

中国桶装水行业市场前景及趋势预测与投资分析研究报告(2026-2031版)

报告简介

桶装水是指采用自来水或抽取地下水，经过现代工业技术处理(如反渗透、电渗析、蒸馏、树脂软化等)而成的纯净水或矿泉水，再由灌装生产线灌装至PC桶得到的产品。桶装水分为纯净水、矿泉水和矿物质水(由纯净水人工加入矿物质而成)。

现状

桶装水已在中国家庭消费市场站稳了脚跟，并且近几年一直在保持稳定的增长，主要消费群体较为稳定。家庭饮水是刚性且具有长期发展性的大市场，目前包装水销量仅为总饮水量的15.5%，发展空间广阔。

趋势

随着健康意识的增强和消费水平的提升，桶装水的市场需求日益增强。预计未来，消费者对水质要求的提升将使桶装水的消费由追求便捷转向注重品质。企业需要通过提升产品品质和服务水平来满足消费者日益变化的需求。

前景

预计到2025年，我国桶装水市场规模将突破3100亿元，占据软饮料市场的40.9%。为了满足不断增长的需求，桶装水企业正在不断探索市场拓展的新路径，针对不同地区、不同人群进行精准定位，充分利用新的销售渠道(如电商平台、社区营销与社交媒体)深化市场渗透，力求覆盖更多潜在客户。

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桶装水行业研究单位等公布和提供的大量资料。报告对我国桶装水行业的供需状况、发展现状、子行业

发展变化等进行了分析，重点分析了国内外桶装水行业的发展现状、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。报告还综合了桶装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。报告对于桶装水产品生产企业、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，对于研究我国桶装水行业发展规律、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。

本报告也可以用于专精特新“小巨人”申请申报。

报告目录

第一章 中国包装饮用水市场运行态势分析

第一节 中国饮用水市场运行综述

一、中国饮用水市场现状分析

二、中国饮用水市场空间正不断被放大

三、中国高端饮用水市场进入爆发期

四、中国城市饮用水源水质达标情况

五、饮用水行业呈现两极分化

第二节 中国各地区饮用水市场动态分析

第三节 中国饮用水市场存在的问题探讨

一、饮用水水质问题

二、农村饮水安全现状和存在的问题

第二章 中国桶装水行业运行环境解析

第一节 中国桶装水行业政策环境分析

一、国外饮用水水质标准介绍

(一)《美国饮用水水质标准》

(二)《欧盟饮用水水质指令》

二、中国《生活饮用水卫生标准》的回顾和发展

三、中国饮用水新标准正式实施

四、中国饮用水新标准特点解析

第二节 中国宏观经济环境分析

一、中国gdp增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、全国居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第三节 中国桶装水行业发展环境分析

一、中国城镇居民的饮水现状分析

二、中国农村饮用水现状

三、国家重点研发计划项目“高品质饮用水质量控制与检测关键技术及标准研究”

