

中国瓶（罐）装饮用水发展状况与产销前景预测报告2021-2026年

产品名称	中国瓶（罐）装饮用水发展状况与产销前景预测报告2021-2026年
公司名称	北京中研智业信息咨询有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区北苑东路19号院4号楼27层2708（注册地址）
联系电话	010-57126768 15263787971

产品详情

中国瓶（罐）装饮用水发展状况与产销前景预测报告2021-2026年【报告编号】：329676【出版时间】：2021年3月【出版机构】：中研智业研究院【交付方式】：EMIL电子版或特快专递
【报告价格】：【纸质版】：6500元【电子版】：6800元【纸质+电子】：7000元【联系人】：杨静--客服专员【报告来源】：<http://www.zyzyjy.com/baogao/329676.html>
免费售后服务一年，具体内容及订购程欢迎咨询客服人员。

【报告目录】

第1章：中国瓶（罐）装饮用水行业发展综述1.1 瓶（罐）装饮用水行业定义及分类1.1.1 行业概念及定义1.1.2 行业主要产品大类1.2 瓶（罐）装饮用水行业统计标准1.2.1 瓶（罐）装饮用水行业统计部门和统计口径1.2.2 瓶（罐）装饮用水行业统计方法1.2.3 瓶（罐）装饮用水行业数据种类1.3 瓶（罐）装饮用水行业供应链分析1.3.1 瓶（罐）装饮用水行业上下游产业供应链简介1.3.2 瓶（罐）装饮用水行业下游产业链分析（1）人口总量及结构特征（2）城镇居民人均收入和消费支出1.3.3 瓶（罐）装饮用水行业上游产业供应链分析（1）淡水资源（2）饮用水用瓶市场1）PE（聚乙烯）2）PVC（聚氯乙烯）：（3）塑料瓶盖第2章：瓶（罐）装饮用水行业发展状况分析2.1 中国瓶（罐）装饮用水行业发展状况分析2.1.1 中国瓶（罐）装饮用水行业发展总体概况2.1.2 中国瓶（罐）装饮用水行业发展主要特点2.1.3 瓶（罐）装饮用水行业发展状况2.2 瓶（罐）装饮用水行业经济指标分析2.2.1 主要经济效益影响因素分析2.2.2 瓶（罐）装饮用水行业经济指标分析2.3 瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析2.3.1 全国瓶（罐）装饮用水行业产成品分析2.3.2 各地区瓶（罐）装饮用水行业产成品分析（1）产成品居前的12个地区产成品分析（2）产成品排名靠后的12个地区产成品分析2.3.3 全国瓶（罐）装饮用水行业产品销售情况分析2.3.4 各地区瓶（罐）装饮用水行业产品销售收入状况分析（1）销售收入居前的12个地区销售收入分析（2）销售收入排名靠后的12个地区销售收入分析第3章：瓶（罐）装饮用水行业市场环境分析3.1 行业政策环境分析3.1.1 行业相关政策动向（1）新劳动法（2）水桶新标准（3）水质新标准（4）政府监管条例3.1.2 行业相关标

准动向(1)《生活饮用水卫生标准》(2)瓶装饮用纯净水卫生标准(3)饮用天然矿泉水水质标准(4)饮用天然矿泉水开采的具体规定和要求3.1.3 行业发展规划3.2 行业经济环境分析3.2.1 国家宏观经济环境分析3.2.2 行业宏观经济环境分析3.3 行业需求环境分析3.3.1 行业需求特征分析3.3.2 行业需求趋势分析3.4 行业贸易环境分析3.4.1 行业贸易环境发展现状3.4.2 行业贸易环境发展趋势3.5 行业社会环境分析3.5.1 行业与社会经济的协调3.5.2 行业发展面临的环境保护问题3.5.3 行业发展的地区不平衡问题3.5.4

