

中国饮用水行业市场发展分析及投资前景与投资风险研究报告(2026-2031版)

报告简介

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。

水不仅是构成身体的主要成分，而且还有许多生理功能。水的溶解力很强，许许多多物质都能溶于水，并解离为离子状态，发挥重要的作用。不溶于水的蛋白质和脂肪可悬浮在水中形成胶体或乳液，便于消化、吸收和利用；水在人体内直接参加氧化还原反应，促进各种生理活动和生化反应的进行；没有水就无法维持血液循环、呼吸、消化、吸收、分泌、排泄等生理活动。体内新陈代谢也无法进行；水的比热大，可以调节体温，保持恒定。当外界温度高或体内产热多时，水的蒸发及出汗可帮助散热。天气冷时、由于水储备热量的潜力很大，人体不致因外界寒冷而使体温降低，水的流动性大。

我国天然饮用矿泉水分布很广，尤以东南、华南各省分布较多，川西、滇西以及藏南地区也较为密集，华北、西北地区相对较少，各类矿泉水中以碳酸、硅酸、锶矿泉水为数最多，约占全部矿泉水的90%，含锌、含锂矿泉水相对较少，而含碘、含硒矿泉水为数更少。

饮用水行业研究报告中的饮用水行业数据分析以权威的国家统计数据为基础，采用宏观和微观相结合的分析方式，利用科学的统计分析方法，在描述行业概貌的同时，对饮用水行业进行细化分析，包括产品总体状况、产品生产情况、重点企业状况、主要产品总产量、进出口情况等。报告中主要运用图表及表格方式，直观地阐明了行业的经济类型构成、规模构成、经营效益比较、生产状况及对外贸易情况等，是企业了解饮用水行业市场状况必不可少的助手。在形式上，报告以丰富的数据和图表为主，突出文章的可读性和可视性，避免套话和空话。报告附加了与行业相关的数据、政策法规目录、主要企业信息及行业的大事记等，为投资者和业界人士提供了一幅生动的行业全景图。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、

全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、全国及海外相关报刊杂志的基础信息以及饮用水行业研究单位等公布和提供的大量资料。报告对我国饮用水行业的供需状况、发展现状、子行业发展变化等进行了分析，重点分析了国内外饮用水行业的发展现状、如何面对行业的发展挑战、行业的发展建议、行业竞争力，以及行业的投资分析和趋势预测等等。报告还综合了饮用水行业的整体发展动态，对行业在产品方面提供了参考建议和具体解决办法。报告对于饮用水产品生产企业、经销商、行业管理部门以及拟进入该行业的投资者具有重要的参考价值，对于研究我国饮用水行业发展规律、提高企业的运营效率、促进企业的发展壮大有学术和实践的双重意义。

报告目录

第一章 饮用水行业发展综述

第一节 饮用水行业概述及分类

一、行业概述

二、行业主要产品分类

三、行业主要商业模式

第二节 饮用水行业特征分析

一、产业链分析

二、饮用水行业在国民经济中的地位

三、饮用水行业生命周期分析

第三节 饮用水行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒/退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 中国饮用水行业运行环境分析

