

# 2025-2031年中国高端包装 水市场深度调研与投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

# 报告报价

《2025-2031年中国高端包装水市场深度调研与投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/report/50128572LH.html>

【报告价格】纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

【出版日期】2025-10-16

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

报告说明: 《2025-2031年中国高端包装水市场深度调研与投资前景研究报告》由权威行业研究机构博思数据精心编制,全面剖析了中国高端包装水市场的行业现状、竞争格局、市场趋势及未来投资机会等多个维度。本报告旨在为投资者、企业决策者及行业分析师提供精准的市场洞察和投资建议,规避市场风险,全面掌握行业动态。

第一篇发展环境篇第一章中国高端包装水行业发展综述第一节 高端包装水相关概述一、瓶装水定义及分类(一)天然矿泉水(二)纯净水(三)天然水(四)矿物质水二、高端包装水概述(一)高端水界定(二)高端水概况第二节 高端包装水行业政策环境分析一、高端包装水行业政策及监管二、高端包装水开采相关法规(一)《中华人民共和国矿产资源法》(二)《中华人民共和国矿产资源法实施细则》(三)《矿产资源补偿费征收管理规定》三、饮用水相关标准(一)《生活饮用水卫生标准》(二)《美国饮用水水质标准》(三)《欧盟饮用水水质指令》第三节 高端包装水行业社会环境分析一、人口规模及结构情况二、水资源总量情况分析三、中国淡水资源紧缺四、中国饮用水水质情况五、居民饮料消费情况第二章中国瓶装饮用水市场消费者调研分析第一节 瓶装饮用水主要消费市场分析一、北京市瓶装水消费调查分析二、天津市瓶装水消费调查分析三、太原市瓶装水消费调查分析四、哈尔滨市瓶装水消费调查分析五、长春市瓶装水消费调查分析六、沈阳市瓶装水消费调查分析七、大连市瓶装水消费调查分析八、济南市瓶装水消费调查分析九、青岛市瓶装水消费调查分析十、南京市瓶装水消费调查分析第二节 各类瓶装水重度消费者分析一、各类瓶装水重度消费者总体情况二、矿泉水重度消费者情况三、纯净水重度消费者情况四、蒸馏水重度消费者情况第三节 瓶装水消费者的生活态度分析第四节 瓶装消费者的体育及休闲活动分析第三章中国包装饮用水行业供需情况分析第一节 包装饮用水生产情况一、包装饮用水总产量分析二、包装饮用水生产区域分布三、主要区域包装饮用水生产情况(一)广东省(二)四川省(三)吉林省(四)河南省(五)广西区(六)山东省(七)浙江省(八)湖南省(九)湖北省(十)福建省第二节 包装饮用水销售情况一、包装饮用水总销量分析二、包装饮用水销售渠道分布三、不同渠道包装饮用水销量(一)团购(二)餐饮服务(三)零售第四章中国包装饮用水所属行业经济运行分析第一节 包装饮用水所属行业发展概况第二节 包装饮用水所属行业经济运行分析一、包装饮用水所属行业企业数量分析二、包装饮用水所属行业资产规模分析三、包装饮用水所属行业销售收入分析四、包装饮用水所属行业利润总额分析第三节 包装饮用水所属行业成本费用分析一、包装饮用水所属行业销售成本分析二、包装饮用水所属行业销售费用分析三、包装饮用水所属行业管理费用分析四、包装饮用水所属行业财务费用分析第四节 包装饮用水所属行业运营效益分析一、包装饮用水所属

行业偿债能力分析二、包装饮用水所属行业盈利能力分析三、包装饮用水所属行业运营能力分析

第二篇发展现状篇第五章中国高端包装水市场消费者市场监测分析第一节 高端水市场监测背景一、高端水的层次划分二、高端水的品牌划分三、主要品牌价格对比四、国内品牌进入状况第二节 中国高端水消费者调查结果一、消费者属性分析二、消费目的（心理）分析三、消费者品牌选择影响因素分析四、消费者品牌获取途径分析五、消费者购买场所统计六、消费者品牌认识情况调查（一）高端矿泉水品牌认识情况调查（二）高端矿泉水消费者认识程度分析（三）高端矿泉水消费者购买情况调查（四）高端矿泉水消费者价格认知分析

