



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国饮用水市场分 析及投资策略研究报告

一、调研说明

《2017-2022年中国饮用水市场分析及投资策略研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/282179.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

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。

2015年，在国家一系列政策密集出台的环境下，在国内市场强劲需求的推动下，我国包装饮用水产业整体保持平稳较快增长。随着产业投入加大、技术突破与规模积累，在可以预见的未来，开始迎来发展的加速期。

2012年中国包装饮用水类产量为5562.78万吨，同比增长19.2%，2013年中国包装饮用水类产量为6651.14万吨，同比增长13.01%，2014年中国包装饮用水类产量为7816.14万吨，同比增长9.37%。

2014年中国包装饮用水类分省产量数据统计分析

地区	产量（吨）	占比
全国	78161362	
四川省	8048067	10.30%
广东省	12434746	15.91%
河南省	5761098	7.37%
吉林省	6833771	8.74%
广西	4611206	5.90%
山东省	4229754	5.41%
湖南省	3729137	4.77%
贵州省	2606324	3.33%
湖北省	2316659	2.96%
内蒙古	2991432	3.83%
浙江省	2752154	3.52%
江苏省	1416548	1.81%
黑龙江省	1240850	1.59%
云南省	1755665	2.25%
福建省	2074526	2.65%
江西省	1291067	1.65%
辽宁省	1681661	2.15%
陕西省	1462582	1.87%
上海市	1037357	1.33%
安徽省	1457955	1.87%
甘肃省	831873.2	1.06%
河北省	1466293	1.88%
重庆市	739661.4	0.95%
北京市	1536319	1.97%
天津市	2380099	3.05%
海南省	253986	0.32%
青海省	277882	0.36%
新疆	560870	0.72%
山西省	255477	0.33%
西藏	114507.1	0.15%
宁夏	11836	0.02%

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 饮用水概述

1.1 饮用水的概念及分类

1.1.1 饮用水简介

1.1.2 饮用水的分类

1.2 饮用水与健康

2015年10月中国包装饮用水类产量为6,623,910.03吨，同比增长4.01%。2015年1-10月止累计中国包装饮用水类产量73,945,256.18吨，同比增长7.69%。2015年10月全国包装饮用水类数据表如下表所示：

2015年1-10月全国包装饮用水类产量分省市统计表

地区	10月(吨)	1-10月止累计(吨)	10月同比增长(%)	1-10月累计同比增长(%)
全国	6,623,910.03	73,945,256.18	4.01	7.69
北京	59,822.30	1,288,098.10	-35.02	-26.43
天津	110,561.19	1,848,120.61	0.19	-16.5
河北	92,076.43	1,167,601.07	14.17	7.55
山西	12,248.00	195,826.56	50.23	-14.57
内蒙古	75,366.21	1,152,315.23	-67.7	-55.85
辽宁	52,118.00	1,121,009.00	-62.24	-15.9
吉林	10,000.00	10,000.00	0.00	0.00

林	684,959.13	7,254,434.32	34.33	19.45	黑龙江	146,783.00	1,270,700.05	10.86	18.84	上海
	63,452.29	896,231.76	-8.62	0.48	江苏	116,983.00	1,261,113.00	-6.41	12.58	浙江
	130,800.91	2,358,346.82	-5.51	-6.55	安徽	83,554.25	1,274,128.83	0.88	-4.92	福建
	163,920.66	1,846,370.57	-8.54	-0.95	江西	114,390.94	1,571,840.75	-10.65	48.63	山东
	541,454.43	4,431,415.14	49.99	23.15	河南	568,369.90	5,367,396.11	3.36	11.72	湖北
	260,452.08	2,526,754.42	65.09	26.55	湖南	199,539.41	2,747,061.13	-19.22	-10.66	广东
	1,018,116.39	12,699,196.83	-15.98	13.6	广西	645,731.85	4,735,188.47	29.97	23.89	海南
	23,799.27	292,804.92	12.14	10.85	重庆	55,349.13	656,022.50	-24.37	-8.04	四川
	597,962.03	7,249,709.03	3.11	13.25	贵州	245,079.97	2,661,994.30	16.07	16.64	云南
	161,200.90	1,657,699.82	3.82	4.89	西藏	10,005.53	140,641.36	-13.52	-25.17	陕西
	223,274.98	2,468,959.12	55.71	27.37	甘肃	53,088.99	818,387.68	-19.69	-6.84	青海
	41,796.46	305,478.67	47.19	26.32	宁夏	23,456.00	147,875.00	-	1,149.37	新疆
	48,196.40	532,535.01	85.1	0.78						