新劳动法对行业的影响分析第4章：瓶(罐)装饮用水行业市场竞争状况分析4.1 行业总体市场竞争状况分析4.2 行业国际市场竞争状况分析4.2.1 国际瓶(罐)装饮用水市场发展状况4.2.2 国际瓶(罐)装饮用水市场竞争状况分析4.2.3 国际瓶(罐)装饮用水市场发展趋势分析4.2.4 跨国公司在投资布局(1)法国达能公司(2)雀巢公司(3)可口可乐公司4.2.5 跨国公司在中国的竞争策略分析4.3 国内市场竞争状况分析4.3.1 国内瓶(罐)装饮用水行业竞争现状分析4.3.2 国内瓶(罐)装饮用水行业市场规模分析4.3.3 国内瓶(罐)装饮用水行业竞争格局分析4.3.4 国内瓶(罐)装饮用水行业潜在威胁分析4.4 行业投资兼并与重组整合分析4.4.1 瓶(罐)装饮用水行业投资兼并与重组整合概况4.4.2 外资瓶(罐)装饮用水企业投资兼并与重组整合4.4.3 国内瓶(罐)装饮用水企业投资兼并与重组整合4.4.4

瓶(罐)装饮用水行业投资兼并与重组整合动向第5章：瓶(罐)装饮用水行业主要产品分析5.1 行业主要产品结构特征5.1.1 行业产品结构特征分析5.1.2 行业产品市场发展状况5.2 行业主要产品市场分析5.2.1 纯净水市场分析5.2.2 天然矿泉水市场分析5.2.3 矿物质水市场分析5.2.4 山泉水市场分析5.2.5 蒸馏水市场分析5.2.6 其他类型水市场分析5.3 一级替代品(饮料业)发展状况分析5.3.1 碳酸饮料市场分析5.3.2 果汁及果汁饮料市场分析5.3.3 茶饮料市场分析5.3.4 功能性饮料市场分析5.3.5 含乳饮料及植物蛋白饮料市场5.4 二级替代品(设备业)发展状况分析5.4.1 管道直饮水系统5.4.2 家用净水器5.4.3 家用过滤器第6章：瓶(罐)装饮用水消费行为及市场营销策略分析6.1 瓶(罐)装饮用水消费者行为分析6.1.1 瓶(罐)装饮用水市场消费品牌分析6.1.2 影响消费者瓶装水消费的因素6.1.3 瓶(罐)装饮用水购买包装爱好6.1.4 瓶(罐)装饮用水购买场所分析6.1.5 不同品牌瓶装水了解渠道分析6.2 瓶(罐)装饮用水行业分地区品牌市场分析6.2.1 瓶(罐)装饮用水行业分地区基本市场状况(1)瓶(罐)装饮用水分地区总体市场与需求状况(2)不同类型瓶(罐)装饮用水分地区市场与需求状况6.2.2 瓶(罐)装饮用水行业主要产品品牌分地区基本市场状况(1)分地区品牌渗透率(2)分地区品牌zui经常饮用比例1)华北地区瓶(罐)装饮用水品牌饮用比例前十名2)东北地区瓶(罐)装饮用水品牌饮用比例前十名3)华东地区瓶(罐)装饮用水品牌饮用比例前十名4)华中地区瓶(罐)装饮用水品牌饮用比例前十名5)华南地区瓶(罐)装饮用水品牌饮用比例前十名6)西南地区瓶(罐)装饮用水品牌饮用比例前十名7)西北地区瓶(罐)装饮用水品牌饮用比例前十名6.2.3 各类瓶(罐)装饮用水重度消费者的人口构成及其分布比例(1)矿泉水重度消费者的人口构成及其分布比例(2)纯净水重度消费者的人口构成及其分布比例(3)蒸馏水重度消费者的人口构成及其分布比例6.2.4 瓶(罐)装饮用水主要产品品牌分人口组别基本市场指标分析(1)品牌渗透率与消费者人口构成(前十品牌)1)前十品牌渗透率的消费者人口构成2)前十品牌在特定人群中的品牌渗透率(2)品牌饮用比例与消费者人口构成(前十品牌)1)前十品牌饮用比例的消费者人口构成2)前十品牌在特定人群中的品牌饮用比例6.2.5 瓶(罐)装饮用水消费者的生活态度(1)30城市总体与瓶(罐)装饮用水消费者的品牌观比较(2)30城市总体与瓶(罐)装饮用水消费者的广告观比较(3)30城市总体与瓶(罐)装饮用水消费者的购物投资观比较(4)30城市总体与瓶(罐)装饮用水消费者的饮食生活观比较(5)30城市总体与瓶(罐)装饮用水消费者的个性时尚观比较(6)30城市总体与瓶(罐)装饮用水消费者的工作成就观比较(7)30城市总体与瓶(罐)装饮用水消费者的科技环保观比较6.2.6 瓶罐装饮用水消费者的体育运动和休闲活动(1)参加体育运动比例(2)日常休闲活动比例6.3 瓶(罐)装饮用水行业市场营销策略分析6.3.1 瓶(罐)装饮用水市场营销特性分析6.3.2 瓶(罐)装饮用水产品营销渠道分析6.3.3

