

2017-2022年中国瓶装水行业市场发展现状及十三五投资规划研究报告

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《2017-2022年中国瓶装水行业市场发展现状及十三五投资规划研究报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/279115279115.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

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。

从品牌检测情况来看饮用瓶装水行业中农夫山泉、康师傅和娃哈哈分别以18.96%、9.04%和8.71%的市场综合占有率成为最热销的三大品牌。总体来看，行业的品牌认知度比较高。通过对全国大型零售企业的月度、年度市场销售数据监测，2015年度中国饮用瓶装水十大品牌排名如下：

2015年中国饮用瓶装水十大品牌市场占有率

中国报告网发布的《2017-2022年中国瓶装水行业市场发展现状及十三五投资规划研究报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。它是业内企业、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。

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。

第一章中国瓶装水行业PEST模型分析

第一节瓶装水行业定义统计标准

- 一、瓶装水行业概念及分类
- 二、瓶装水行业统计部门和统计口径
- 三、瓶装水行业产业链结构分析
- 四、瓶装水行业发展周期分析

第二节中国瓶装水行业政策环境分析（P）

- 一、行业相关政策动向
- 二、行业产品质量标准
- 三、行业生产安全标准

四、行业贸易环境分析

五、行业“十三五”发展规划

第三节中国瓶装水行业经济环境分析（E）

一、国际宏观经济及对瓶装水行业影响

二、国内宏观经济及对瓶装水行业影响

三、食品制造行业主要经济指标分析

四、瓶装水行业在食品制造行业地位分析

第四节中国瓶装水行业社会环境分析（S）

一、我国人口因素及对瓶装水行业影响

二、瓶装水人均消费及发展影响

三、国内生活方式及对瓶装水行业影响

第五节中国瓶装水行业技术环境分析（T）

一、生产技术

二、安全检测技术

第二章2014-2016年全球瓶装水行业市场发展状况分析

第一节2014-2016年世界瓶装水行业发展状况

一、世界瓶装水行业发展情况

二、世界瓶装水消费及趋势分析

三、世界瓶装水行业发展趋势分析

第二节美国瓶装水行业现状分析

一、美国瓶装水行业的市场现状

二、美国瓶装水行业的市场特征

第三节日本瓶装水行业现状分析

一、日本瓶装水行业的市场规模

二、日本瓶装水行业的市场特征

三、日本饮料市场销售特征

第四节欧洲瓶装水行业市场状况

一、欧洲瓶装水行业的市场现状

二、欧洲瓶装水行业的市场特征

第五节主要跨国瓶装水公司在中国市场的投资布局

第三章2014-2016年我国瓶装水行业现状及市场发展分析

第一节2014-2016年我国瓶装水行业发展现状

一、瓶装水行业市场规模

二、瓶装水行业产品发展现状

三、瓶装水行业消费市场现状

第二节2014-2016年瓶装水行业发展特点分析

- 一、市场格局特点
- 二、产品创新特点
- 三、营销服务特点
- 四、市场品牌特点

第三节2014-2016年瓶装水市场结构和价格走势分析

- 一、2014-2016年我国瓶装水市场结构和价格走势概述
- 二、2014-2016年我国瓶装水市场结构分析
- 三、2014-2016年我国瓶装水市场价格走势分析

第四节2014-2016年重点城市瓶装水市场发展情况

第四章2014-2016年中国瓶装水行业财务指标与供需情况分析

第一节2014-2016年中国瓶装水行业经济运行主要特点

第二节2014-2016年瓶装水行业财务指标分析

- 一、经营效益
- 二、盈利能力
- 三、运营能力
- 四、偿债能力
- 五、发展能力

第三节2014-2016年全国瓶装水行业供给情况分析

- 一、全国瓶装水行业总产值分析
- 二、全国瓶装水行业产成品分析
- 三、各地区瓶装水行业供给情况分析

第四节2014-2016年全国瓶装水行业需求情况分析

- 一、全国瓶装水行业销售产值分析
- 二、全国瓶装水行业销售收入分析

第五节2014-2016年中国瓶装水行业进出口分析

- 一、行业出口分析
- 二、行业进口分析

第五章瓶装水区域市场情况分析

第一节华北地区

- 一、2014-2016年行业发展现状分析
- 二、2014-2016年市场需求情况分析
- 三、2014-2016年市场规模情况分析
- 四、2014-2016年行业竞争格局分析
- 五、2014-2016年消费者的偏好分析

