

2024年中国包装饮用水行业概览： 包装饮用水市场发展机遇解析

2023 China Packaged Drinking Water Industry Overview:
Market Development Opportunities Analysis

2023 年中国包装飲用水産業の概要:市場発展機会分析

(摘要版)

报告标签：包装饮用水、高端化、农夫山泉、康师傅

主笔人：黄之婧

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施、追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用“头豹研究院”或“头豹”的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。

团队介绍



刘贵仁
消费行业首席分析师
gary.liu@leadleo.com



黄之婧
消费行业分析师
zhijing.huang@leadleo.com

头豹研究院

咨询/合作

网址: www.leadleo.com

电话: 13080197867 (李先生)

电话: 13631510331 (刘先生)

@深圳市华润置地大厦E座4105室



观点摘要

中国包装饮用水行业于20世纪80年代正式起步，至2008年，中国包装饮用水行业进入成熟期。宏观环境的改善，从促进饮用水需求方面为包装饮用水行业的发展提供了持续发展动力。另一方面，饮用水是维持人体功能正常所不可缺少的物质，“健康”一词正逐渐占据绝大部分年轻消费者的心智，健康饮水正逐渐成为主流消费趋势。

预计到2028年，中国包装饮用水行业市场规模将达到5,307.5亿元，未来5年中国包装饮用水行业市场规模的复合年均增长率预计将达到11.8%

✓ 居民健康意识提升，中国消费者将更倾向于购买高品质的饮用水

高端包装饮用水产品在水源、包装等方面较其他产品具有显著优势，受到消费者的欢迎。在水源方面，高端包装饮用水通常取自优质水源，如进口饮用水品牌的主要水源地是阿尔卑斯山脉，代表产品有依云、可口可乐旗下Valser等，中国品牌的水源地主要是长白山、昆仑山、西藏冰川，代表产品如农夫山泉等。在包装方面，高端包装饮用水产品通过设计上的差异，突出其功能性、美观性和文化属性，提高品牌辨识度及产品的核心竞争力。

✓ 包装轻量化是现阶段中国瓶装饮用水企业为达到降本增效和控制生产污染的重要手段

包装轻量化不仅可节约包装成本和运输成本，而且更加环保，将成为包装饮用水行业未来的发展趋势之一，其中一次性包装或成为行业主流。自2020年以来，以农夫山泉、元气森林、加多宝等为代表的饮用水企业均不断推出“轻量化”饮料包装，不仅可减少包装原材料的消耗，减轻环保压力，还可减少产品在物流运输过程中的单位能耗和成本，为企业带来经济效益，实现企业经济效益与社会公众利益的双赢。