第三节 高端水市场存在的问题分析一、“依云”品牌多次卷入质量风波二、高端水行业标准的缺失三、依云带来“高端水”市场的启示与反思第六章中国高端包装水行业运行情况分析第一节 高端包装水盈利模式分析一、高端包装水盈利模式分类二、高端包装水生产企业盈利模式三、高端包装水经销代理商盈利模式四、第三方经销网络优化管理研究五、网络营销盈利模式创新研究第二节 高端包装水发展驱动因素一、高端包装水潜在需求量大二、人们健康意识的不断提高三、居民可支配收入逐步增加四、高收入人群消费行为的改变（一）大型企业数量及规模增长（二）政府特供需求的增多带动第三节 高端包装水市场需求分析一、高端包装水零售量分析二、高端包装水零售规模分析三、高端包装水与大众饮用水占比四、高端包装水需求前景分析第四节 高端包装水区域市场需求分析一、北京高端包装水市场需求分析（一）北京高端包装水消费基础（二）北京高端包装水消费潜力二、上海高端包装水市场需求分析（一）上海高端包装水消费基础（二）上海高端包装水消费潜力三、山东高端包装水市场需求分析（一）山东高端包装水消费基础（二）山东高端包装水消费潜力四、广东高端包装水市场需求分析（一）广东高端包装水消费基础（二）广东高端包装水消费潜力

第七章中国高端包装水行业竞争格局分析第一节 瓶装水行业竞争格局分析一、瓶装水行业竞争格局现状二、瓶装水品牌竞争格局分析三、瓶装水行业水源地竞争分析四、瓶装水行业并购案例汇总第二节 高端包装水行业竞争格局分析一、高端包装水行业竞争分析二、主要高端包装水品牌份额三、主要高端包装水品牌零售额四、高端包装水区域市场集中度分析第三节 高端包装水竞争力分析分析第三篇发展重点篇第八章中国高端包装水水源地及品牌建设分析第一节 高端水源地资源概况一、国内高端水水源地分布（一）昆仑山（二）珠穆朗玛峰（三）巴马长寿村（四）吉林长白山二、水企高端水水源地之争三、高端水水源地资源打造第二节 高端包装水品牌建设一、国内外主要高端水品牌（一）国外主要高端水品牌（二）国内主要高端水品牌二、高端包装水品牌构建三、高端包装水品牌营销四、高端包装水品牌策略第三节 高端包装水品牌竞争力一、包装水企业发展高端包装水优势二、高端包装水品牌形象竞争力三、高端包装水产品品质竞争力四、高端包装水营销渠道竞争力第四节 高端水发展方向分析一、天然矿泉水二、冰川矿泉水三、天然苏打水四、弱碱性离子水

