分 行业环境与全球市场】		
第三章	2020-2024年中国 饮用纯净水	行业发展环境分析
第一节	中国宏观环境与对 饮用纯净水	行业的影响分析
一、	中国宏观经济环境	
一、	中国宏观经济环境对 饮用纯净水	行业的影响分析
第二节	中国社会环境与对 饮用纯净水	行业的影响分析
第三节	中国对磷矿石易环境与对 饮用纯净水	行业的影响分析
第四节	中国 饮用纯净水	行业投资环境分析
第五节	中国 饮用纯净水	行业技术环境分析
第六节	中国 饮用纯净水	行业进入壁垒分析
一、	饮用纯净水	行业资金壁垒分析
二、	饮用纯净水	行业技术壁垒分析
三、	饮用纯净水	行业人才壁垒分析
四、	饮用纯净水	行业品牌壁垒分析
五、	饮用纯净水	行业其他壁垒分析
第七节	中国 饮用纯净水	行业风险分析
一、	饮用纯净水	行业宏观环境风险
二、	饮用纯净水	行业技术风险
三、	饮用纯净水	行业竞争风险
四、	饮用纯净水	行业其他风险
第四章	2020-2024年全球 饮用纯净水	行业发展现状分析
第一节	全球 饮用纯净水	行业发展历程回顾

第二节 全球	饮用水	行业市场规模与区域分	饮用水	情况
第三节 亚洲	饮用水	行业地区市场分析		
一、亚洲	饮用水	行业市场现状分析		
二、亚洲	饮用水	行业市场规模与市场需求分析		
三、亚洲	饮用水	行业市场前景分析		
第四节 北美	饮用水	行业地区市场分析		
一、北美	饮用水	行业市场现状分析		
二、北美	饮用水	行业市场规模与市场需求分析		
三、北美	饮用水	行业市场前景分析		
第五节 欧洲	饮用水	行业地区市场分析		
一、欧洲	饮用水	行业市场现状分析		
二、欧洲	饮用水	行业市场规模与市场需求分析		
三、欧洲	饮用水	行业市场前景分析		
第六节 2025-2032年全球	饮用水	行业分	饮用水	走势预测
第七节 2025-2032年全球	饮用水	行业市场规模预测		
【第三部分 国内现状与企业案例】				
第五章 中国	饮用水	行业运行情况		
第一节 中国	饮用水	行业发展状况情况介绍		
一、		行业发展历程回顾		
二、		行业创新情况分析		
三、		行业发展特点分析		
第二节 中国	饮用水	行业市场规模分析		
一、影响中国	饮用水	行业市场规模的因素		
二、中国	饮用水	行业市场规模		
三、中国	饮用水	行业市场规模解析		
第三节 中国	饮用水	行业供应情况分析		
一、中国	饮用水	行业供应规模		
二、中国	饮用水	行业供应特点		
第四节 中国	饮用水	行业需求情况分析		
一、中国	饮用水	行业需求规模		
二、中国	饮用水	行业需求特点		
第五节 中国	饮用水	行业供需平衡分析		
第六节 中国	饮用水	行业存在的问题与解决策略分析		
第六章 中国	饮用水	行业产业链及细分市场分析		
第一节 中国	饮用水	行业产业链综述		

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、产业链运行机制
- 三、 饮用纯净水 行业产业链图解
- 第二节 中国 饮用纯净水 行业产业链环节分析
 - 一、上游产业发展现状
 - 二、上游产业对 饮用纯净水 行业的影响分析
 - 三、下游产业发展现状
 - 四、下游产业对 饮用纯净水 行业的影响分析
- 第三节 中国 饮用纯净水 行业细分市场分析
 - 一、细分市场一
 - 二、细分市场二
- 第七章 2020-2024年中国 饮用纯净水 行业市场竞争分析
 - 第一节 中国 饮用纯净水 行业竞争现状分析
 - 一、中国 饮用纯净水 行业竞争格局分析
 - 二、中国 饮用纯净水 行业主要品牌分析
 - 第二节 中国 饮用纯净水 行业集中度分析
 - 一、中国 饮用纯净水 行业市场集中度影响因素分析
 - 二、中国 饮用纯净水 行业市场集中度分析
 - 第三节 中国 饮用纯净水 行业竞争特征分析
 - 一、企业区域分 饮用纯净水 特征
 - 二、企业规模分 饮用纯净水 特征
 - 三、企业所有制分 饮用纯净水 特征
- 第八章 2020-2024年中国 饮用纯净水 行业模型分析
 - 第一节 中国 饮用纯净水 行业竞争结构分析（波特五力模型）
 - 一、波特五力模型原理
 - 二、供应商议价能力
 - 三、购买者议价能力
 - 四、新进入者威胁
 - 五、替代品威胁
 - 六、同业竞争程度
 - 七、波特五力模型分析结论
 - 第二节 中国 饮用纯净水 行业SWOT分析
 - 一、SWOT模型概述
 - 二、行业优势分析
 - 三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国 饮用纯净水