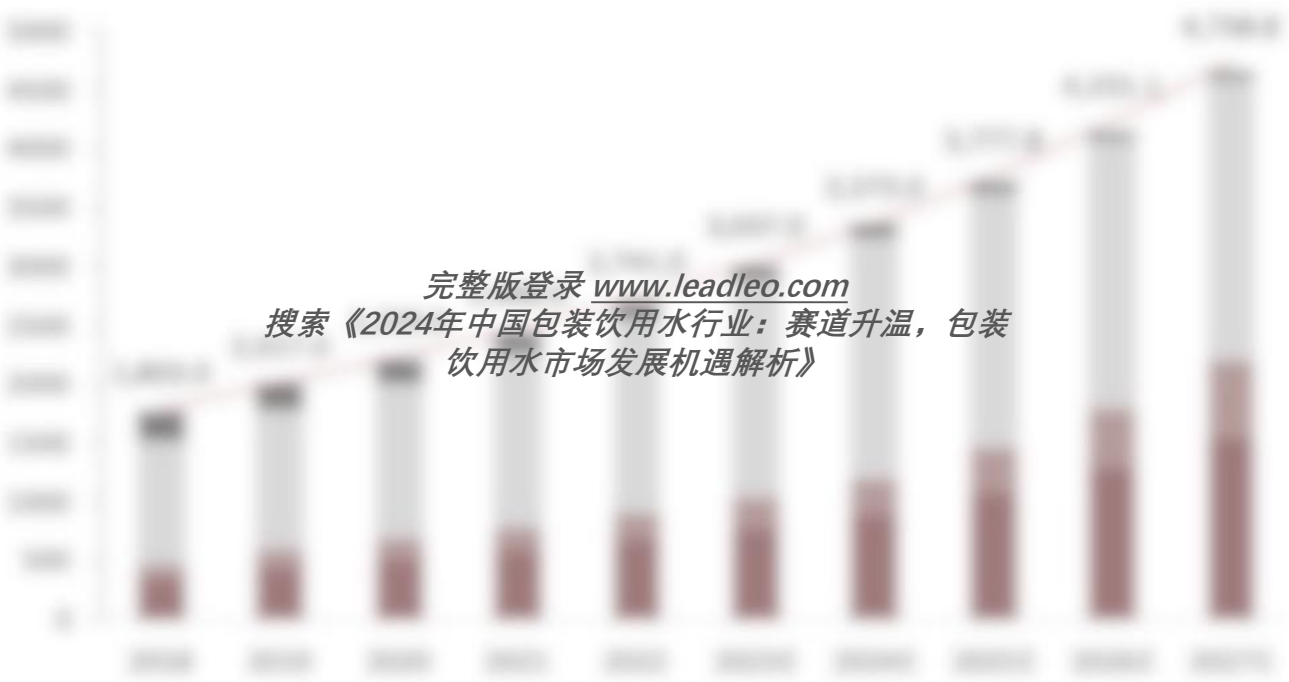
✓ 为满足消费者多样化的需求，包装饮用水产品不断细化

包装饮用水行业主要的细化产品包括熟水、泡茶水、婴幼儿水及苏打水等，如今麦郎作为熟水市场的开创者，迎来了市场潜力的爆发，自2016年推出凉白开瓶装水以来，已连续多年保持销量领先。未来，包装饮用水厂家将针对特定消费人群推出更加功能细化的产品，如针对女性、老年人群推出补充特定微量元素、针对运动员推出快速补充身体能量的功能化包装饮用水，包装饮用水功能将进一步细化。

中国包装饮用水行业——市场规模

预计到2028年，中国包装饮用水行业市场规模将达到5,307.5亿元，未来5年中国包装饮用水行业市场规模的复合年均增长率预计将达到11.8%

中国包装饮用水行业市场规模及预测，2019-2028E



完整版登录 www.leadleo.com
搜索《2024年中国包装饮用水行业：赛道升温，包装饮用水市场发展机遇解析》

■ 近年来，中国消费者的健康意识增强并且消费能力提升，天然水及天然矿泉水在包装饮用水类别中增长最快。

近年来，受益于消费升级趋势、消费者对于健康饮用水需求的提升以及高端饮用水市场快速发展等因素，中国包装饮用水行业快速发展，市场规模由2019年的2,017.0亿元增长至2023年的3,037.0亿元。

过去五年间，包装饮用水行业规模的变化原因如下：1、伴随着中国消费者健康意识的增强及消费能力的提升，天然水及天然矿泉水在包装饮用水类别中增长最快。2019年至2023年，天然水及天然矿泉水的复合年增长率分别为15.2%及14.1%。2、由于对水的来源无限制，饮用纯净水成为现阶段市场规模最大的包装饮用水细分市场，2023年饮用纯净水零售额在总体包装饮用水零售额中的占比为61.0%。

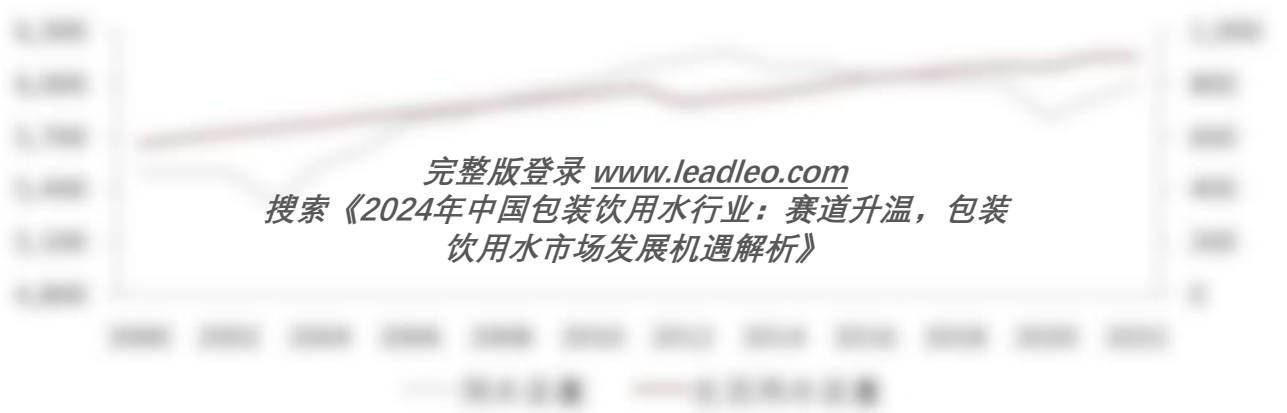
包装饮用水行业规模预计到2028年突破5,307.5亿元，行业规模在以下因素带动下持续走高：1、未来，随着健康饮水理念的普及，高端包装天然矿泉水逐渐被市场认可，市场需求将得到进一步释放，促进中国包装饮用水市场规模持续扩容。2、饮用水是旅游途中必备的食品之一，而包装饮用水由于便于携带而成为旅客的重要选择。2022年中国旅游人数达到25.3亿人次，随着中国旅游人数规模的进一步扩大，势必带动包装饮用水需求的增长。

