

中国瓶（罐）装饮用水市场产销需求与竞争前景分析报告2024-2029年

产品名称	中国瓶（罐）装饮用水市场产销需求与竞争前景分析报告2024-2029年
公司名称	北京中研智业信息咨询有限公司
价格	.00/件
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）装饮用水市场产销需求与竞争前景分析报告2024-2029年【报告编号】：410807【出版时间】：2023年10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
免费售后服务一年，具体内容及订流程欢迎咨询客服人员。

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 行业发展与社会经济的协调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 guoneishichang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）分地区品牌最经常饮用比例1）华北地区瓶（罐）装饮用水品牌饮用比例qianshi名2）东北地区瓶（罐）装饮用水品牌饮用比例qianshi名3）华东地区瓶（罐）装饮用水品牌饮用比例qianshi名4）华中地区瓶（罐）装饮用水品牌饮用比例qianshi名5）华南地区瓶（罐）装饮用水品牌饮用比例qianshi名6）西南地区瓶（罐）装饮用水品牌饮用比例qianshi名7）西北地区瓶（罐）装饮用水品牌饮用比例qianshi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（qianshi品牌）1）qianshi品牌渗透率的消费者人口构成2）qianshi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（qianshi品牌）1）qianshi品牌饮用比例的消费者人口构成2）qianshi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）企业最新发展动向分析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）企业最新发展动向分析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）企业最新发展动向分析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）企业最新发展动向分析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）企业最新发展动向分析9.3.6 广州qu chenshi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）企业最新发展动向分析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）企业最新发展动向分析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）企业最新发展动向分析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）企业最新发展动向分析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）企业最新发展动向分析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）企业最新发展动向分析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）企业最新发展动向分析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）企业最新发展动向分析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

最新发展动向分析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)企业最新发展动向分析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)企业最新发展动向分析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)企业最新发展动向分析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)企业最新发展动向分析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)企业最新发展动向分析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)企业最新发展动向分析第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1：2018-2023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3：2024-2029年预计老年人数量和占总人口比重情况(单位：万人，%)图表4：2018-2023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9：2018-2023年瓶(罐)装饮用水行业销售成本增长幅度(单位：%)图表10：2018-2023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11：2018-2023年行业重要财务数据比较分析(单位：%，倍，次)图表12：2018-2023年行业内各资产变化情况趋势图(单位：万元)图表13：2018-2023年行业内资产与负债变化情况趋势图(单位：万元)图表14：2018-2023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15：2018-2023年全国瓶(罐)装饮用水行业产成品一览表(单位：万元，%)图表16：2018-2023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17：2018-2023年产成品居前的12个地区产成品一览表(单位：万元，%)图表18：2018-2023年产成品居前的12个地区产成品比重图(单位：%)图表19：2018-2023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20：2018-2023年产成品靠后的12个地区比重图(单位：%)图表21：2018-2023年全国瓶(罐)装饮用水行业销售收入一览表(单位：万元，%)图表22：2018-2023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23：2018-2023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24：2018-2023年销售收入居前的12个地区销售收入比重图(单位：%)图表25：2018-2023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26：2018-2023年产量靠后的12个地区销售收入比重图(单位：%)图表27：消费者最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29：2018-2023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32：2018-2023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：最常购买的瓶装水(单位：%)图表36：消费者最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：最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qianshi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qianshi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qianshi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qianshi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qianshi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qianshi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qianshi名(西安)(单位:%)图表54:华北地区瓶(罐)装饮用水品牌饮用比例qianshi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qianshi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qianshi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qianshi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qianshi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qianshi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qianshi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:qianshi品牌渗透率的消费者人口构成(单位:%)图表65:qianshi品牌在特定人群中的品牌渗透率(按收入)(单位:%)图表66:qianshi品牌在特定人群中的品牌渗透率(按职业)(单位:%)图表67:qianshi品牌饮用比例的消费者人口构成(单位:%)图表68:qianshi品牌在特定人群中的品牌饮用比例(按收入)(单位:%)图表69:qianshi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79:2023年中国瓶(罐)装饮用水行业进出口状况(单位:万美元)图表80:2018-2023年中国瓶(罐)装饮用水行业进出口状况(单位:万美元)图表81:2018-2023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82:2018-2023年中国瓶(罐)装饮用水行业出口产品结构分析(单位:%)图表83:2018-2023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84:2018-2023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85:2018-2023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86:2018-2023年中国瓶(罐)装饮用水行业产品出口地区分布(单位:%)图表87:2018-2023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88:2018-2023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89:2018-2023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90:2018-2023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91:2018-2023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92:2018-2023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93:2018-2023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94:2018-2023年中国瓶(罐)装饮用水行业进口产品结构分析(单位:%)图表95:2018-2023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96:2018-2023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97:2018-2023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98:2018-2023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99:2018-2023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100:2018-2023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101:2018-2023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102:2018-2023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103:2018-2023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104:2018-2023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105:2018-2023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106:2018-2023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107:2018-2023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108:2018-2023年中国瓶(罐)装饮用水行业各区域资产总计情况(单位:%)图表109:2018-2023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110:2018-2023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111:2018-2023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112:2018

-2023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113：2018-2023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114：2018-2023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115：2018-2023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116：2018-2023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117：2018-2023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118：2018-2023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119：2018-2023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120：2018-2023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、%）.....略