娃哈哈、农夫山泉和康师傅的营销策略比较第7章：瓶(罐)装饮用水行业进出口市场分析7.1 瓶(罐)装饮用水行业进出口状况综述7.2 瓶(罐)装饮用水行业出口分析7.2.1

行业出口市场总体状况分析7.2.2 行业出口产品结构特征分析7.2.3 出口运输方式特征与出口量7.2.4
国内行业出口主要地区分布7.2.5 主要出口贸易方式及特征7.2.6 行业出口国别特征分析7.3
瓶（罐）装饮用水行业进口分析7.3.1 行业进口产品市场总体状况分析7.3.2
行业进口产品结构特征分析7.3.3 进口运输方式特征与进口量7.3.4 主要进口贸易方式及特征7.3.5
产品进口国别分布情况7.3.6 进口产品主要国内地区分布7.4 瓶（罐）装饮用水行业进出口前景及建议7.4.1
行业出口前景预测7.4.2 行业进口前景预测第8章：瓶（罐）装饮用水行业重点区域市场分析8.1
行业总体区域结构特征分析8.1.1 行业区域结构总体特征8.1.2 行业区域集中度分析8.2
行业重点区域产销情况分析8.2.1 华北地区瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析（1）北京市瓶（罐）装饮
用水行业产销情况分析（2）天津市瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析（3）河北省瓶（罐）装饮用水
行业产销情况分析（4）内蒙古瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析8.2.2 华东地区瓶（罐）装饮用水行业
产销情况分析（1）上海市瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析（2）江苏省瓶（罐）装饮用水行业产销
情况分析（3）浙江省瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析（4）山东省瓶（罐）装饮用水行业产销情况
分析（5）福建省瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析（6）江西省瓶（罐）装饮用水行业产销情况分
析（7）安徽省瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析8.2.3 华南地区瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析（1
）广东省瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析（2）广西区瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析（3）海
南省瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析8.2.4 华中地区瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析（1）湖北省
瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析（2）湖南省瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析（3）河南省瓶（
罐）装饮用水行业产销情况分析8.2.5 西南地区瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析（1）重庆市瓶（罐）
装饮用水行业产销情况分析（2）四川省瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析（3）贵州省瓶（罐）装饮
用水行业产销情况分析（4）云南省瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析（5）西藏区瓶（罐）装饮用水
行业产销情况分析8.2.6 西北地区瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析（1）陕西省瓶（罐）装饮用水行业
产销情况分析（2）甘肃省瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析（3）青海省瓶（罐）装饮用水行业产销
情况分析8.2.7 东北地区瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析（1）吉林省瓶（罐）装饮用水行业产销情
况分析（2）辽宁省瓶（罐）装饮用水行业产销情况分析（3）黑龙江省瓶（罐）装饮用水行业产销情
况分析第9章：瓶（罐）装饮用水行业主要企业生产经营分析9.1
瓶（罐）装饮用水企业发展总体状况分析9.1.1 瓶（罐）装饮用水行业企业规模9.1.2
瓶（罐）装饮用水行业工业产值状况9.1.3 瓶（罐）装饮用水行业销售收入和利润9.1.4
主要瓶（罐）装饮用水企业创新能力分析9.1.5 主要瓶（罐）装饮用水企业出口能力分析9.2
瓶（罐）装饮用水行业重点企业个案分析9.3 瓶（罐）装饮用水重点企业个案分析9.3.1 天津顶津食品有
限公司经营情况分析（1）企业发展简况分析（2）企业经营情况分析（3）企业销售渠道与网络（4）企
业经营状况SWOT分析（5）企业投资兼并与重组分析（6）企业zui新发展动向分析9.3.2 杭州娃哈哈百
立食品有限公司经营情况分析（1）企业发展简况分析（2）企业经营情况分析（3）企业销售渠道与网
络（4）企业经营状况SWOT分析（5）企业投资兼并与重组分析（6）企业zui新发展动向分析9.3.3 怡宝食
品饮料（深圳）有限公司经营情况分析（1）企业发展简况分析（2）企业经营情况分析（3）企业销售
渠道与网络（4）企业经营状况SWOT分析（5）企业投资兼并与重组分析（6）企业zui新发展动向分析
9.3.4 郑州顶津食品有限公司经营情况分析（1）企业发展简况分析（2）企业经营情况分析（3）企业
销售渠道与网络（4）企业经营状况SWOT分析（5）企业投资兼并与重组分析（6）企业zui新发展动
向分析9.3.5 桂林娃哈哈食品有限公司经营情况分析（1）企业发展简况分析（2）企业经营情况分
析（3）企业销售渠道与网络（4）企业经营状况SWOT分析（5）企业投资兼并与重组分析（6）企业
zui新发展动向分析9.3.6 广州屈臣氏食品饮料有限公司经营情况分析（1）企业发展简况分析（2）
企业经营情况分析（3）企业销售渠道与网络（4）企业经营状况SWOT分析（5）企业投资兼并与重
组分析（6）企业zui新发展动向分析9.3.7 西安顶津食品有限公司经营情况分析（1）企业发展简况
分析（2）企业经营情况分析（3）企业销售渠道与网络（4）企业经营状况SWOT分析（5）企业投资
兼并与重组分析（6）企业zui新发展动向分析9.3.8 青岛崂山矿泉水有限公司经营情况分析（1）
企业发展简况分析（2）企业经营情况分析（3）企业销售渠道与网络（4）企业经营状况SWOT分析
（5）企业投资兼并与重组分析（6）企业zui新发展动向分析9.3.9 河北承德露露股份有限公司经营
情况分析（1）企业发展简况分析（2）企业经营情况分析（3）企业销售渠道与网络（4）企业经营
状况SWOT分析（5）企业投资兼并与重组分析（6）企业zui新发展动向分析9.3.10 农夫山泉湖北
丹江口有限公司经营情况分析（1）企业发展简况分析（2）企业经营情况分析（3）企业销售渠
道与网络（4）企业经营状况SWOT分析（5）企业投资兼并与重组分析（6）企业zui新发展动向分
析9.3.11 江西润田饮料有限公司经营情况分析（1）企业发展简况分析（2）企业经营情况分析（3）
企业销售渠道与网络（4）企业经营状况SWOT分析（5）企业投资兼并与重组分析（6）企业zui新发
展动向分析

