

中国包装饮用水行业现状深度研究与发展前景分析报告（2025-2032）

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《中国包装饮用水行业现状深度研究与发展前景分析报告（2025-2032）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202505/751267.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

包装饮用水是指密封于符合食品安全标准的容器中、可供直接饮用的水，主要包括饮用天然矿泉水、饮用纯净水和其他类饮用水。根据水源要求与加工方式的不同，包装饮用水分为饮用天然矿泉水、饮用纯净水和其他类饮用水。

包装饮用水分类 类别 相关介绍 饮用天然矿泉水 指从地下深处自然涌出或经钻井采集的，含有一定量的矿物质、微量元素或其他成分，在一定区域未受污染并采取预防措施避免污染的水；在通常情况下，其化学成分、流量、水温等动态指标在天然周期波动范围内相对稳定。 饮用纯净水 指以直接来源于地表、地下或公共供水系统的水为水源，经适当的水净化加工方法，制成的饮用水。 其他类饮用水 其他类饮用水可分为饮用天然泉水、饮用天然水和其他饮用水： 饮用天然泉水指以地下自然涌出的泉水或经钻井采集的地下水，且未经过公共供水系统的自然来源的水为水源，制成的饮用水。 饮用天然水指以水井、山泉、水库、湖泊或高山冰川等，且未经过公共供水系统的自然来源的水为水源，制成的饮用水。 其他饮用水指饮用天然泉水与饮用天然水之外的饮用水，如以直接来源于地表、地下或公共供水系统的水为水源，经适当的加工方法，为调整口感加入一定量矿物质，但不得添加糖或其他食品配料制成的制品。

资料来源：公开资料、观研天下整理

从产业链来看，我国包装饮用水行业产业链上游主要包括原水供应、水处理和包装材料等，水处理主要是过滤器、软化器、罐装设备等；中游为包装饮用水的生产，生产饮用天然矿泉水、饮用纯净水和其他类饮用水；下游主要为包装饮用水流通，通过大型超市、商超或者送水站等各种渠道提供给终端消费者。

资料来源：公开资料、观研天下整理

市场份额来看，我国包装饮用水行业市场前五企业分别是农夫山泉、华润饮料、景田、娃哈哈、康师傅。其中农夫山泉占比最大，占比23.6%。

数据来源：公开资料、观研天下整理

集中度来看，我国包装饮用水行业市场集中度CR3达到48.1%，CR5达到58.6%，包装饮用水市场集中度较高。

数据来源：公开资料、观研天下整理

包装规格来看，包装饮用水一般分为小规格瓶装水（容量≤1升），主要适用于即饮场景；中大规格瓶装水（1升<容量≤15升），主要适用于家庭、餐饮及外出等消费场景；及桶装水，一般规格为18.9升。2023年小规格瓶装水、中大规格瓶装水、桶装水占比分别为54.33%、1

9.72%、25.95%。

数据来源：公开资料、观研天下整理

销售渠道来看，包装饮用水企业利用传统渠道及现代渠道作为主要渠道，以接触广泛的消费者群体。2023年，传统渠道和现代渠道占比较大，分别为49.81%、16.65%；电商渠道、餐饮渠道、其他渠道分别为11.02%、10%、12.51%。

数据来源：公开资料、观研天下整理（xyl）

注：上述信息仅作参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国包装饮用水行业现状深度研究与发展前景分析报告（2025-2032）》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，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。

行业报告是业内企业、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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

目录大纲：

【第一部分 行业定义与监管】

第一章 2020-2024年中国	包装饮用水	行业发展概述
第一节	包装饮用水	行业发展情况概述
一、	包装饮用水	行业相关定义
二、	包装饮用水	特点分析
三、	包装饮用水	行业基本情况介绍
四、	包装饮用水	行业经营模式
(1) 生产模式		
(2) 采购模式		
(3) 销售/服务模式		
五、	包装饮用水	行业需求主体分析