五、海洋深层水六、雪融水七、天然负氢水第九章中国高端包装水渠道建设与营销推广第一节 高端包装水营销渠道建设与管理一、高端包装水营销渠道结构（一）主力型渠道（二）紧凑型渠道（三）伙伴型渠道（四）松散型渠道二、高端包装水分销渠道类型（一）直接分销渠道（二）间接分销渠道三、高端包装水营销渠道管理（一）市场伙伴型渠道管理（二）大客户直供销售渠道（三）网络渠道投资策略（四）渠道经销管理问题第二节 高端包装水市场推广策略分析一、高端包装水新产品推广二、高端包装水广告宣传策略分析三、高端包装水网络推广策略分析四、高端包装水中间商、代理商参与机制五、直销模式在高端包装水推广中的应用六、高端包装水价格策略第三节 高端包装水营销渠道拓展分析一、西藏5100铁路营销渠道案例二、休闲娱乐市场渠道拓展三、高端场所市场渠道拓展四、特供渠道经销商（一）政府部门、企事业单位团购（二）节假日礼品第四节 高端包装水营销策略分析一、品牌文化塑造二、营销策略方案三、不同渠道产品结构差异化第四篇企业经营篇第十章国外高端包装水品牌运营及经验借鉴第一节 依云矿泉水(Evian)一、品牌基本介绍二、品牌水源地介绍三、品牌价格介绍第二节 巴黎水(Perrier)一、品牌基本介绍二、品牌水源地介绍三、品牌价格介绍第三节 富维克(Volvic)一、品牌基本介绍二、品牌水源地介绍三、品牌价格介绍第四节 诗葩矿泉水(SPA)一、品牌基本介绍二、品牌水源地介绍三、品牌价格介绍第五节 捷克萨奇一、品牌基本介绍二、品牌水源地介绍三、品牌价格介绍第六节 新加坡爱可比乐一、品牌基本介绍二、品牌水源地介绍三、品牌价格介绍第七节 富士山天然水一、品牌基本介绍二、品牌水源地介绍三、品牌价格介绍第八节 芙丝VOSS纯净水一、品牌基本介绍二、品牌水源地介绍三、品牌价格介绍第十一章中国高端包装水企业运营及品牌分析第一节 昆仑山矿泉水有限公司一、企业发展基本情况二、企业发展优势分析三、企业高端水品牌介绍四、企业发展动态分析第二节 西藏5100水资源控股有限公司一、企业发展基本情况二、企业发展优势分析三、企业高端水品牌介绍四、企业发展动态分析第三节 恒大矿泉水集团有限公司一、企业发展基本情况二、企业发展优势分析三、企业高端水品牌介绍四、企业发展动态分析第四节 北大荒大连池矿泉水股份有限公司一、企业发展基本情况二、企业发展优势分析三、企业高端水品牌介绍四、企业发展动态分析第五节 内蒙古蓝海矿泉水有限责任公司一、企业发展基本情况二、企业发展优势分析三、企业高端水品牌介绍四、企业发展动态分析第六节 山东汇源饮用水有限公司一、企业发展基本情况二、企业发展优势分析三、企业高端水品牌介绍四、企业发展动态分析第七节 巴马活泉食品饮料有限公司一、企业发展基本情况二、企业发展优势分析三、企业高端水品牌介绍四、企业发展动态分析第八节 西藏珠峰冰川水资源开发有限公司一、企业发展基本情况二、企业发展优势分析三、企业高端水品牌介绍四、企业发展动态分析第九节 吉林龙泽矿泉饮品有限公司一、企业发展基本情况二、企业发展优势分析三、企业高端水品牌介绍四、企业发展动态分析第十节

河北天龙金泉水业有限公司一、企业发展基本情况二、企业发展优势分析三、企业高端水产品介绍四、企业发展动态分析第五篇行业前景调研篇第十二章中国高端包装水行业趋势预测趋势分析第一节 中国高端包装水行业前景趋势一、瓶装饮用水行业发展趋势分析二、天然矿泉水将主导未来饮用水市场三、高端包装水处理技术发展趋势四、高端包装水行业趋势预测光明第二节 中国高端包装水行业市场预测分析一、瓶装饮用水行业规模预测二、高端包装水产量预测分析三、高端包装水需求规模预测第三节 中国高端包装水行业盈利预测分析第十三章中国高端包装水行业投资机会与风险分析第一节 中国高端包装水行业投资特性分析一、高端包装水行业投资特性二、高端包装水具有良好的投资价值第二节 中国高端包装水行业投资机会分析一、进军高端包装水市场机会分析二、高端包装水区域投资潜力分析三、与产业链相关的投资机会分析第三节 中国高端包装水行业投资前景分析一、市场运营风险二、市场竞争风险三、国家政策风险四、金融风险五、水质风险六、渠道风险第四节 中国高端包装水行业投资前景研究分析一、高端水水源地开发策略二、高端水行业品牌建设策略三、高端水行业渠道开发策略更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/50128572LH.html>