9.3.12 深圳达能益力饮品有限公司经营情况分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业销售渠道与网络 (4) 企业经营状况SWOT分析 (5) 企业投资兼并与重组分析 (6) 企业zui新发展动向分析

9.3.13 深圳达能益力泉饮品有限公司经营情况分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业销售渠道与网络 (4) 企业经营状况SWOT分析 (5) 企业投资兼并与重组分析 (6) 企业zui新发展动向分析

9.3.14 深圳市怡景食品饮料有限公司经营情况分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业销售渠道与网络 (4) 企业经营状况SWOT分析 (5) 企业投资兼并与重组分析 (6) 企业zui新发展动向分析

9.3.15 上海正广和饮用水有限公司经营情况分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业销售渠道与网络 (4) 企业经营状况SWOT分析 (5) 企业投资兼并与重组分析 (6) 企业zui新发展动向分析

9.3.16 上海获特满饮料有限公司经营情况分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业销售渠道与网络 (4) 企业经营状况SWOT分析 (5) 企业投资兼并与重组分析 (6) 企业zui新发展动向分析

9.3.17 乐百氏 (武汉) 食品有限公司经营情况分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业销售渠道与网络 (4) 企业经营状况SWOT分析 (5) 企业投资兼并与重组分析 (6) 企业zui新发展动向分析

9.3.18 海南椰树集团有限公司经营情况分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业销售渠道与网络 (4) 企业经营状况SWOT分析 (5) 企业投资兼并与重组分析 (6) 企业zui新发展动向分析

9.3.19 枣庄傻子水业有限公司经营情况分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业销售渠道与网络 (4) 企业经营状况SWOT分析 (5) 企业投资兼并与重组分析 (6) 企业zui新发展动向分析

9.3.20 天津雀巢天然矿泉水有限公司经营情况分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业销售渠道与网络 (4) 企业经营状况SWOT分析 (5) 企业投资兼并与重组分析 (6) 企业zui新发展动向分析

