

2024-2030年中国饮用水行业市场专项调研及投资 前景研究报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2024-2030年中国饮用水行业市场专项调研及投资前景研究报告》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：<https://www.chyxx.com/research/202110/981914.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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、报告目录及图表目录

由智研咨询专家团队精心编制的《2024-2030年中国饮用水行业市场专项调研及投资前景研究报告》（以下简称《报告》）重磅发布，《报告》旨在从国家经济及产业发展的战略入手，分析饮用水行业未来的市场走向，挖掘饮用水行业的发展潜力，预测饮用水行业的发展前景，助力饮用水业的高质量发展。

报告从2022年全国饮用水行业发展环境、国内基本情况、细分市场、重点区域市场、强关联产业、竞争格局、投资前景等角度，系统、客观的对我国饮用水行业发展运行进行了深度剖析，展望2023年中国饮用水行业发展趋势。《报告》是系统分析2022年度中国饮用水行业发展状况的著作，对于全面了解中国饮用水行业的发展状况、开展与饮用水行业发展相关的学术研究和实践，具有重要的借鉴价值，可供从事饮用水行业相关的政府部门、科研机构、产业企业等相关人员阅读参考。

饮用水是指可以不经处理、直接供给人体饮用的水。我国包装饮用水行业自1930年第一家矿泉水生产商创建以来，经历了起步萌芽、品牌崛起、提价潮、高端细分化阶段：

1930-1999年：起步、萌芽阶段。我国第一家矿泉水生产商成立于1930年的青岛崂山。1982年国家将包括包装水在内的饮料列为计划管理产品，我国包装水行业正式进入工业化生产的起步阶段；1987年国标GB8537-87《饮用天然矿泉水》出台后，包装水扩产达到高峰，1990年代中期包装水销量已达195万吨，同时怡宝、娃哈哈、乐百氏、农夫山泉等品牌包装饮用水依次上市，呈现群雄逐鹿态势。

2000-2007年：品牌崛起。2000年农夫山泉挑起天然水与纯净水的概念之争；2001年可口可乐公司推出冰露品牌纯净水、2003年康师傅推出矿物质水概念、2004年景田推出百岁山矿泉水，包装水市场再迎数名重磅玩家；2007年，康师傅打响“第二次水战”，掀起了包装饮用水行业的价格和渠道比拼，；同年，怡宝进军全国市场，农夫山泉、康师傅、娃哈哈、怡宝等企业的寡头垄断格局逐步形成。

2008-2013年：行业门槛开始提高，迎来第一波提价潮阶段。2006、2010、2013年西藏5100、昆仑山、恒大冰泉依次上市，高端水尝试切分低价水市场；2011年，受多种因素影响，国际油价上涨推高了包装水的包装PET成本，怡宝、农夫山泉、益力、娃哈哈纷纷涨价，品牌企业开始差异化布局主流价位带。

2014年至今：高端细分化阶段。2015年后，农夫山泉、百岁山、崂山矿泉水、娃哈哈等国内品牌分别推出高端玻璃瓶水，雀巢、达能等国际品牌也分别推出巴黎水、圣培露、普娜、依云、极境之兰等高端系列，包装饮用水高端化趋势明显。2015年，农夫山泉率先推出了针对化、细分化的婴儿水，此后雀巢、达能、恒大也分别推出“雀巢优活儿童装”、“达能依云小萌瓶水”、“恒大儿童矿泉水”等。

包装饮用水的使用场景广泛，无论是低收入还是高收入人群都形成了对瓶装水的需求，部分

出于便捷性的解渴需求，而部分用于招待贵宾的饮用水也具有了一定的社交价值。随着生活水平的提高和健康意识的增强，人们对水的质量日益关注，包装水消费场景扩大到家庭用水，瓶装向桶装进阶，大包装水增长迅速。除了日常饮用，大包装水也逐渐被用于做饭、煲汤、煮茶、煮咖啡……在淘宝等电商平台的饮用水搜索页面上，也可以看到其关于泡茶等用途的宣传，消费者教育的渗透也将使得包装饮用水的需求增加。