2.4.4 2016年全国包装饮用水类产量情况

2.4.5 2016年包装饮用水类产量分布情况

2.5 2014-2016年各地区饮用水市场状况

2.5.1 黑龙江

2.5.2 上海

2.5.3 安徽

2.5.4 广西

2.5.5 海南

2.5.6 福建

2.5.7 西藏

2.6 中国饮用水存在的问题及发展对策

2.6.1 存在的问题

2.6.2 面临的挑战

2.6.3 监管待加强

2.6.4 相关发展建议

第三章 2014-2016年桶装水行业发展分析

3.1 2014-2016年桶装水行业的发展

3.1.1 桶装水行业简况

- 3.1.2 全球桶装水行业规模
- 3.1.3 中国桶装水行业规模
- 3.1.4 行业自律文件出炉
- 3.1.5 小包装桶装水的发展
- 3.2 2014-2016年桶装水市场格局
 - 3.2.1 桶装水市场结构分析
 - 3.2.2 净水器侵蚀桶装水市场
 - 3.2.3 桶装水市场高端化升级
 - 3.2.4 国外品牌抢滩桶装水市场
 - 3.2.5 桶装水市场竞争激烈
- 3.3 2014-2016年部分地区桶装水行业分析
 - 3.3.1 郑州
 - 3.3.2 长沙
 - 3.3.3 广东
 - 3.3.4 北京
 - 3.3.5 深圳
 - 3.3.6 张家港
- 3.4 桶装水行业发展存在的问题及对策
 - 3.4.1 企业发展困境
 - 3.4.2 行业存在的问题
 - 3.4.3 企业策略分析
 - 3.4.4 企业发展建议
 - 3.4.5 行业发展策略

第四章 2014-2016年瓶装水行业发展分析

- 4.1 国际瓶装水市场分析
 - 4.1.1 全球市场规模
 - 4.1.2 欧洲市场分析
 - 4.1.3 英国市场分析
 - 4.1.4 韩国市场格局
- 4.2 2014-2016年中国瓶装水市场分析
 - 4.2.1 行业经济规模

- 4.2.2 市场结构分析
- 4.2.3 品类市场格局
- 4.2.4 优势企业分析
- 4.2.5 行业运行特征
- 4.2.6 行业形势分析
- 4.3 2014-2016年中国瓶（罐）装饮用水制造行业财务状况分析
 - 4.3.1 行业经济规模分析
 - 4.3.2 盈利能力指标分析
 - 4.3.3 营运能力指标分析
 - 4.3.4 偿债能力指标分析
 - 4.3.5 财务状况综合评价
- 4.4 瓶装饮用水营销分析
 - 4.4.1 市场营销特性
 - 4.4.2 销售主要线路
 - 4.4.3 营销策略案例
- 4.5 中国瓶装水行业存在的问题
 - 4.5.1 市场较为混乱
 - 4.5.2 标签有待规范
 - 4.5.3 产业监管待加强

第五章 2014-2016年矿泉水行业发展分析

- 5.1 矿泉水相关介绍
 - 5.1.1 矿泉水简介
 - 5.1.2 矿泉水的类型
 - 5.1.3 矿泉水的特点
 - 5.1.4 矿物质水和矿泉水的区别
 - 5.1.5 矿泉水适应的人群及适应症
- 5.2 国际矿泉水行业发展综述
 - 5.2.1 国外矿泉水产品特点
 - 5.2.2 国外矿泉水消费规模
 - 5.2.3 欧洲矿泉水市场格局
- 5.3 中国矿泉水资源开发利用状况