六、2017-2022年行业发展趋势分析

第二节东北地区

- 一、2014-2016年行业发展现状分析
- 二、2014-2016年市场需求情况分析
- 三、2014-2016年市场规模情况分析
- 四、2014-2016年行业竞争格局分析
- 五、2017-2022年行业发展趋势分析

第三节华东地区

- 一、2014-2016年行业发展现状分析
- 二、2014-2016年市场需求情况分析
- 三、2014-2016年市场规模情况分析
- 四、2014-2016年行业竞争格局分析
- 五、2014-2016年消费者的偏好分析
- 六、2017-2022年行业发展趋势分析

第四节华南地区

- 一、2014-2016年行业发展现状分析
- 二、2014-2016年市场需求情况分析
- 三、2014-2016年市场规模情况分析
- 四、2014-2016年行业竞争格局分析
- 五、2014-2016年市场销售特性分析
- 六、2017-2022年行业发展趋势分析

第五节中南地区

- 一、2014-2016年行业发展现状分析
- 二、2014-2016年市场需求情况分析
- 三、2014-2016年市场规模情况分析
- 四、2014-2016年行业竞争格局分析
- 五、2014-2016年市场发展分析
- 六、2017-2022年行业发展趋势分析

第六节西南地区

- 一、2014-2016年行业发展现状分析
- 二、2014-2016年市场需求情况分析
- 三、2014-2016年市场规模情况分析
- 四、2014-2016年行业竞争格局分析
- 五、2014-2016年消费者的偏好分析
- 六、2017-2022年行业发展趋势分析

第七节西北地区

- 一、2014-2016年行业发展现状分析
- 二、2014-2016年市场需求情况分析
- 三、2014-2016年市场规模情况分析
- 四、2014-2016年行业竞争格局分析
- 五、2014-2016年水源安全分析
- 六、2017-2022年行业发展趋势分析

第六章中国瓶装水行业消费市场分析

第一节中国瓶装水消费者收入分析

第二节瓶装水行业产品目标客户群体调查

- 一、不同收入水平消费者偏好调查
- 二、不同年龄的消费者偏好调查
- 三、不同地区的消费者偏好调查

第三节瓶装水市场消费需求分析

- 一、瓶装水市场的消费需求变化
- 二、瓶装水行业的需求情况分析
- 三、2015年瓶装水品牌市场消费需求趋势

第四节瓶装水消费市场状况分析

- 一、瓶装水行业消费特点
- 二、瓶装水消费者分析
- 三、瓶装水消费结构分析
- 四、瓶装水消费的市场变化
- 五、瓶装水市场的消费方向

第五节不同客户购买相关的态度及影响分析

- 一、价格敏感程度
- 二、品牌的影响
- 三、购买方便的影响
- 四、广告的影响程度
- 五、包装的影响程度

第六节瓶装水行业产品的品牌市场调查

- 一、消费者对行业品牌认知度宏观调查
- 二、消费者对行业产品的品牌偏好调查
- 三、消费者对行业品牌的首要认知渠道
- 四、消费者经常购买的品牌调查
- 五、瓶装水行业品牌忠诚度调查

六、瓶装水行业品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第七章瓶装水行业竞争格局与竞争策略分析

第一节波特五力模型分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节2014-2016年瓶装水行业竞争格局分析

一、2014-2016年国内外瓶装水竞争分析

二、2014-2016年我国瓶装水市场竞争分析

三、2017-2022年国内主要瓶装水企业动向

四、2014年国内瓶装水拟在建项目分析

第四节瓶装水市场竞争策略分析

一、2014年瓶装水市场增长潜力分析

二、2014年瓶装水主要潜力品种分析

三、现有瓶装水产品竞争策略分析

四、典型企业品牌竞争策略分析

第五节瓶装水企业竞争策略分析

一、瓶装水行业竞争格局的影响因素分析

二、2017-2022年我国瓶装水市场竞争趋势

三、2017-2022年瓶装水行业竞争策略分析

四、2017-2022年瓶装水企业竞争策略分析

第八章主要瓶装水企业竞争分析

第一节法国达能集团有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第二节杭州娃哈哈集团有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第三节昆仑山矿泉水有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第四节西藏5100水资源控股有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第五节雀巢(中国)有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第六节青岛崂山矿泉水有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第七节农夫山泉股份有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第八节华润怡宝食品饮料(深圳)有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第九节深圳市景田食品饮料有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第十节康师傅控股有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第九章瓶装水行业发展趋势与前景预测