而在包装上，出于容量的不同以及运输、环保、产品定位等方面的考虑，饮用水有瓶装、桶装、袋装、玻璃瓶四种包装类型。在容量上主要是根据消费场景进行区别，在办公室、医院、家庭等场景一般是桶装水，会议室以及零售终端场景中则以瓶装水为主。随着包装饮用水的渗透，对于1L、1.5L大包装水的需求也呈现增长，可用于外出游玩、运动等场景。2022年，我国包装饮用水需求规模约1684.31亿元。

21世纪以来，中国饮用水行业稳步成长，各种品牌的纯净水、矿泉水、蒸馏水、山泉水、天然水、矿物质水频频出现在全国市场。中国饮用水市场竞争日趋激烈。目前，农夫山泉及怡宝占据2元价位带，百岁山占据3元价位带，5元以上瓶装水根据包装材质、品牌商影响力不同，价格区间较大，国内公司包括5100西藏冰川水、农夫山泉莫涯泉、昆仑山、VOSS国产水等，跨国品牌主要是依云、巴黎水、圣培露等。2023年，各水企纷纷杀入3元水。

桶装饮用水方面，主要包括传统桶装水和一次性桶装水。一次性桶装水主要是农夫山泉、怡宝、娃哈哈、百岁山、康师傅等全国性品牌，其中农夫山泉占据了产品推出的先发优势，借助G20峰会的宣传开始一次性包装水的家庭用水市场布局。除了全国性品牌外，一部分区域性包装水品牌在当地拥有很高的市占率，是“隐形的巨头”：如福建标致、贵州北极熊、重庆宜简等，这些区域型巨头多为桶装水起家，终端售点多，运输+人工成本相对较低，较全国性品牌更具优势。

随着生活水平的提高和水环境污染的加重，健康越来越引起人们的重视，在城镇自来水系统的水处理尚不能达到发达国家从管道直接饮用的情况下，一些经济条件相对较好的家庭开始选择瓶装水作为饮用水。随着我国人民生活水平逐渐提高，消费者对饮水的要求越来越高，对健康饮水的诉求日趋强烈。国民饮水需求处于升级阶段并呈现出快速上升的趋势，预计2029年我国包装饮用水市场将突破2500亿元。但要注意的是，社会公众对食品安全的关注十分重视，若企业在这方面出现负面消息将对自身产生非常不利的影响，未来行业将进一步向品牌美誉度较高、产品质量过硬、规范化经营的饮用水品牌集中。

《2024-2030年中国饮用水行业市场专项调研及投资前景研究报告》内容丰富、数据翔实、亮点纷呈。是智研咨询重要研究成果，是智研咨询引领行业变革、寄情行业、践行使命的有力体现，更是饮用水领域从业者把脉行业不可或缺的重要工具。智研咨询已经形成一套完整、立体的智库体系，多年来服务政府、企业、金融机构等，提供科技、咨询、教育、生态、

资本等服务。

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

1.2.1 饮用水有关健康知识

1.2.2 饮用水对健康的影响

1.2.3 饮用水安全已成全球性问题

第二章 2019-2023年饮用水行业分析

2.1 2019-2023年饮用水行业政策环境分析

2.1.1 包装饮用水发布新国标

2.1.2 规范集中饮用水源编码

2.1.3 水资源相关法律法规

2.2 2019-2023年饮用水行业的发展

2.2.1 水源水质状况

2.2.2 行业外部形势

2.2.3 行业发展规模

2.2.4 行业发展态势

2.2.5 行业结构调整

2.3 2019-2023年饮用水市场格局分析

2.3.1 市场品牌格局

2.3.2 渠道竞争升级

2.3.3 消费群体分析

2.3.4 高端市场动向

2.4 2019-2023年全国包装饮用水类产量分析

2.4.1 全国包装饮用水类产量趋势

2.4.2 2019年全国包装饮用水类产量情况

2.4.3 2020年全国包装饮用水类产量情况

2.4.4 2021年全国包装饮用水类产量情况

2.4.5 包装饮用水类产量分布情况

2.5 2019-2023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 2019-2023年桶装水行业发展分析

3.1 2019-2023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 2019-2023年桶装水市场格局