第10章：瓶 (罐) 装饮用水行业发展趋势分析与预测

10.1 中国瓶 (罐) 装饮用水市场发展趋势

10.1.1 中国瓶 (罐) 装饮用水产业发展趋势分析

10.1.2 中国瓶 (罐) 装饮用水市场发展前景预测

10.2 瓶 (罐) 装饮用水投资特性分析

10.2.1 瓶 (罐) 装饮用水进入壁垒分析

10.2.2 瓶 (罐) 装饮用水盈利模式分析

10.2.3 瓶 (罐) 装饮用水盈利因素分析

10.3 中国瓶 (罐) 装饮用水投资建议

10.3.1 瓶 (罐) 装饮用水投资风险分析

10.3.2 中研智业瓶 (罐) 装饮用水投资建议

图表目录

图表1：2015-2020年中国人口变化情况 (单位：万人)

图表2：中国城镇人口与乡村人口所占比例 (单位：%)

图表3：2021-2026年预计老年人数量和占总人口比重情况 (单位：万人，%)

图表4：2015-2020年国内主要聚乙烯生产商产能 (单位：万吨)

图表5：瓶 (罐) 装饮用水行业分地区销售收入排名 (单位：亿元，%)

图表6：不同经济类型在销售收入中所占比例 (单位：%)

图表7：不同经济类型在利润中所占比例 (单位：%)

图表8：瓶 (罐) 装饮用水行业分地区利润排名 (单位：亿元，%)

图表9：2015-2020年瓶 (罐) 装饮用水行业销售成本增长幅度 (单位：%)

图表10：2015-2020年瓶 (罐) 装饮用水行业重要数据指标比较分析 (单位：个，万元，%)

图表11：2015-2020年行业重要财务数据比较分析 (单位：%，倍，次)

图表12：2015-2020年行业内各资产变化情况趋势图 (单位：万元)

图表13：2015-2020年行业内资产与负债变化情况趋势图 (单位：万元)

图表14：2015-2020年瓶 (罐) 装饮用水行业制造企业主要经济指标一览表 (单位：万元，个，%)

图表15：2015-2020年全国瓶 (罐) 装饮用水行业产成品一览表 (单位：万元，%)

图表16：2015-2020年全国瓶 (罐) 装饮用水行业产成品变化趋势图 (单位：万元，%)

图表17：2015-2020年产成品居前的12个地区产成品一览表 (单位：万元，%)

图表18：2015-2020年产成品居前的12个地区产成品比重图 (单位：%)

图表19：2015-2020年产成品排名靠后的12个地区产成品一览表 (单位：万元，%)

图表20：2015-2020年产成品靠后的12个地区比重图 (单位：%)

图表21：2015-2020年全国瓶 (罐) 装饮用水行业销售收入一览表 (单位：万元，%)

图表22：2015-2020年全国瓶 (罐) 装饮用水行业销售收入变化趋势图 (单位：万元，%)

图表23：2015-2020年销售收入居前的12个地区销售收入一览表 (单位：万元，%)

图表24：2015-2020年销售收入居前的12个地区销售收入比重图 (单位：%)

图表25：2015-2020年销售收入排名靠后的12个地区销售收入一览表 (单位：万元，%)

图表26：2015-2020年产量靠后的12个地区销售收入比重图 (单位：%)

图表27：消费者zui关注的饮料类型排行 (单位：%)

图表28：中国瓶 (罐) 装饮用水行业市场规模分析 (单位：%)

图表29：2015-2020年矿泉水业总产值变动趋势 (单位：亿元，%)

图表30：碳酸饮料市场品牌排行 (单位：%)

图表31：茶饮料市场品牌关注度排行 (单位：%)

图表32：2015-2020年主要城市消费者功能饮料饮用频率 (单位：%)

图表33：乳饮料行业市场品牌排行 (单位：%)

图表34：乳饮料消费者年龄分布 (单位：%)

图表35：zui常购买的瓶装水 (单位：%)

图表36：消费者zui关注的水饮料品牌排行 (单位：%)

图表37：不同品牌饮用水的消费者收入分布 (单位：%)

图表38：各个品牌的使用经验 (单位：%)

图表39：各种影响因素的重要程度 (单位：%)

图表40：各种购买因素的重要性程度 (单位：%)

图表41：zui常购买哪种规格包装的瓶装矿泉水 (单位：%)

图表42：消费者购买瓶装水的场所 (单位：%)