第二节 中国	包装饮用水	行业生命周期分析
一、	包装饮用水	行业生命周期理论概述
二、	包装饮用水	行业所属的生命周期分析
第三节	包装饮用水	行业经济指标分析
一、	包装饮用水	行业的赢利性分析
二、	包装饮用水	行业的经济周期分析
三、	包装饮用水	行业附加值的提升空间分析
第二章 中国	包装饮用水	行业监管分析
第一节 中国	包装饮用水	行业监管制度分析
一、	行业主要监管体制	
二、	行业准入制度	
第二节 中国	包装饮用水	行业政策法规
一、	行业主要政策法规	
二、	主要行业标准分析	
第三节 国内监管与政策对	包装饮用水	行业的影响分析
【第二部分 行业环境与全球市场】		
第三章 2020-2024年中国	包装饮用水	行业发展环境分析
第一节 中国宏观环境与对	包装饮用水	行业的影响分析
一、	中国宏观经济环境	
二、	中国宏观经济环境对	包装饮用水 行业的影响分析
第二节 中国社会环境与对	包装饮用水	行业的影响分析
第三节 中国对磷矿石易环境与对	包装饮用水	行业的影响分析
第四节 中国	包装饮用水	行业投资环境分析
第五节 中国	包装饮用水	行业技术环境分析
第六节 中国	包装饮用水	行业进入壁垒分析
一、	包装饮用水	行业资金壁垒分析
二、	包装饮用水	行业技术壁垒分析
三、	包装饮用水	行业人才壁垒分析
四、	包装饮用水	行业品牌壁垒分析
五、	包装饮用水	行业其他壁垒分析
第七节 中国	包装饮用水	行业风险分析
一、	包装饮用水	行业宏观环境风险
二、	包装饮用水	行业技术风险
三、	包装饮用水	行业竞争风险
四、	包装饮用水	行业其他风险

第四章 2020-2024年全球	包装饮用水	行业发展现状分析	
第一节 全球	包装饮用水	行业发展历程回顾	
第二节 全球	包装饮用水	行业市场规模与区域分	包装饮用水 情况
第三节 亚洲	包装饮用水	行业地区市场分析	
一、亚洲	包装饮用水	行业市场现状分析	
二、亚洲	包装饮用水	行业市场规模与市场需求分析	
三、亚洲	包装饮用水	行业市场前景分析	
第四节 北美	包装饮用水	行业地区市场分析	
一、北美	包装饮用水	行业市场现状分析	
二、北美	包装饮用水	行业市场规模与市场需求分析	
三、北美	包装饮用水	行业市场前景分析	
第五节 欧洲	包装饮用水	行业地区市场分析	
一、欧洲	包装饮用水	行业市场现状分析	
二、欧洲	包装饮用水	行业市场规模与市场需求分析	
三、欧洲	包装饮用水	行业市场前景分析	
第六节 2025-2032年全球	包装饮用水	行业分	包装饮用水 走势预测
第七节 2025-2032年全球	包装饮用水	行业市场规模预测	
【第三部分 国内现状与企业案例】			
第五章 中国	包装饮用水	行业运行情况	
第一节 中国	包装饮用水	行业发展状况情况介绍	
一、行业发展历程回顾			
二、行业创新情况分析			
三、行业发展特点分析			
第二节 中国	包装饮用水	行业市场规模分析	
一、影响中国	包装饮用水	行业市场规模的因素	
二、中国	包装饮用水	行业市场规模	
三、中国	包装饮用水	行业市场规模解析	
第三节 中国	包装饮用水	行业供应情况分析	
一、中国	包装饮用水	行业供应规模	
二、中国	包装饮用水	行业供应特点	
第四节 中国	包装饮用水	行业需求情况分析	
一、中国	包装饮用水	行业需求规模	
二、中国	包装饮用水	行业需求特点	
第五节 中国	包装饮用水	行业供需平衡分析	
第六节 中国	包装饮用水	行业存在的问题与解决策略分析	

第六章 中国	包装饮用水	行业产业链及细分市场分析
第一节 中国	包装饮用水	行业产业链综述
一、	产业链模型原理介绍	
二、	产业链运行机制	
三、	包装饮用水	行业产业链图解
第二节 中国	包装饮用水	行业产业链环节分析
一、	上游产业发展现状	
二、	上游产业对 包装饮用水	行业的影响分析
三、	下游产业发展现状	
四、	下游产业对 包装饮用水	行业的影响分析
第三节 中国	包装饮用水	行业细分市场分析
一、	细分市场一	
二、	细分市场二	
第七章 2020-2024年中国	包装饮用水	行业市场竞争分析
第一节 中国	包装饮用水	行业竞争现状分析
一、	中国 包装饮用水	行业竞争格局分析
二、	中国 包装饮用水	行业主要品牌分析
第二节 中国	包装饮用水	行业集中度分析
一、	中国 包装饮用水	行业市场集中度影响因素分析
二、	中国 包装饮用水	行业市场集中度分析
第三节 中国	包装饮用水	行业竞争特征分析
一、	企业区域分布特征	
二、	企业规模分 布	特征
三、	企业所有制分布特征	
第八章 2020-2024年中国	包装饮用水	行业模型分析
第一节 中国	包装饮用水	行业竞争结构分析（波特五力模型）
一、	波特五力模型原理	
二、	供应商议价能力	
三、	购买者议价能力	
四、	新进入者威胁	
五、	替代品威胁	
六、	同业竞争程度	
七、	波特五力模型分析结论	
第二节 中国	包装饮用水	行业SWOT分析
一、	SWOT模型概述	