行业SWOT分析结论

第三节 中国 饮用纯净水

行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第九章 2020-2024年中国

饮用纯净水

行业需求特点与动态分析

第一节 中国 饮用纯净水

行业市场动态情况

第二节 中国 饮用纯净水

行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 饮用纯净水

行业成本结构分析

第四节 饮用纯净水

行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节 中国 饮用纯净水

行业价格现状分析

第六节 2025-2032年中国

饮用纯净水

行业价格影响因素与走势预测

第十章 中国 饮用纯净水

行业所属行业运行数据监测

第一节 中国 饮用纯净水

行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国 饮用纯净水

行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国 饮用纯净水

行业所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十一章 2020-2024年中国 饮用纯净水 行业区域市场现状分析

第一节 中国 饮用纯净水 行业区域市场规模分析

一、影响 饮用纯净水 行业区域市场分 饮用纯净水 的因素

二、中国 饮用纯净水 行业区域市场分 饮用纯净水

第二节 中国华东地区 饮用纯净水 行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区 饮用纯净水 行业市场分析

(1) 华东地区 饮用纯净水 行业市场规模

(2) 华东地区 饮用纯净水 行业市场现状

(3) 华东地区 饮用纯净水 行业市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区 饮用纯净水 行业市场分析

(1) 华中地区 饮用纯净水 行业市场规模

(2) 华中地区 饮用纯净水 行业市场现状

(3) 华中地区 饮用纯净水 行业市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区 饮用纯净水 行业市场分析

(1) 华南地区 饮用纯净水 行业市场规模

(2) 华南地区 饮用纯净水 行业市场现状

(3) 华南地区 饮用纯净水 行业市场规模预测

第五节 华北地区 饮用纯净水 行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区 饮用纯净水 行业市场分析

(1) 华北地区 饮用纯净水 行业市场规模

(2) 华北地区 饮用纯净水 行业市场现状

(3) 华北地区	饮用纯净水	行业市场规模预测	
第六节 东北地区市场分析			
一、东北地区概述			
二、东北地区经济环境分析			
三、东北地区	饮用纯净水	行业市场分析	
(1) 东北地区	饮用纯净水	行业市场规模	
(2) 东北地区	饮用纯净水	行业市场现状	
(3) 东北地区	饮用纯净水	行业市场规模预测	
第七节 西南地区市场分析			
一、西南地区概述			
二、西南地区经济环境分析			
三、西南地区	饮用纯净水	行业市场分析	
(1) 西南地区	饮用纯净水	行业市场规模	
(2) 西南地区	饮用纯净水	行业市场现状	
(3) 西南地区	饮用纯净水	行业市场规模预测	
第八节 西北地区市场分析			
一、西北地区概述			
二、西北地区经济环境分析			
三、西北地区	饮用纯净水	行业市场分析	
(1) 西北地区	饮用纯净水	行业市场规模	
(2) 西北地区	饮用纯净水	行业市场现状	
(3) 西北地区	饮用纯净水	行业市场规模预测	
第九节 2025-2032年中国	饮用纯净水	行业市场规模区域分	饮用纯净水 预测
第十二章	饮用纯净水	行业企业分析（随数据更新可能有调整）	
第一节 企业一			
一、企业概况			
二、主营产品			
三、运营情况			
1、主要经济指标情况			
2、企业盈利能力分析			
3、企业偿债能力分析			
4、企业运营能力分析			
5、企业成长能力分析			
四、公司优势分析			
第二节 企业二			

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第三节 企业三

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第四节 企业四

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第五节 企业五

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第六节 企业六

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第七节 企业七

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第八节 企业八

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第九节 企业九

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第十节 企业十

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

【第四部分 展望、结论与建议】

第十三章 2025-2032年中国 饮用纯净水 行业发展前景分析与预测

第一节 中国 饮用纯净水 行业未来发展前景分析

一、中国 饮用纯净水 行业市场机会分析

二、中国 饮用纯净水 行业投资增速预测

第二节 中国 饮用纯净水 行业未来发展趋势预测

第三节 中国 饮用纯净水 行业规模发展预测

一、中国 饮用纯净水 行业市场规模预测

二、中国 饮用纯净水 行业市场规模增速预测

三、中国 饮用纯净水 行业产值规模预测

四、中国 饮用纯净水 行业产值增速预测

五、中国 饮用纯净水 行业供需情况预测

第四节 中国 饮用纯净水 行业盈利走势预测

第十四章 中国 饮用纯净水 行业研究结论及投资建议

第一节 观研天下中国 饮用纯净水 行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节 中国 饮用纯净水 行业进入策略分析

一、目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 饮用纯净水 行业品牌营销策略分析

一、 饮用纯净水 行业产品策略

二、 饮用纯净水 行业定价策略

三、 饮用纯净水 行业渠道策略

四、 饮用纯净水 行业推广策略

第四节 观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202504/747591.html>