图表43：瓶 (罐) 装饮用水分地区总体市场与需求状况

(单位：%) 图表44：矿泉水分地区市场与需求状况 (单位：%) 图表45：纯净水分地区市场与需求状况 (单位：%) 图表46：蒸馏水分地区市场与需求状况 (单位：%) 图表47：华北地区瓶(罐)装饮用水品牌渗透率前十名(北京、天津、太原) (单位：%) 图表48：东北地区瓶(罐)装饮用水品牌渗透率前十名(哈尔滨、长春、沈阳、大连) (单位：%) 图表49：华东地区瓶(罐)装饮用水品牌渗透率前十名(济南、青岛、南京、苏州、上海、杭州、宁波、福州、厦门、合肥、南昌) (单位：%) 图表50：华中地区瓶(罐)装饮用水品牌渗透率前十名(郑州、长沙、武汉) (单位：%) 图表51：华南地区瓶(罐)装饮用水品牌渗透率前十名(广州、深圳、佛山、南宁、海口) (单位：%) 图表52：西南地区瓶(罐)装饮用水品牌渗透率前十名(成都、重庆、昆明) (单位：%) 图表53：西北地区瓶(罐)装饮用水品牌渗透率前十名(西安) (单位：%) 图表54：华北地区瓶(罐)装饮用水品牌饮用比例前十名(北京、天津、太原) (单位：%) 图表55：东北地区瓶(罐)装饮用水品牌饮用比例前十名(哈尔滨、长春、沈阳、大连) (单位：%) 图表56：华东地区瓶(罐)装饮用水品牌饮用比例前十名(济南、青岛、南京、苏州、上海、杭州、宁波、福州、厦门、合肥、南昌) (单位：%) 图表57：华中地区瓶(罐)装饮用水品牌饮用比例前十名(郑州、长沙、武汉) (单位：%) 图表58：华南地区瓶(罐)装饮用水品牌饮用比例前十名(广州、深圳、佛山、南宁、海口) (单位：%) 图表59：西南地区瓶(罐)装饮用水品牌饮用比例前十名(成都、重庆、昆明) (单位：%) 图表60：西北地区瓶(罐)装饮用水品牌饮用比例前十名(西安) (单位：%) 图表61：矿泉水重度消费者的人口构成及其分布比例 (单位：%) 图表62：纯净水重度消费者的人口构成及其分布比例 (单位：%) 图表63：蒸馏水重度消费者的人口构成及其分布比例 (单位：%) 图表64：前十品牌渗透率的消费者人口构成 (单位：%) 图表65：前十品牌在特定人群中的品牌渗透率(按收入) (单位：%) 图表66：前十品牌在特定人群中的品牌渗透率(按职业) (单位：%) 图表67：前十品牌饮用比例的消费者人口构成 (单位：%) 图表68：前十品牌在特定人群中的品牌饮用比例(按收入) (单位：%) 图表69：前十品牌在特定人群中的品牌饮用比例(按职业) (单位：%) 图表70：30城市总体与瓶(罐)装饮用水消费者的品牌观比较 (单位：%) 图表71：30城市总体与瓶(罐)装饮用水消费者的广告观比较 (单位：%) 图表72：30城市总体与瓶(罐)装饮用水消费者的购物投资观比较 (单位：%) 图表73：30城市总体与瓶(罐)装饮用水消费者的饮食生活观比较 (单位：%) 图表74：30城市总体与瓶(罐)装饮用水消费者的个性时尚观比较 (单位：%) 图表75：30城市总体与瓶(罐)装饮用水消费者的工作成就观比较 (单位：%) 图表76：30城市总体与瓶(罐)装饮用水消费者的科技环保观比较 (单位：%) 图表77：30城市总体与瓶(罐)装饮用水消费者的参加体育活动比例之比较 (单位：%) 图表78：30城市总体与瓶(罐)装饮用水消费者的日常休闲活动比例之比较 (单位：%) 图表79：2020年中国瓶(罐)装饮用水行业进出口状况 (单位：万美元) 图表80：2015-2020年中国瓶(罐)装饮用水行业进出口状况 (单位：万美元) 图表81：2015-2020年中国瓶(罐)装饮用水行业主要出口产品结构表 (单位：千升，万美元) 图表82：2015-2020年中国瓶(罐)装饮用水行业出口产品结构分析 (单位：%) 图表83：2015-2020年中国瓶(罐)装饮用水行业产品出口运输方式特征表 (单位：万美元，千升) 图表84：2015-2020年中国瓶(罐)装饮用水行业产品出口运输方式特征图 (单位：%) 图表85：2015-2020年中国瓶(罐)装饮用水行业产品出口地区特征 (单位：万美元，千升) 图表86：2015-2020年中国瓶(罐)装饮用水行业产品出口地区分布 (单位：%) 图表87：2015-2020年中国瓶(罐)装饮用水行业产品出口地区特征 (单位：万美元，千升，%) 图表88：2015-2020年中国瓶(罐)装饮用水行业产品出口贸易方式特征表 (单位：万美元，千升) 图表89：2015-2020年中国瓶(罐)装饮用水行业产品出口贸易方式特征图 (单位：%) 图表90：2015-2020年中国瓶(罐)装饮用水行业产品出口国别特征 (单位：万美元，%) 图表91：2015-2020年中国瓶(罐)装饮用水行业产品出口国别分布特征 (单位：%) 图表92：2015-2020年中国瓶(罐)装饮用水行业产品出口国别特征 (单位：万美元，千升，%) 图表93：2015-2020年中国瓶(罐)装饮用水行业进口产品结构表 (单位：万美元，千升) 图表94：2015-2020年中国瓶(罐)装饮用水行业进口产品结构分析 (单位：%) 图表95：2015-2020年中国瓶(罐)装饮用水行业产品进口运输方式特征 (单位：万美元，千升) 图表96：2015-2020年中国瓶(罐)装饮用水行业产品进口运输方式特征图 (单位：%) 图表97：2015-2020年中国瓶(罐)装饮用水行业产品进口贸易方式特征表 (单位：万美元，千升) 图表98：2015-2020年中国瓶(罐)装饮用水行业产品进口贸易方式特征图 (单位：%) 图表99：2015-2020年中国瓶(罐)装饮用水行业产品进口国别特征表 (单位：万美元，千升) 图表100：2015-2020年中国瓶(罐)装饮用水行业产品进口国别分布特征 (单位：%) 图表101：2015-2020年中国瓶(罐)装饮用水行业产品进口国别特征表 (单位：万美