来源：头豹研究院

■ 包装饮用水行业驱动因素——宏观环境持续改善

宏观环境的改善，为包装饮用水行业提供了持续发展动力。宏观环境主要从促进饮用水需求方面对包装饮用水行业起积极促进作用

中国用水总量及生活用水总量，2000-2022年



中国旅游人数及人均旅游花费，2000-2022年



■ 宏观环境的改善，为包装饮用水行业提供了持续发展动力。

居民生活用水包括了城市中居民的饮用、烹调、洗涤等日常生活用水。人口规模和人均生活水平是决定生活用水量的两大关键要素，在中国城镇化和经济仍不断发展的大背景下，预计中国生活用水量在较长一个时期内还将持续增长。用水需求的增长将带来更广阔的消费市场，推动包装饮用水行业规模的持续上升。

随着中国人民生活水平的提高，人们对旅游的需求不断增加，2022年中国旅游人数达到25.3亿人次，未来旅游业预计将继续回暖。饮用水是旅游途中必备的食品之一，而包装饮用水由于便于携带而成为旅客的重要选择，随着中国旅游人数规模的进一步扩大，势必带动包装饮用水需求的增长。

来源：中国水利，国家旅游局，兴仁市人民政府，头豹研究院

■ 包装饮用水行业制约因素——水质污染

超标的地下水源中存在砷、铁、锰、氟化物，对人体健康有潜在危害性。被污染的水资源将导致企业生产净化成本提升，若操作不当会影响消费者身体健康和企业声誉

饮用水污染分布，2023年12月



■ 超标的地下水源中存在砷、铁、锰、氟化物，对人体健康有潜在危害性。

依照《地表水环境质量标准》（GB3838-2002）中规定，Ⅱ类主要适用于集中式生活饮用水、地表水源地一级保护区等。

近年来中国经济快速发展，尤其是农药、医药、化工等生产工业发展迅速。由于监管与法律法规制定的延后性，导致各类生活污水和生产废水未经达标就被直接排入水体。超标的地下水源中存在砷、铁、锰、氟化物，对人体健康有潜在危害性。被污染的水资源将导致企业生产净化成本提升，若操作不当会影响消费者身体健康和企业声誉。

来源：根据新闻整理，中国生态环境部，头豹研究院

中国包装饮用水行业发展趋势——产品高端化

高端包装饮用水通常取自优质水源，消费升级趋势下，消费者的健康意识提升，中国消费者将更倾向于购买高品质的饮用水

包装饮用水行业新品大盘点， 2023年

企业	新品	类别	规格	价格（瓶）
今麦郎	红字凉白开	纯净水	550ml	2元
	今矿	天然矿泉水	350ml、570ml、5L	2.5元、3元、23元
康师傅	喝矿泉	天然矿泉水	550ml	2元
	喝天然	天然水	550ml	2元
	龙年开运瓶	纯净水	380ml、550ml、1.5L、5L	1.5元、2元、3.5元、9元
益力	桶装水	天然矿泉水	12.3L	21元
正大	所以润	天然矿泉水	550ml	4元
山东健康水业	金生水	天然山泉水	1.5L、5.2L、8L、15L	4.5元、20元、30元、37元
		天然矿泉水	520ml	4元
		天然苏打水	520ml	5元
农夫山泉x全季酒店	无标签客用水	天然水	/	/
农夫山泉	婴儿水迪士尼公主瓶	天然水	1L	10元
	把手瓶	天然水	4L	8元
	龙年限定典藏瓶	天然矿泉水	/	/
依云	充气饮用天然矿泉水	天然矿泉水	330ml、750ml	310元/箱
中粮悦活	长白山矿泉水	天然矿泉水	500ml	3-4元
娃哈哈	亚运尊享版晶钻水	纯净水	/	/
	袋装饮用纯净水	纯净水	/	/
	玻璃瓶天然矿泉水	天然矿泉水	/	/
	长白山五龙泉	天然矿泉水	550ml	3元
元气森林	元气森林纯净水	纯净水	520ml	/
伊刻活泉	无油墨火山瓶	天然矿泉水	520ml	/
北冰洋	含气天然矿泉水	天然矿泉水	330ml	10元
三得利	袋装富氢水	富氢水	360ml	8元
好想你	好水好	天然矿泉水	550ml	/
中沃	王屋岩泉碱性水	天然苏打水	550ml	2.5元、3元、23元
北京一轻	丹泉饮用天然水	天然水	380ml、520ml	2.5元（520ml）
怡宝	本优	天然矿泉水	350ml、555ml	1.5元、2元
华洋饮品	水矿山	天然矿泉水	380ml、580ml、5L	/
白象	饮用天然苏打水	天然苏打水	400ml	5元
统一	爱夸	天然矿泉水	5L	16.5元
西藏5100、卓玛泉	一生一水	复合型天然矿泉水	350ml	28元