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国 包装饮用水

行业SWOT分析结论

第三节 中国 包装饮用水

行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第九章 2020-2024年中国 包装饮用水

行业需求特点与动态分析

第一节 中国 包装饮用水

行业市场动态情况

第二节 中国 包装饮用水

行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 包装饮用水

行业成本结构分析

第四节 包装饮用水

行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节 中国 包装饮用水

行业价格现状分析

第六节 2025-2032年中国 包装饮用水

行业价格影响因素与走势预测

第十章 中国 包装饮用水

行业所属行业运行数据监测

第一节 中国 包装饮用水

行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国 包装饮用水

行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国 包装饮用水 行业所属行业财务指标分析

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

第十一章 2020-2024年中国 包装饮用水 行业区域市场现状分析

第一节 中国 包装饮用水 行业区域市场规模分析

一、影响 包装饮用水 行业区域市场分布 的因素

二、中国 包装饮用水 行业区域市场分布

第二节 中国华东地区 包装饮用水 行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区 包装饮用水 行业市场分析

（1）华东地区 包装饮用水 行业市场规模

（2）华东地区 包装饮用水 行业市场现状

（3）华东地区 包装饮用水 行业市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区 包装饮用水 行业市场分析

（1）华中地区 包装饮用水 行业市场规模

（2）华中地区 包装饮用水 行业市场现状

（3）华中地区 包装饮用水 行业市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区 包装饮用水 行业市场分析

（1）华南地区 包装饮用水 行业市场规模

（2）华南地区 包装饮用水 行业市场现状

（3）华南地区 包装饮用水 行业市场规模预测

第五节 华北地区 包装饮用水 行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区 包装饮用水 行业市场分析

(1) 华北地区	包装饮用水	行业市场规模
(2) 华北地区	包装饮用水	行业市场现状
(3) 华北地区	包装饮用水	行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述		
二、东北地区经济环境分析		
三、东北地区	包装饮用水	行业市场分析
(1) 东北地区	包装饮用水	行业市场规模
(2) 东北地区	包装饮用水	行业市场现状
(3) 东北地区	包装饮用水	行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述		
二、西南地区经济环境分析		
三、西南地区	包装饮用水	行业市场分析
(1) 西南地区	包装饮用水	行业市场规模
(2) 西南地区	包装饮用水	行业市场现状
(3) 西南地区	包装饮用水	行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述		
二、西北地区经济环境分析		
三、西北地区	包装饮用水	行业市场分析
(1) 西北地区	包装饮用水	行业市场规模
(2) 西北地区	包装饮用水	行业市场现状
(3) 西北地区	包装饮用水	行业市场规模预测

第九节 2025-2032年中国	包装饮用水	行业市场规模区域分布	预测
------------------	-------	------------	----

第十二章	包装饮用水	行业企业分析（随数据更新可能有调整）
------	-------	--------------------

第一节 企业一

一、企业概况	
二、主营产品	
三、运营情况	
(1)	主要经济指标情况
(2)	企业盈利能力分析
(3)	企业偿债能力分析
(4)	企业运营能力分析
(5)	企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节 企业二

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第三节 企业三

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第四节 企业四

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第五节 企业五

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- (1) 主要经济指标情况
- (2) 企业盈利能力分析
- (3) 企业偿债能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第六节 企业六

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况

- (1) 主要经济指标情况
- (2) 企业盈利能力分析
- (3) 企业偿债能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第七节 企业七

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况

- (1) 主要经济指标情况
- (2) 企业盈利能力分析
- (3) 企业偿债能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第八节 企业八

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况

- (1) 主要经济指标情况
- (2) 企业盈利能力分析
- (3) 企业偿债能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第九节 企业九

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第十节 企业十

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

【第四部分 展望、结论与建议】

第十三章 2025-2032年中国 包装饮用水 行业发展前景分析与预测

第一节 中国 包装饮用水 行业未来发展前景分析

一、中国 包装饮用水 行业市场机会分析

二、中国 包装饮用水 行业投资增速预测

第二节 中国 包装饮用水 行业未来发展趋势预测

第三节 中国 包装饮用水 行业规模发展预测

一、中国 包装饮用水 行业市场规模预测

二、中国 包装饮用水 行业市场规模增速预测

三、中国 包装饮用水 行业产值规模预测

四、中国 包装饮用水 行业产值增速预测

五、中国 包装饮用水 行业供需情况预测

第四节 中国 包装饮用水 行业盈利走势预测

第十四章 中国 包装饮用水 行业研究结论及投资建议

第一节 观研天下中国 包装饮用水 行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节 中国 包装饮用水 行业进入策略分析

一、目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 包装饮用水 行业品牌营销策略分析

一、 包装饮用水 行业产品策略

二、 包装饮用水 行业定价策略

三、 包装饮用水 行业渠道策略

四、 包装饮用水 行业推广策略

第四节 观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202505/751267.html>