

瓶装水 - 中国 - 2022年

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动

在这篇报告中我们探讨了以下议题

- 未来5年的市场展望与增长动力
- 最新的产品趋势与增长机会
- 对水源地和水源的偏好
- 对可持续性宣称的兴趣
- 特定场景中对瓶装水的需求

除了青藏高原，2022年消费者感兴趣的水源地的整体分布情况与2017年相比没有变化，国内水源地比国外水源地依然更受消费者喜爱。这可能使进口品牌处于劣势，同时提醒市场参与者，缺少足够曝光，会直接或间接导致消费者流失。

过去两年，受新冠疫情零星散发和严格的防控措施影响，瓶装水高度依赖的出行场景，尤其是旅行场景在不确定的形势下遭遇重创。

家用或社区配套净水器的日益普及构成另一重挑战。特别是封控期间，供应受扰导致瓶装水价格上涨。而经济环境趋于保守，也会降低消费升级的可能性。

适用于特定场景（如泡茶、冲奶粉）和细分消费者（如婴幼儿、老年人或宠物专用瓶装水）的产品存在机遇。同时，品牌应着力打造高颜值的包装，以此增加产品价值并增强仪式感，尤其是针对直接饮用的场合。



“受新冠疫情带来的不确定性影响，出行消费场合的减少威胁着瓶装水市场。调味水和气泡水的人气上升。适用于细分场景和细分消费者的产品将成为未来创新的方向。高颜值包装有助于提高产品的价值并营造仪式感，特别是针对直接饮用的场合。”

—— 彭袁君，研究分析师

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

目录

概述

- 您所需要了解的
- 报告关键议题
- 报告定义
- 瓶装水市场涵盖：
- 报告不包括：

综述

- 市场
数据1: 瓶装水市场销售总额，中国，2017-2027年
- 公司与品牌
- 第一、二名之间的差距拉大
数据2: 领先瓶装水企业（按销售额份额区分），2020-2021年
- 创新趋势
- 消费者
数据3: 消费场合，2022年
- 塑料瓶更受欢迎
数据4: 感兴趣的包装*，2022年
- 国内水源地比国外水源地占优势
数据5: 对外国水源地的看法，2017和2022年
- 在有益健康的水源中，冰川水的提及率最高
数据6: 对水源的看法，2022年
- 与包装相关的宣称吸引力较少
数据7: 对可持续宣称的兴趣，2022年
- 水质软硬度适中受青睐
数据8: 不同用水的需求，2022年
- 我们的观点

议题与洞察

- 颜值高的包装与可持续性并不矛盾
- 无标签成标签设计新范式
数据9: 柠檬风味气泡水，Trevi Eco（GNPD ID：9919878），韩国，2022年
数据10: 环保原味气泡水，Woongjin Victoria（GNPD ID：9689112），韩国，2022年
数据11: C2无标签瓶装水（GNPD ID：9304624），泰国，2022年
- 多用途包装
数据12: 三得利多用途猫咪瓶盖示例，日本，2019年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

- 婴幼儿用水指明市场机遇
数据13: 非气泡水，DM Babylove (GNPD ID : 9687928)，斯洛文尼亚，2022年
数据14: J & P Turner 27000澳大利亚天然矿泉水，中国
数据15: 溪蓝宝宝水，中国
- 宠物用水具有特殊需求
数据16: 猫咪专用饮用水，加拿大

市场规模与预测

- 熟水成增长新动力
数据17: 瓶装水市场零售总额，中国，2017-2027年
数据18: 瓶装水市场总销售量，中国，2017-2027年
- 未来5年

市场因素

- 史无前例的全球限塑行动
- 净水器普及带来挑战
- 旅游业损失惨重

市场份额

- 农夫山泉保住霸主地位
数据19: 领先瓶装水企业（按销售额份额*区分），2020-2021年
- 凉白开持续为今麦郎贡献业绩
- 更多外来者入局瓶装水市场

营销活动

- 农夫山泉推出水源地纪录片
数据20: 水源地纪录片，农夫山泉
- 巴黎水携手乐乐茶
数据21: 巴黎水 x 乐乐茶，中国，2022年
- 可口可乐旗下品牌思漫特进入中国市场
数据22: 思漫特，中国，2022年

新产品趋势

- 气泡水和调味水崭露头角
数据23: 瓶装水新品（按气泡质地占比区分），中国，2017-2022年
数据24: 瓶装水新品（按子品类区分），中国，2017-2022年
数据25: 瓶装水前十大风味构成，中国，2017-2022年
数据26: 瓶装水增速最快的前十大风味构成，中国，2017-2022年
数据27: 柑橘、荔枝和樱花风味新品示例，中国，2022年
- 过去12个月内新推出的风味