元，千升，%) 图表102：2015-2020年中国瓶（罐）装饮用水行业产品进口地区特征表（单位：万美元，千升） 图表103：2015-2020年中国瓶（罐）装饮用水行业产品进口地区分布特征（单位：%） 图表104：2015-2020年中国瓶（罐）装饮用水行业产品进口地区特征表（单位：万美元，千升） 图表105：2015-2020年中国瓶（罐）装饮用水行业企业区域市场情况（单位：亿元，个，人） 图表106：2015-2020年中国瓶（罐）装饮用水行业企业数量各区域占全国的比重（单位：%） 图表107：2015-2020年中国瓶（罐）装饮用水行业各区域全部从业人数情况（单位：%） 图表108：2015-2020年中国瓶（罐）装饮用水行业各区域资产总计情况（单位：%） 图表109：2015-2020年北京市瓶（罐）装饮用水行业产销情况统计表（单位：万元、%） 图表110：2015-2020年北京市瓶（罐）装饮用水行业产销情况变化趋势图（单位：万元、%） 图表111：2015-2020年天津市瓶（罐）装饮用水行业产销情况统计表（单位：万元、%） 图表112：2015-2020年天津市瓶（罐）装饮用水行业产销情况变化趋势图（单位：万元、%） 图表113：2015-2020年河北省瓶（罐）装饮用水行业产销情况统计表（单位：万元、%） 图表114：2015-2020年河北省瓶（罐）装饮用水行业产销情况变化趋势图（单位：万元、%） 图表115：2015-2020年内蒙古瓶（罐）装饮用水行业产销情况统计表（单位：万元、%） 图表116：2015-2020年内蒙古瓶（罐）装饮用水行业产销情况变化趋势图（单位：万元、%） 图表117：2015-2020年上海市瓶（罐）装饮用水行业产销情况统计表（单位：万元、%） 图表118：2015-2020年上海市瓶（罐）装饮用水行业产销情况变化趋势图（单位：万元、%） 图表119：2015-2020年江苏省瓶（罐）装饮用水行业产销情况统计表（单位：万元、%） 图表120：2015-2020年江苏省瓶（罐）装饮用水行业产销情况变化趋势图（单位：万元、%）