第一节 饮用水行业政治法律环境分析

一、行业管理体制分析

二、行业主要法律法规

三、行业相关发展规划

第二节 饮用水行业经济环境分析

一、国际宏观经济形势分析

二、国内宏观经济形势分析

三、产业宏观经济环境分析

第三节 饮用水行业社会环境分析

一、饮用水产业社会环境

二、社会环境对行业的影响

三、饮用水产业发展对社会发展的影响

第四节 饮用水行业技术环境分析

一、饮用水技术分析

二、饮用水技术发展水平

三、行业主要技术发展趋势

第三章 中国饮用水行业运行分析

第一节 饮用水行业发展状况分析

一、饮用水行业发展阶段

二、饮用水行业发展总体概况

三、饮用水行业发展特点分析

第二节 饮用水行业发展现状

一、饮用水行业市场规模

二、饮用水行业发展分析

三、饮用水企业发展分析

第三节 区域市场分析

一、区域市场分布总体情况

二、重点省市市场分析

第四节 饮用水细分产品/服务市场分析

一、细分产品/服务特色

二、细分产品/服务市场规模

三、重点细分产品/服务市场前景预测

第五节 饮用水产品/服务价格分析

一、饮用水价格走势

二、影响饮用水价格的关键因素分析

三、2021-2026年饮用水产品/服务价格变化趋势

四、主要饮用水企业价位及价格策略

第四章 中国饮用水行业整体运行指标分析

第一节 饮用水行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、人员规模状况分析

三、行业资产规模分析

第二节 饮用水行业产销情况分析

一、饮用水行业工业总产值

二、饮用水行业工业销售产值

三、饮用水行业产销率

第三节 饮用水行业财务指标总体分析

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

第五章 中国饮用水行业供需形势分析

第一节 饮用水行业供给分析

一、饮用水行业供给分析

二、2021-2026年饮用水行业供给变化趋势

三、饮用水行业区域供给分析

第二节 饮用水行业需求情况

一、饮用水行业需求市场

二、饮用水行业客户结构

三、饮用水行业需求的地区差异

第三节 饮用水市场应用及需求预测

- 一、饮用水应用市场总体需求分析
- 二、2026-2031年饮用水行业领域需求量预测
- 三、重点行业饮用水产品/服务需求分析预测

第六章 中国饮用水行业产业结构分析

第一节 饮用水产业结构分析

- 一、市场细分充分程度分析
- 二、各细分市场领先企业排名
- 三、各细分市场占总市场的结构比例
- 四、领先企业的结构分析(所有制结构)

