



广东某包装饮用水项目市场调研报告案例

编制单位：北京尚普华泰工程咨询有限公司

联系电话：010-82885739 传真：010-82885785

邮编：100083 邮箱：hfchen@shangpu-china.com

北京总公司：北京市海淀区北四环中路 229 号海泰大厦 11 层

网址：<https://www.sunpul.cn>

引言

一、调研内容

广东省包装饮用水市场调研

二、调研地点

三、调研范围

本次调研基于开发生产包装饮用水的项目背景，由于包装饮用水属于快消费品行业，国内竞争激烈，在进入前需要详细的市场调研及完善的营销方案，用于指导后续建设运营。

本调研报告对项目开展所涉及的主要问题，从以下方面进行了较为详细的调查研究：

1、市场环境及竞争情况研究

深入分析了国内包装饮用水行业市场现状、销售渠道与竞争格局，详见报告第二章。调查研究了广东省包装饮用水市场规模与竞争现状，详见报告第三章第一节。

2、市场对标企业调查

市场对标企业调查主要包括对同类企业的调查和分析，了解企业的品牌、产品、价格等方面的情况，他们采取了什么竞争手段和策略，做到知己知彼，通过调查帮助企业确定竞争策略。详见报告第四章。

3、市场需求调查

市场需求调查主要包括直销客户需求调查、消费者问卷调查，详见报告第三章第二节及第四章。

4、市场营销因素研究

市场营销因素分析主要包括产品、价格、渠道、发展规划和营销方案的建议，

通过估算所在区域市场规模，结合调研结果和业主单位规划推荐产品类型，确定产能规模，拟定初步营销方案。详见报告第六章、第七章。

四、行业标准规范

GB 5749-2022 生活饮用水卫生标准；

GB 14881-2013 食品安全国家标准 食品生产通用卫生规范；

GB 19298-2014 食品安全国家标准 包装饮用水；

GB 19304-2018 食品安全国家标准 包装饮用水生产卫生规范；

GBT 10789-2015 饮料通则。

五、市场研究数据

弗若斯特沙利文《中国包装饮用水行业市场报告》；

欧睿《中国软饮料行业市场报告》；

农夫山泉《招股说明书》；

国海证券《包装饮用水行业深度报告》；

浙商证券《软饮料行业深度报告》；

兴业证券《软饮料行业专题研究》；

中泰证券《大包装水行业深度分析》；

《品牌定位过程管理研究——以农夫山泉为例》；

《互联网时代怡宝纯净水的整合品牌传播研究》；

.....