- 5.3.1 总体情况
- 5.3.2 长白山
- 5.3.3 西藏
- 5.3.4 湖南省
- 5.3.5 重庆
- 5.3.6 贵州
- 5.4 2014-2016年中国矿泉水市场运行分析
 - 5.4.1 市场结构分析
 - 5.4.2 行业经济规模
 - 5.4.3 行业发展态势
 - 5.4.4 市场品牌格局
 - 5.4.5 国内竞争态势
 - 5.4.6 营销模式分析
 - 5.4.7 行业标准分析
- 5.5 中国主要地区矿泉水行业分析
 - 5.5.1 五大连池市
 - 5.5.2 吉林省
 - 5.5.3 青海省
 - 5.5.4 广州市
 - 5.5.5 深圳市
 - 5.5.6 湖南省
 - 5.5.7 广西
- 5.6 中国矿泉水产业发展面临的挑战及对策
 - 5.6.1 产业发展问题
 - 5.6.2 制约因素解析
 - 5.6.3 质量保证差距
 - 5.6.4 产业政策扶持
 - 5.6.5 产业发展建议
 - 5.6.6 产业发展措施

第六章 2014-2016年其他种类饮用水行业发展分析

6.1 纯净水

- 6.1.1 市场发展概况
- 6.1.2 行业发展特点
- 6.1.3 市场竞争格局
- 6.1.4 项目建设动态
- 6.1.5 品牌派生策略
- 6.1.6 未来发展前景
- 6.2 苏打水
 - 6.2.1 市场发展综述
 - 6.2.2 行业发展特征
 - 6.2.3 市场竞争格局
 - 6.2.4 产业基地建设
 - 6.2.5 市场发展前景
- 6.3 袋装水
 - 6.3.1 市场发展概况
 - 6.3.2 市场发展规模
 - 6.3.3 机遇与挑战
 - 6.3.4 行业技术趋势
- 6.4 直饮水
 - 6.4.1 行业运行动态
 - 6.4.2 地方政策法规
 - 6.4.3 行业发展思路
 - 6.4.4 行业发展机遇
 - 6.4.5 市场发展前景

第七章 2014-2016年水家电市场发展分析

- 7.1 水家电市场概况
 - 7.1.1 市场产品种类
 - 7.1.2 市场发展规模
 - 7.1.3 市场竞争态势
 - 7.1.4 市场品牌格局
 - 7.1.5 市场渠道解析
 - 7.1.6 市场发展难题