第二节 产业价值链条的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

- 一、产业价值链条的构成
- 二、产业链条的竞争优势与劣势分析

第三节 产业结构发展预测

- 一、产业结构调整指导政策分析
- 二、产业结构调整中消费者需求的引导因素
- 三、中国饮用水行业参与国际竞争的战略市场定位
- 四、产业结构调整方向分析

第七章 中国饮用水行业产业链分析

第一节 饮用水行业产业链分析

- 一、产业链结构分析
- 二、主要环节的增值空间
- 三、与上下游行业之间的关联性

第二节 饮用水上游行业分析

一、饮用水产品成本构成

二、上游行业发展现状

三、2021-2026年上游行业发展趋势

四、上游供给对饮用水行业的影响

第三节 饮用水下游行业分析

一、饮用水下游行业分布

二、下游行业发展现状

三、2021-2026年下游行业发展趋势

四、下游需求对饮用水行业的影响

第八章 中国饮用水行业渠道分析及策略

第一节 饮用水行业渠道分析

一、渠道形式及对比

二、各类渠道对饮用水行业的影响

三、主要饮用水企业渠道策略研究

四、各区域主要代理商情况

第二节 饮用水行业用户分析

一、用户需求特点分析

二、用户购买途径分析

第三节 饮用水行业营销策略分析

一、中国饮用水营销概况

二、饮用水营销策略探讨

三、饮用水营销发展趋势

第九章 2021-2026年中国饮用水市场运行情况分析

第一节 2021-2026年中国饮用水市场情况分析

一、我国饮用水产能分析

二、我国饮用水区域市场规模分析

第二节 2021-2026年中国饮用水需求与消费情况分析

一、我国饮用水行业总体消费情况分析

二、我国饮用水行业供需错位情况分析

三、我国饮用水行业需求满足情况分析

第三节 2021-2026年中国饮用水市场产品营销分析

一、饮用水市场主要销售渠道分析

二、饮用水市场广告与促销方式分析

三、饮用水市场价格竞争方式分析

第十章 中国饮用水行业竞争形势及策略

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、饮用水行业竞争结构分析

二、饮用水行业企业间竞争格局分析

三、饮用水行业集中度分析

四、饮用水行业swot分析

第二节 饮用水行业竞争格局综述

一、饮用水行业竞争概况

二、中国饮用水行业竞争力分析

三、饮用水市场竞争策略分析

第十一章 中国饮用水主要企业发展概述

第一节 加多宝(中国)饮料有限公司

一、企业概况

二、企业优势分析

三、产品/服务特色

四、经营状况

五、2021-2026年发展规划

第二节 农夫山泉股份有限公司

一、企业概况

二、企业优势分析

三、产品/服务特色

四、经营状况

五、2021-2026年发展规划

第三节 景田(深圳)食品饮料集团有限公司

一、企业概况

二、企业优势分析

三、产品/服务特色

四、经营状况

五、2021-2026年发展规划

第四节 达能依云食品营销(上海)有限公司

一、企业概况

二、企业优势分析

三、产品/服务特色

四、经营状况

五、2021-2026年发展规划

第五节 恒大农牧集团有限公司

一、企业概况

二、企业优势分析

三、产品/服务特色

四、经营状况

五、2021-2026年发展规划

第六节 华润怡宝饮料(中国)有限公司

一、企业概况

二、企业优势分析

三、产品/服务特色

四、经营状况

五、2021-2026年发展规划

第七节 雀巢(中国)有限公司

一、企业概况

二、企业优势分析

三、产品/服务特色

四、经营状况

五、2021-2026年发展规划

第八节 西藏冰川矿泉水有限公司

一、企业概况

二、企业优势分析

三、产品/服务特色

四、经营状况

五、2021-2026年发展规划

第九节 屈臣氏集团(香港)有限公司

一、企业概况

二、企业优势分析

三、产品/服务特色

四、经营状况

五、2021-2026年发展规划

第十节 杭州娃哈哈集团有限公司

一、企业概况

二、企业优势分析

三、产品/服务特色

四、经营状况

五、2021-2026年发展规划

第十二章 2026-2031年中国饮用水行业投资前景分析

第一节 饮用水市场发展前景

一、饮用水市场发展潜力

二、饮用水市场发展前景展望

三、饮用水细分行业发展前景分析

第二节 饮用水市场发展趋势预测

一、饮用水行业发展趋势

二、饮用水市场规模预测

三、饮用水行业应用趋势预测

四、2026-2031年细分市场发展趋势预测

第三节 饮用水行业供需预测

一、饮用水行业供给预测

二、饮用水行业需求预测

三、饮用水供需平衡预测

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

一、市场整合成长趋势

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测

三、企业区域市场拓展的趋势

四、科研开发趋势及替代技术进展

五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十三章 2026-2031年中国饮用水行业投资机会与风险分析

第一节 饮用水行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

第二节 饮用水行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

第三节 饮用水行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

第十四章 2026-2031年中国饮用水行业投资战略研究

第一节 饮用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

第二节 饮用水新产品差异化战略

一、饮用水行业投资战略研究

二、饮用水行业投资战略

三、细分行业投资战略

第十五章 研究结论及投资建议

第一节 饮用水行业研究结论

第二节 饮用水行业投资价值评估

第三节 饮用水行业投资建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录

图表：2021-2026年中国饮用水行业市场规模

图表：我国包装饮用水行业平均吨价及增速(单位：元/吨、%)

图表：2021-2026年中国饮用水企业状况

图表：2021-2026年中国饮用水行业资产规模

图表：2021-2026年中国饮用水行业工业总产值

图表：2021-2026年中国饮用水行业销售产值

图表：2021-2026年中国饮用水行业盈利能力

图表：2021-2026年中国饮用水行业偿债能力

图表：2021-2026年中国饮用水行业营运能力

图表：2021-2026年中国饮用水行业发展能力

图表：2021-2026年中国饮用水行业供给

图表：2021-2026年中国饮用水行业需求

图表：饮用水细分市场

图表：包装饮用水市场占有率(按零售额)

- 图表：饮用水行业产业链结构
- 图表：饮用水渠道分类
- 图表：各渠道零售量占比变化
- 图表：农夫山泉经销商数目变化情况
- 图表：我国居民购买包装饮用水渠道占比
- 图表：2021-2026年中国饮用水行业产能
- 图表：我国饮用水市场集中度
- 图表：国内饮用水十大品牌
- 图表：加多宝(中国)饮料有限公司销售渠道分布
- 图表：农夫山泉股份有限公司销售渠道分布
- 图表：景田(深圳)食品饮料集团有限公司销售渠道分布
- 图表：达能依云食品营销(上海)有限公司销售渠道分布
- 图表：恒大农牧集团有限公司销售渠道分布
- 图表：华润怡宝饮料(中国)有限公司产品创新投入情况
- 图表：华润怡宝饮料(中国)有限公司关键绩效
- 图表：华润怡宝饮料(中国)有限公司销售渠道分布
- 图表：华润怡宝饮料(中国)有限公司产品供给情况
- 图表：雀巢(中国)有限公司销售渠道分布
- 图表：西藏冰川矿泉水有限公司销售渠道分布
- 图表：屈臣氏集团(香港)有限公司销售渠道分布
- 图表：杭州娃哈哈集团有限公司销售渠道分布
- 图表：2026-2031年中国饮用水市场规模预测

图表：2026-2031年中国饮用水供给预测

图表：2026-2031年中国饮用水需求预测

图表：2021-2026年不同价位矿泉水销售份额及变动

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

报告编号：209919

本文地址：<https://www.51baogao.cn/baogao/20210510/209919.shtml>

在线订购：[点击这里](#)