四、中国饮用水产业迈入生态时代

第四节 中国桶装水行业社会环境分析

一、中国淡水资源紧缺

二、中国饮用水质情况

第三章 中国桶装水市场运行态势分析

第一节 中国桶装水行业运行概况

一、桶装水行业特点分析

二、桶装水行业受管道直饮水冲击

三、桶装水企业加入电子监管网已显现积极效应

第二节 中国桶装水市场剖析

一、桶装水市场供需状况

二、桶装水市场规模分析

三、桶装水市场价差较大

四、农村成桶装水市场又一增长点

五、桶装水市场“正规军”产品渐成主角

六、桶装水品牌市场需求分析

第三节 中国各地区桶装水市场动态分析

一、贵阳贵安开展桶装饮用水水站专项整治行动

二、宁远桶装水整治显成效

三、东安县市场监督管理局捣毁桶装水生产黑窝点

四、上海警方抓获假冒品牌桶装水制假售假团伙

五、农夫山泉官宣桶装水涨价

第四节 中国桶装水市场存在的问题探讨

一、桶装水市场价格混乱不堪

二、桶装水流通时也可能受污染

三、桶装水饮用时可能会二次污染

四、桶装水市场利润下滑

五、中国桶装水产业面临原材料成本上涨

第五节 中国桶装水行业发展建议及策略分析

一、桶装水企业应对市场分割策略分析

二、桶装水企业亟待加强管理规范

三、桶装水以差异化竞争赢取市场

第四章 中国包装饮用水相关产量分析

第一节 包装饮用水产量情况分析

第二节 各区域包装饮用水产量

第三节 包装饮用水产量集中度

第五章 中国桶装水产品市场消费者调查分析

第一节 中国桶装水产品市场消费者群体分析

一、家庭用户

二、单位用户

第二节 中国桶装水产品消费者行为特征分析

一、消费偏好分析

二、消费周期与频次分析

第三节 中国重点城市桶装饮用水消费者研究

一、家庭消费者桶装水类型偏好

二、消费者对分质供水的兴趣

三、消费者对自动售水机购买偏好

四、消费者对桶装水的品牌认知与消费

五、居民对桶装水的满意度评价

第四节 影响中国桶装水产品消费者购买决策的因素分析

- 一、质量
- 二、口感
- 三、企业品牌
- 四、送水服务
- 五、其他因素

第六章 中国饮用水市场营销策略析

第一节 中国瓶装饮用水的营销特性

- 一、需求性
- 二、流动性
- 三、气候性与地域性
- 四、活动性
- 五、区域性
- 六、导向性

第二节 中国桶装饮用水市场营销问题探析

- 一、首要的营销目标
- 二、品牌定位的依据
- 三、品牌个性表现策略
- 四、市场细分变量的确定
- 五、产品的主要诉求点
- 六、送水上门与数据库营销
- 七、深度分销
- 八、零售终端的管理

第七章 2021-2026年中国桶装水所属行业相关产品进出口贸易市场数据分析

第一节 2021-2026年中国饮用蒸馏水所属行业进出口分析

一、饮用蒸馏水所属行业进口分析

(一)饮用蒸馏水所属行业进口数量情况

(二)饮用蒸馏水所属行业进口金额分析

(三)饮用蒸馏水所属行业进口来源分析

(四)饮用蒸馏水所属行业进口价格分析

二、饮用蒸馏水所属行业出口分析

(一)饮用蒸馏水所属行业出口数量情况

(二)饮用蒸馏水所属行业出口金额分析

(三)饮用蒸馏水所属行业出口流向分析

(四)饮用蒸馏水所属行业出口价格分析

第二节 2021-2026年中国天然水所属行业进出口分析

一、天然水所属行业进口分析

(一)天然水所属行业进口数量情况

(二)天然水所属行业进口金额分析

(三)天然水所属行业进口来源分析

(四)天然水所属行业进口价格分析

二、天然水所属行业出口分析

(一)天然水所属行业出口数量情况

(二)天然水所属行业出口金额分析

(三)天然水所属行业出口流向分析

(四)天然水所属行业出口价格分析

第三节 2021-2026年中国矿泉水所属行业进出口分析

一、矿泉水所属行业进口分析

(一)矿泉水所属行业进口数量情况

(二)矿泉水所属行业进口金额分析

(三)矿泉水所属行业进口来源分析

(四)矿泉水所属行业进口价格分析

二、矿泉水所属行业出口分析

(一)矿泉水所属行业出口数量情况

(二)矿泉水所属行业出口金额分析

(三)矿泉水所属行业出口流向分析

(四)矿泉水所属行业出口价格分析

第八章 中国桶装水产市场竞争状况分析

第一节 中国桶装水市场竞争状况分析

一、自动售水机挑战桶装水

二、外资巨头抢滩饮用水市场

三、直饮机欲争夺桶装水市场

四、国外品牌抢滩桶装水市场

第二节 中国桶装水集中度分析

一、市场集中度分析

二、区域集中度分析

第三节 中国桶装水竞争趋势分析

第九章 中国桶装水重点企业竞争性指标分析

第一节 农夫山泉股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业竞争优势分析

五、企业发展战略分析

第二节 乐百氏(广东)饮用水有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业竞争优势分析

五、企业发展战略分析

第三节 青岛啤酒集团有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业竞争优势分析

五、企业发展战略分析

第四节 华润饮料(控股)有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业竞争优势分析

五、企业发展战略分析

第五节 杭州娃哈哈集团有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业营销网络分析

五、企业竞争优势分析

第六节 深圳市景田食品饮料有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业竞争优势分析

五、企业发展战略分析

第七节 青岛崂山矿泉水有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业竞争优势分析

五、企业发展战略分析

第八节 可口可乐饮料(上海)有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业竞争优势分析

五、企业发展战略分析

第九节 广东鼎湖山泉有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业竞争优势分析

五、企业发展战略分析

第十节 上海正广和饮用水有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业竞争优势分析

五、企业发展战略分析

第十章 中国桶装水相关行业运行分析

第一节 中国饮水机行业发展概况分析

一、饮水机品牌格局

二、无热胆饮水机

三、铜内胆饮水机

四、饮水机主要品牌技术亮点

(一)美的—“沸腾胆”技术

(二)海尔—“maze技术”