7.1.7 行业发展趋势

7.2 饮水机

7.2.1 总体发展状况

7.2.2 行业产量规模

7.2.3 市场竞争格局

7.2.4 市场结构分布

7.2.5 主流品牌销售

7.2.6 市场发展隐患

7.2.7 市场对策措施

7.3 净水机

7.3.1 市场发展特征

7.3.2 市场发展规模

7.3.3 市场竞争格局

7.3.4 行业标准情况

7.3.5 行业发展挑战

7.3.6 市场发展方向

7.3.7 行业发展趋势

7.3.8 行业发展前景

7.4 电热水壶

7.4.1 行业发展形势

7.4.2 电商销售规模

7.4.3 市场品牌规模

7.4.4 市场竞争格局

7.4.5 产品智能化水平

7.4.6 出口企业策略

7.5 直饮机

7.5.1 行业发展优势

7.5.2 行业基本特征

7.5.3 行业发展不足

7.5.4 市场潜力巨大

7.6 水家电行业投资分析及前景趋势

7.6.1 行业投资潜力

7.6.2 行业发展前景

7.6.3 市场发展趋势

第八章 2014-2016年饮用水替代品行业发展分析

8.1 碳酸饮料

8.1.1 行业发展形势

8.1.2 行业产量规模

8.1.3 行业运营情况

8.1.4 市场态势分析

8.2 果蔬汁饮料

8.2.1 产业运行规模

8.2.2 进口市场规模

8.2.3 行业竞争格局

8.2.4 行业标准发布

8.2.5 行业发展瓶颈

8.2.6 发展策略分析

8.2.7 产品发展方向

8.3 茶饮料

8.3.1 行业发展现状

8.3.2 企业发展形势

8.3.3 行业竞争格局

8.3.4 消费者满意度

8.3.5 行业发展困境

8.3.6 产品发展方向

8.4 功能饮料

8.4.1 市场发展状况

8.4.2 市场竞争态势

8.4.3 市场监管问题

8.4.4 市场发展潜力

8.4.5 未来前景可期

第九章 饮用水行业投资及前景趋势分析

9.1 饮用水行业投资分析

9.1.1 进军矿泉水市场机会

9.1.2 外资看好饮用水市场

9.1.3 终端直饮水投资收益

9.1.4 高端饮用水投资前景

9.2 饮用水行业未来发展趋势

9.2.1 天然矿泉水市场发展趋势

9.2.2 饮用水高端市场发展空间

9.2.3 瓶装饮用水行业发展趋势

9.2.4 饮用水处理技术趋势

9.2.5 城市饮用水保障规划

9.3 2017-2022年中国瓶（罐）装饮用水制造行业预测分析

9.3.1 中国瓶（罐）装饮用水制造行业发展影响因素分析

9.3.2 2017-2022年中国瓶（罐）装饮用水制造行业销售预测

9.3.3 2017-2022年中国瓶（罐）装饮用水制造行业利润预测

第十章 2014-2016年饮用水行业重点企业运营状况分析(AK WZY)

10.1 农夫山泉股份有限公司

（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

10.2 娃哈哈集团

（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

10.3 华润怡宝饮料（中国）有限公司

（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

10.4 深圳市景田食品饮料有限公司

（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

10.5 昆仑山矿泉水有限公司

(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

10.6 康师傅控股有限公司

(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

附录：

附录一：《生活饮用水卫生标准》

部分图表目录：

图表 矿泉水、纯净水、净水、天然净水的区别

图表 我国水资源相关法律法规

图表 2016年各水资源一级区水资源量

图表 2016年各水资源一级区供用水量

图表 我国水质占比状况

图表 2004-2016年我国发生的严重水污染事件

图表 2016中国饮用水十大品牌排行

图表 2015中国包装饮用水企业市场份额

图表 饮用水客群年龄分布

图表 各品牌饮用水消费者年龄段分析

图表 2013-2016年全国包装饮用水类产量趋势图

图表 2016年全国包装饮用水类产量数据

图表 2016年主要省份包装饮用水类产量占全国产量比重情况

图表 2015年全国包装饮用水类产量数据

图表 2015年主要省份包装饮用水类产量占全国产量比重情况

图表 2016年全国包装饮用水类产量数据

图表 2016年主要省份包装饮用水类产量占全国产量比重情况

图表 2015年包装饮用水类产量集中程度示意图

图表 2015年上海市主要河流断面水质类别比例

图表 2011-2015年上海市主要河流氨氮浓度变化趋势

图表 全球桶装水行业发展周期

图表 2011-2016年全球桶装水行业市场需求量及增长情况

图表 2011-2013年我国桶装水行业市场供需情况

图表 2016年我国桶装水行业各细分市场占总市场的结构比例

图表 2016年饮料行业各品类销量同比增速状况

图表 2016年瓶装水市场各品牌市场占有率情况

图表 2016年瓶装水市场各品牌销售量及产品均价

图表 2016年瓶装水市场各品牌市场覆盖率情况

图表 2016年整体瓶装水市场品牌市场份额变化情况

图表 2016年农夫山泉分区域市场份额变化情况

图表 2016年西南、华北和华南市场各品牌市场份额变化情况

图表 2016年瓶装水各品类下的市场情况

图表 2016年瓶装水行业的品类细分的销售额

图表 2015年瓶装水行业上榜品牌

图表 2015年瓶装水上榜品牌排名变化表

图表 2005-2016年高、低端瓶装水销量

图表 2005-2016年高、低端瓶装水销售额

图表 主要包装材料优缺点对比

图表 2016年瓶装水市场份额情况

图表 2011-2015年瓶（罐）装饮用水制造业销售收入

图表 2011-2016年瓶（罐）装饮用水制造业销售收入增长趋势图

图表 2011-2015年瓶（罐）装饮用水制造业利润总额

图表 2011-2016年瓶（罐）装饮用水制造业利润总额增长趋势图

图表 2011-2015年瓶（罐）装饮用水制造业资产总额

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/282179.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。