第一节我国瓶装水行业前景与机遇分析

一、我国瓶装水行业发展前景

二、我国瓶装水发展机遇分析

第二节2017-2022年中国瓶装水市场趋势分析

一、2014-2016年瓶装水市场趋势总结

二、2017-2022年瓶装水产业政策趋向

三、2017-2022年瓶装水技术革新趋势

四、2017-2022年瓶装水价格走势分析

五、2017-2022年瓶装水发展趋势分析

第三节未来瓶装水需求与消费预测

一、2017-2022年瓶装水行业总产值预测

二、2017-2022年瓶装水行业销售收入预测

三、2017-2022年瓶装水市场规模预测

第四节2017-2022年中国瓶装水行业供需预测

一、2017-2022年中国瓶装水供给预测

二、2017-2022年中国瓶装水需求预测

三、2017-2022年中国瓶装水供需平衡预测

四、2017-2022年中国瓶装水产品价格趋势

五、2017-2022年主要瓶装水产品进出口预测

第十章瓶装水行业投资现状与投资环境分析

第一节2014-2016年瓶装水行业投资情况分析

第二节经济发展环境分析

一、我国宏观经济形势分析

二、2017-2022年投资趋势及其影响预测

第三节政策法规环境分析

第四节技术发展环境分析

- 一、2015年瓶装水技术发展分析
- 二、2017-2022年瓶装水技术发展趋势分析

第五节社会发展环境分析

第十一章瓶装水行业投资机会与风险分析

第一节行业投资收益率比较及分析

- 一、2015年相关产业投资收益率比较
- 二、2014-2016年行业投资收益率分析

第二节瓶装水行业投资效益分析

- 一、2014-2016年瓶装水行业投资状况分析
- 二、2017-2022年瓶装水行业投资效益分析
- 四、2017-2022年瓶装水行业的投资方向
- 五、2017-2022年瓶装水行业投资的建议
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析

第三节影响瓶装水行业发展的主要因素（SWOT分析）

- 一、2017-2022年影响瓶装水行业运行的有利因素分析
- 二、2017-2022年影响瓶装水行业运行的不利因素分析
- 三、2017-2022年我国瓶装水行业发展面临的挑战分析
- 四、2017-2022年我国瓶装水行业发展面临的机遇分析

第四节瓶装水行业投资风险及控制策略分析

- 一、2017-2022年瓶装水行业市场风险及控制策略
- 二、2017-2022年瓶装水行业政策风险及控制策略
- 三、2017-2022年瓶装水行业经营风险及控制策略
- 四、2017-2022年瓶装水行业技术风险及控制策略
- 五、2017-2022年瓶装水行业同业竞争风险及控制策略
- 六、2017-2022年瓶装水行业其他风险及控制策略

第十二章瓶装水行业投资战略研究

第一节瓶装水行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第二节对我国瓶装水品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、瓶装水实施品牌战略的意义
- 三、我国瓶装水企业的品牌战略
- 四、瓶装水品牌战略管理的策略

第三节瓶装水经营策略分析

- 一、瓶装水市场细分策略
- 二、瓶装水市场创新策略
- 三、饮料品牌定位与品类规划
- 四、瓶装水新产品差异化战略

第四节投资战略研究

图表目录：

图表：行业发展周期

图表：行业生命周期图

图表：不含CO₂气体矿泉水的加工工艺流程

图表：含CO₂气体矿泉水的加工工艺流程

图表：反渗透饮用纯水生产工艺流程

图表：色度原始数据记录表

图表：臭和味的强度等级

图表：净含量原始记录表

图表：标准缓冲溶液在不同温度时的pH

图表：pH原始记录表

图表：电导率原始记录表

图表：菌落总数原始记录表

图表：综合产品报告

图表：2014-2016年我国瓶装水产量与销售额分析

图表：低端瓶装水市场占比情况

图表：我国瓶装水品牌特点

图表：2014-2016年全国包装饮用水产量分析

图表：2014年中国包装饮用水产量分省市统计表

图表：2014-2016年全国包装饮用水产量分析

图表：2014-2016年全国瓶装水销售收入分析

图表：2014-2016年我国瓶装水出口数据分析

图表：2014-2016年我国矿泉水出口数据分析

图表：2014-2016年我国天然水出口数据分析

图表：2014-2016年我国瓶装水进口数据分析

图表：2014-2016年我国矿泉水进口数据分析

图表：2014-2016年我国天然水进口数据分析

图表：2015年北京地区包装饮用水产量分析

图表：北京地区消费者购买瓶装水考虑因素调查分析

图表：2015年吉林省包装饮用水产量分析

图表：2015年上海包装饮用水产量分析

图表：2015年广东省包装饮用水产量分析

图表：2015年四川省包装饮用水产量分析

(GYZX)

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/279115279115.html>