第一章 包装饮用水市场分析

第一节 包装饮用水行业发展概况

一、行业概述

二、居民饮用水是刚性且具有长期发展性的大市场

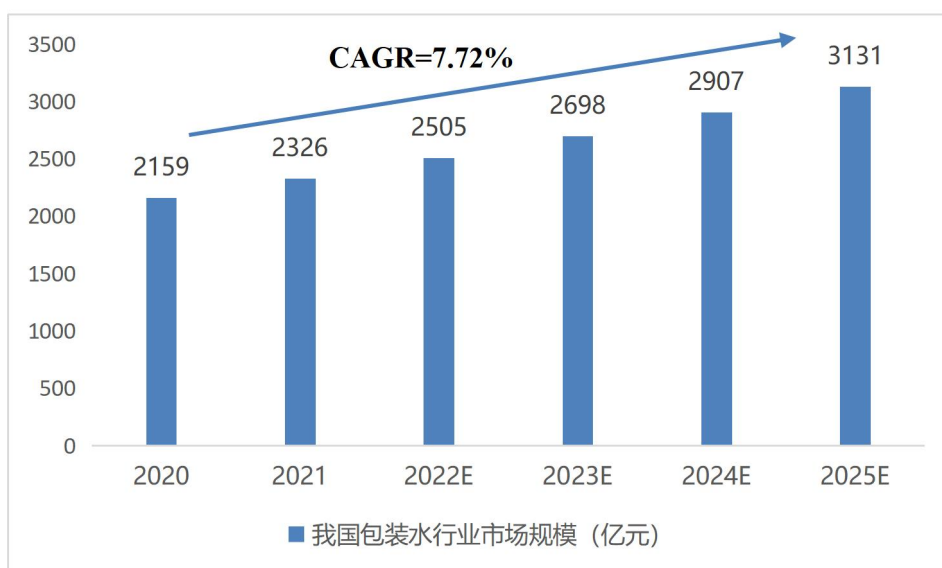
三、行业发展历程

第二节 国内包装饮用水行业市场现状

一、国内包装饮用水市场规模

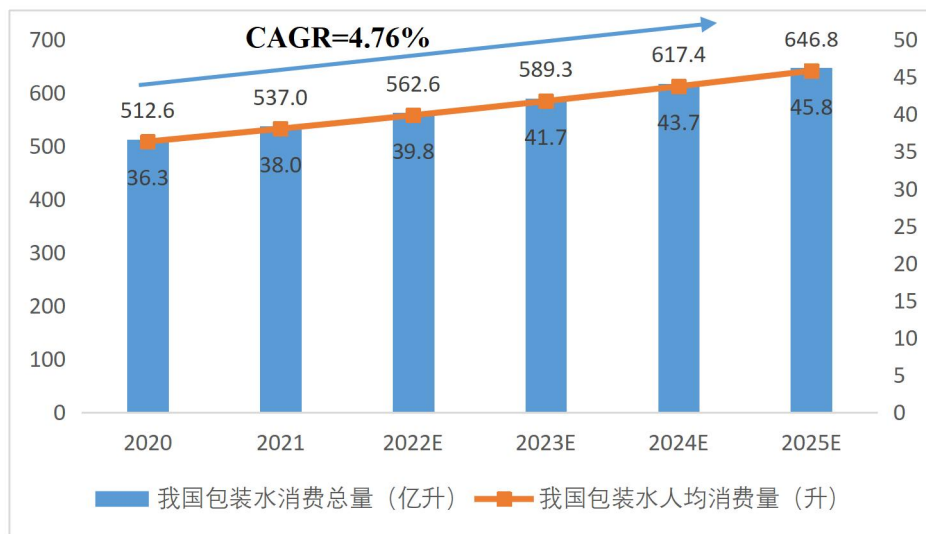
我国包装水行业规模破二千亿元，未来空间及增速均可期。根据 Euromonitor（欧睿）数据，2020 年我国软饮料行业市场规模达 5735 亿元（含包装水），其中包装水行业规模约 2159 亿元，约占全部软饮料的 37.6%，为占比最高的产品品类。2013-2020 年包装水复合增速为 4.6%，行业规模 7 年增长 1000 余亿元。

根据 Euromonitor，预计 2025 年，我国包装水市场规模将达至 3131 亿元，占全部软饮料的 40.9%，2021-2025 年复合增速将为 7.72%，预计未来 5 年行业规模将再增 1000 余亿元。



数据来源：Euromonitor，尚普咨询整理

从我国包装饮用水总消费量看，由于我国人口基数大且优质水源较少，包装饮用水刚需性较强，消费量的潜在空间较大。根据 Euromonitor 数据，2020 年我国的包装水消费量约 512.5 亿升，预计 2025 年将增至 646.8 亿升，2021-2025 年 CAGR 为 4.76%。从人均消费量来看，在消费升级和健康意识的驱动下，我国包装水人均消费量将持续增长。根据 Euromonitor 数据，2020 年我国包装水人均消费量约 36.3 升，预计 2025 年将达至 45.8 升/人。消费者对“健康”、“高端”的饮料需求将成为包装水消费体量进一步高增长的重要引擎。