3.2.1 桶装水市场集中度状况

3.2.2 桶装水市场结构分析

3.2.3 净水器侵蚀桶装水市场

3.2.4 桶装水市场高端化升级

3.2.5 国外品牌抢滩桶装水市场

3.2.6 桶装水市场竞争激烈

3.3 2019-2023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

3.4 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 2019-2023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 2019-2023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 瓶装饮用水营销分析

4.3.1 市场营销特性

4.3.2 销售主要线路

4.3.3 营销策略案例

4.4 中国瓶装水行业存在的问题

4.4.1 市场较为混乱

4.4.2 标签有待规范

4.4.3 产业监管待加强

第五章 2019-2023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
 - 5.3.5 重庆
 - 5.3.6 贵州
 - 5.3.7 安徽
- 5.4 2019-2023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 2019-2023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 2019-2023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 市场集中度分析

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 市场规模现状

7.4.3 电商销售规模

7.4.4 市场品牌分析

7.4.5 市场竞争格局

7.4.6 产品智能化水平

7.4.7 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 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 行业运营状况

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 进出口市场规模

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 市场规模预测

8.4.5 未来前景可期

第九章 饮用水行业重点企业运营状况分析

9.1 农夫山泉股份有限公司

9.1.1 企业发展概况

9.1.2 企业发展特点

9.1.3 企业盈利规模

9.1.4 企业产品动态

9.1.5 企业品牌策略

9.2 娃哈哈集团

9.2.1 企业发展概况

9.2.2 业务布局状况

9.2.3 企业发展现状

9.2.4 企业营销困境

9.2.5 企业营销策略

9.3 华润怡宝饮料（中国）有限公司

9.3.1 企业发展概况

9.3.2 企业发展理念

9.3.3 企业市场规模

9.3.4 企业品牌策略

9.3.5 企业发展战略

9.4 深圳市景田食品饮料有限公司

9.4.1 企业发展概况

9.4.2 企业发展理念

9.4.3 企业市场规模

9.4.4 企业品牌策略

9.4.5 企业发展战略

9.5 昆仑山矿泉水有限公司

9.5.1 企业发展概况

9.5.2 企业发展理念

9.5.3 企业市场规模

9.5.4 企业品牌策略

9.5.5 企业发展战略

9.6 康师傅控股有限公司

9.6.1 企业发展概况

9.6.2 企业发展理念

9.6.3 企业市场规模

9.6.4 企业品牌策略

9.6.5 企业发展战略

第十章 2024-2030年饮用水行业投资及前景趋势分析

10.1 饮用水行业投资分析

- 10.1.1 进军矿泉水市场机会
- 10.1.2 外资看好饮用水市场
- 10.1.3 终端直饮水投资收益
- 10.1.4 高端饮用水投资前景
- 10.2 饮用水行业未来发展趋势
 - 10.2.1 天然矿泉水市场发展趋势
 - 10.2.2 饮用水高端市场发展空间
 - 10.2.3 瓶装饮用水行业发展趋势
 - 10.2.4 饮用水处理技术趋势
 - 10.2.5 城市饮用水保障规划
- 10.3 2024-2030年中国瓶（罐）装饮用水制造行业预测分析
 - 10.3.1 中国瓶（罐）装饮用水制造行业发展因素分析
 - 10.3.2 2024-2030年中国瓶（罐）装饮用水制造行业销售收入预测
 - 10.3.3 2024-2030年中国瓶（罐）装饮用水制造行业利润预测

图表目录：部分

图表1：饮用水分类

图表2：2019-2023年我国水资源总量走势

图表3：2019-2023年中国包装饮用水行业运行情况

图表4：2019-2023年中国包装饮用水销售平衡情况（亿元）

图表5：2019-2023年中国包装饮用水行业供需平衡情况（万吨）

图表6：2019-2023年中国包装饮用水行业细分规模情况

图表7：包装饮用水发展阶段情况一览

图表8：我国的市场包装饮用水行业内销量领先的企业和品牌

图表9：2023年中国包装饮用水行业渠道格局

图表10：2019-2023年中国包装饮用水行业产量统计

图表11：2019-2023年中国包装饮用水行业分省市产量情况（万吨）

图表12：2019-2023年我国桶装水产量走势

图表13：2019-2023年我国桶装水需求量走势

图表14：2019-2023年我国桶装水市场规模走势

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202110/981914.html>