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

数据28: 过去12个月新推出的风味示例，全球，2021-2022年

- 减少宣称走俏

数据29: 瓶装水前十大宣称类别，中国，2017-2022年

数据30: 瓶装水减少宣称，中国，2017-2022年

数据31: 低/无/减钠、节食/轻食和低/无/减升糖指数宣称新品示例，中国，2022年

数据32: 瓶装水增速最快的前十大宣称，中国，2017-2022年

- 高颜值包装持续走俏

数据33: 4Life天然矿泉水（GNPD ID：8850859），泰国，2021年

数据34: 柠檬草风味维生素矿泉水（GNPD ID：9444626），泰国，2021年

数据35: 尖岗山天然矿泉水，中国，2022年

消费场合

- 喝水可补充能量并提高效率

数据36: 消费行为，2022年

数据37: 消费场合，2022年

数据38: 部分消费场合（按性别区分），2022年

- 重度消费者是谁？

- 在几乎所有场合中，宠物主人比其他消费群体都更常饮用瓶装水

数据39: 消费场合（按居住成员区分），中国，2022年

数据40: Lily宠物酵素水，中国，2022年

- 高家庭收入消费者值得关注

数据41: 消费场合*（按家庭月收入区分），2022年

感兴趣的包装

- 塑料瓶唱主角

数据42: 感兴趣的包装*，2022年

数据43: 瓶身上印制时间点提醒充分饮水，中国

- 玻璃瓶可提升可持续宣称的吸引力

数据44: 对可持续宣称的兴趣（按包装种类——500毫升区分），2022年

数据45: Artesian Water（GNPD ID：9577416），墨西哥，2022年

水源地

- 国内水源依然比国外水源更具优势.....

数据46: 对水源地的看法，2017和2022年

- 不过部分国内水源受到的关注度下降

数据47: 感兴趣的第一选择水源地，2017和2022年

- 不同代际对水源地的关注度有所不同

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

数据48: 部分水源地（按年代区分），2022年

水源

- 冰川水在对健康有益方面升幅最大
数据49: 对水源的看法，2022年
数据50: 对水源的部分看法，2017 vs 2022年
- 冰川水是面向中老年消费者的高端功能性瓶装水的理想水源
数据51: 农夫山泉含锂型天然矿泉水（GNPD ID：7065005），中国，2019年
数据52: 泡茶或烹饪时偏好的瓶装水特质，2022年
- 部分地区爱喝特定水源的瓶装水
数据53: 对部分水源的看法——好喝的（按地区区分），2022年
数据54: 四川古岩矿泉水和广东霍山矿泉水，中国

对可持续宣称的兴趣

- 保护原产地最具吸引力
数据55: 对可持续宣称的兴趣，2022年
数据56: 金典在世界环境日推出无印刷纯白包装，中国，2022年
- 多维度宣称可持续性，以吸引消费者
数据57: TURF分析——对可持续宣称的兴趣，2022年
- 与宠物同住的消费者对可持续宣称更感兴趣
数据58: 与宠物同住的消费者更感兴趣的可持续宣称（按居住成员区分），2022年

不同用水需求

- 水质软硬度适中是几乎所有场景的首要用水需求
数据59: 不同用水需求，2022年
数据60: 饮用天然泉水，三顿半，中国，2022年
- 直接饮用时，包装颜值高很重要
- 高颜值的包装可以提供一种仪式感.....
数据61: 直接饮用——包装颜值高（按消费场合区分），2022年
数据62: 王老吉推出百家姓版包装以庆祝中国春节，中国，2022年
数据63: 王老吉婚礼定制包装，中国，2021年
-以及价值
数据64: 湖泊水——高端的（按直接饮用的需求区分），2022年

美食达人

- 他们是谁？
数据65: 美食达人类别，2022年
数据66: 美食达人类别（按代际区分），2022年
数据67: 美食达人类别（按性别区分），2022年
- 情绪化食客将长白山作为第一选择

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

数据68: 长白山——第一选择水源地（按美食达人区分），2022年

- 挑剔消费者更关注可持续宣称

数据69: 可持续宣称（按美食达人区分），2022年

附录——市场规模与预测

数据70: 瓶装水市场销售总额及预测，中国，2017-2027年

数据71: 瓶装水市场销售总量及预测，中国，2017-2027年

附录——研究方法与缩写

- 研究方法
- 缩写

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100



关于英敏特

英敏特是洞悉消费者需求、熟谙背后原因的专家。作为世界领先的市场情报公司，我们对消费者、市场、产品创新和竞争形势进行分析，提供关于全球和各国经济的独特视角。自1972年起，英敏特通过预测分析和专家推荐，让客户更快做出更优的商业决策。

我们的目标是助力企业与人的成长。要了解我们如何实现这一目标，请点击[mintel.com](https://www.mintel.com)。