数据来源：Euromonitor，尚普咨询整理

二、包装饮用水消费量发展空间

三、净水器市场进入瓶颈期

四、包装饮用水市场品类结构

五、包装饮用水市场规格结构

六、一次性中大包装水接棒桶装水市场

七、疫情推动了家庭用水的向一次性中大包装水升级

八、消费升级推动包装水均价稳步提升

第三节 国内包装饮用水市场销售渠道

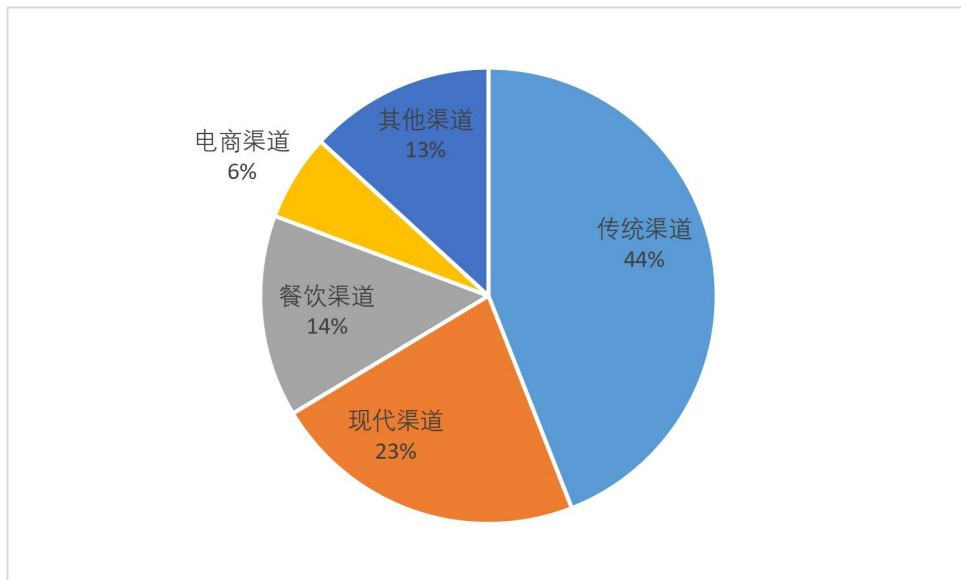
一、包装饮用水销售渠道分类

软饮料公司主要依靠经销商来触达广泛的客户群，包装饮用水主要的零售渠道包括传统渠道、现代渠道、餐饮渠道、电商渠道及其他新兴渠道。

渠道类别	内容
传统渠道	
现代渠道	
餐饮渠道	
电商渠道	
其他渠道	

二、渠道销售占比构成

根据弗若斯特沙利文报告，按零售额计算，各主要渠道规模按从大到小顺序依次为：传统渠道（44%）、现代渠道（23%）、餐饮渠道（14%）、其他渠道（13%）及电商渠道（6%）。电商渠道和便利店渠道发展速度亮眼，为整体市场增长作出贡献。



数据来源：弗若斯特沙利文，尚普咨询整理

三、销售渠道环境重塑

第四节 国内包装饮用水行业市场竞争格局

- 一、包装饮用水市场竞争格局
- 二、包装水海外市场发展路径对比
- 三、地方国企性质包装水品牌案例

第二章 区域市场与需求端调研分析

第一节 区域包装饮用水市场分析

一、广东省市场分析

1、地区竞争现状

2、市场规模

二、**市市场分析

三、厂商调研情况

第二节 目标企业单位调研分析

一、本次调研企业单位基本情况

1、调研企业单位名录

本次调研的企业单位普遍存续情况较为稳定，调研企业单位名单目录及单位规模（仅指被调研单位集团总部在职办公人数或被调研酒店单家分店客房数量等规模情况）如下：

序号	分类	名称	公司规模
1	政府机关		
2	政府机关		
3	政府机关		
4	国有企业		
5	国有企业		
6	国有企业		
7	国有企业		
8	国有企业		
9	国有企业		
10	国有企业		
11	国有企业		
12	国有企业		
13	国有企业		

序号	分类	名称	公司规模
14	民营企业		
15	民营酒店		
16	民营酒店		
17	民营酒店		
18	民营酒店		

二、企业单位包装水产品采购现状

1、采购现状

三、包装水产品采购需求偏好分析

四、企业单位客户市场调研结论

第三章 消费者调研分析

第一节 调研人群基本画像

一、基本情况

二、职业状态

三、年龄分布

第二节 包装饮用水消费现状

一、消耗场景

二、购买渠道

三、消费现状

第三节 购买需求偏好分析

一、普通消费者购买心理

二、产品价格接受区间

三、包装水产品消费时考虑因素

第四节 普通消费者市场调研结论

第四章 对标企业调研分析

第一节 A 公司

一、经营情况

二、产品体系

三、营销与推广

四、分析与借鉴

项目	对标企业分析	案例借鉴
产品体系		
销售渠道		
营销方式		

第二节 B 公司

第三节 C 公司

第五章 产品定位建议

第一节 产品定位

- 一、品牌端建议
- 二、产品端建议
- 三、价格端建议
- 四、产能设计

第二节 渠道搭建

- 一、渠道模式借鉴
- 二、渠道利润分配
- 三、渠道模式

第三节 发展规划

- 一、主要渠道销售预计
- 二、市场拓展规划

第六章 营销方案策划

第一节 营销策略

一、营销方案建议

二、营销团队打造

第二节 品牌广告语建议

尚普华泰咨询各地联系方式

北京总部：北京市海淀区北四环中路 229 号海泰大厦 11 层

联系电话：010-82885739 13671328314

河北分公司：河北省石家庄市长安区广安大街 16 号美东国际 D 座 6 层

联系电话：0311-86062302 15130178036

山东分公司：山东省济南市历下区东环国际广场 A 座 11 层

联系电话：0531-61320360 13678812883

天津分公司：天津市和平区南京路 189 号津汇广场二座 29 层

联系电话：022-87079220 13920548076

江苏分公司：江苏省南京市秦淮区汉中路 169 号金丝利国际大厦 13 层

联系电话：025-58864675 18551863396

上海分公司：上海市浦东新区商城路 800 号斯米克大厦 6 层

联系电话：021-64023562 18818293683

陕西分公司：陕西省西安市高新区沣惠南路 16 号泰华金贸国际第 7 幢 1
单元 12 层

联系电话：029-63365628 15114808752

广东分公司：广东省广州市天河区珠江新城华夏路 30 号富力盈通大厦
41 层

联系电话：020-84593416 13527831869

重庆分公司：重庆市渝中区民族路 188 号环球金融中心 12 层

联系电话：023-67130700 18581383953

浙江分公司：浙江省杭州市上城区西湖大道一号外海西湖国贸大厦 15 楼

联系电话：0571-87215836 13003685326

湖北分公司：湖北省武汉市汉口中山大道 888 号平安大厦 21 层

联系电话：027-84738946 18163306806