五、中国饮水机市场规模分析

六、中国饮水机区域市场分析

七、2026-2031年中国饮水机市场趋势分析

第二节 中国瓶装水行业发展概况分析

一、瓶装水市场竞争格局分析

二、瓶装水行业梯队分析

三、高端瓶装水争夺市场

四、优质水源地竞争分析

五、瓶装水市场销量分析

六、2026-2031年中国瓶装水市场发展趋势分析

第三节 中国其他种类饮用水发展状况分析

一、国内纯净水市场逐渐壮大

二、纯净水行业发展分析

三、功能水国际市场速生速长

四、功能水机市场突起

五、中国发布首个功能水行业标准

六、袋装水出击市场

七、新型袋装水有望代替桶装水

八、直饮水进家庭面临难题

九、2026-2031年中国饮用水发展趋势预测分析

第十一章 2026-2031年中国桶装水行业前景预测分析

第一节 2026-2031年中国饮用水行业发展趋势

一、品牌扩张趋势

二、服务、品牌竞争趋势

三、集中化趋势

第二节 2026-2031年中国桶装水市场预测分析

一、桶装水市场供给情况分析

二、桶装水市场需求预测分析

三、桶装水市场规模预测分析

四、中国纯净水、矿泉水进出口贸易预测分析

第三节 2026-2031年中国桶装水市场盈利预测分析

第十二章 2026-2031年中国桶装水产业投资前景预测

第一节 中国桶装水行业投资概况

一、桶装水行业投资特性

二、桶装水具有良好的投资价值

第二节 2026-2031年中国桶装水投资机会分析

一、桶装水区域投资潜力分析

二、与产业链相关的投资机会分析

第三节 2026-2031年中国桶装水投资风险及防范

一、市场运营机制风险

二、金融风险分析

三、政策风险分析

四、竞争风险分析

第四节 2026-2031年桶装水行业投资策略及建议

图表目录

图表：2021-2026年中国居民生活用水总量

图表：包装饮用水产业链示意图

图表：不同类别包装水水源的区别

图表：2021-2026年中国包装饮用水行业市场规模走势图

图表：2021-2026年中国包装饮用水行业市场细分规模情况

图表：2021-2026年中国高端矿泉水需求量及增速

图表：2021-2026年中国城市集中式生活饮用水水源断面(点位)达标情况

图表：桶装水行业政策法规

图表：2021-2026年中国gdp发展运行情况

图表：2021-2026年中国三大产业增加值情况

图表：2021-2026年中国固定资产投资(不含农户)投资情况

图表：2021-2026年中国社会消费品零售总额情况

图表：2021-2026年中国居民人均可支配收入情况

图表：2008-2021-2026年中国城镇及农村居民收入及消费支出情况

图表：2021-2026年中国居民消费价格指数(cpi，上年同月=100)

图表：2021-2026年中国货物进出口总额情况

图表：2021-2026年中国水资源总量情况

图表：2021-2026年中国水资源细分来源及人均水资源量

图表：2021-2026年中国供水结构图

图表：2021-2026年中国桶装水行业供需情况

图表：2021-2026年中国桶装水行业市场规模情况

图表：2021-2026年中国桶装水行业细分市场规模情况

图表：2021-2026年中国桶装水行业市场平均价格走势

图表：2021-2026年中国桶(瓶)装水行业市场集中度

图表：2021-2026年我国包装饮用水行业供需平衡统计图

图表：2021-2026年我国包装水分省市产量

图表：2021-2026年包装饮用水产量集中度(%)

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：1552308

本文地址：<https://www.51baogao.cn/baogao/20250110/1552308.shtml>

在线订购：[点击这里](#)