■ 中国消费者将更倾向于购买高品质的饮用水。

包装饮用水1元水正在逐渐退出市场，1.5元至2元带以天然水品牌为主，矿泉水多集中在2.5元至4元价格带。高端包装饮用水，通常指单价在5元/500ml 以上的包装饮用水产品，此类产品在水源、包装等方面较其他产品有显著优势。水源方面，高端包装饮用水通常取自优质水源。

包装方面，高端包装饮用水讲究包装设计与创新，在产品营销方面注重与消费者的情感联系，以及消费体验。高端产品通过包装和设计上的差异，突出其的功能性、美观性和文化属性， 增加产品的视觉差异，提高品牌辨识度和产品的核心竞争力。

来源：拿声国际，头豹研究院



未完待续
下篇正在进行中

若您期待尽快看到下篇报告或对下篇报告的内容有独到见解，头豹欢迎您加入到此篇报告的研究中。相关咨询，欢迎联系头豹研究院消费行业研究团队

邮箱：gary.liu@leadleo.com

完整版研究报告阅读渠道：

- 登录www.leadleo.com，搜索《2024年中国包装饮用水行业：赛道升温，包装饮用水市场发展机遇解析》

了解其他消费系列课题，登陆头豹研究院官网搜索查阅：

- 2023年中国管道直饮水行业概览
- 2023年中国商用净水器市场未来展望
- 2022年中国包装即饮茶行业概览
- 2022年中国能量饮料行业概览：领跑饮料行业，能量饮料市场发展机遇解析
- 2022年中国含乳饮料行业概览

方法论

- ◆ 头豹研究院布局中国市场，深入研究19大行业，持续跟踪532个垂直行业的市场变化，已沉淀超过100万行业研究价值数据元素，完成超过1万个独立的研究咨询项目。
- ◆ 头豹研究院依托中国活跃的经济环境，研究内容覆盖整个行业发展周期，伴随着行业内企业的创立，发展，扩张，到企业上市及上市后的成熟期，头豹各行业研究员积极探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业视野解读行业的沿革。
- ◆ 头豹研究院融合传统与新型的研究方法论，采用自主研发算法，结合行业交叉大数据，通过多元化调研方法，挖掘定量数据背后根因，剖析定性内容背后的逻辑，客观真实地阐述行业现状，前瞻性地预测行业未来发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。
- ◆ 头豹研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会随着行业发展、技术革新、竞争格局变化、政策法规颁布、市场调研深入，保持不断更新与优化。
- ◆ 头豹研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，以战略发展的视角分析行业，从执行落地的层面阐述观点，为每一位读者提供有深度有价值的研究报告。

法律声明

- ◆ 本报告著作权归头豹所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复刻、发表或引用。若征得头豹同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“头豹研究院”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节或修改。
- ◆ 本报告分析师具有专业研究能力，保证报告数据均来自合法合规渠道，观点产出及数据分析基于分析师对行业的客观理解，本报告不受任何第三方授意或影响。
- ◆ 本报告所涉及的观点或信息仅供参考，不构成任何证券或基金投资建议。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告或证券研究报告。在法律许可的情况下，头豹可能会为报告中提及的企业提供或争取提供投融资或咨询等相关服务。
- ◆ 本报告的部分信息来源于公开资料，头豹对该等信息的准确性、完整性或可靠性不做任何保证。本报告所载的资料、意见及推测仅反映头豹于发布本报告当日的判断，过往报告中的描述不应作为日后的表现依据。在不同时期，头豹可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告或文章。头豹均不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，头豹对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者应当自行关注相应的更新或修改。任何机构或个人应对其利用本报告的数据、分析、研究、部分或者全部内容所进行的一切活动负责并承担该等活动所导致的任何损失或伤害。

商务合作

阅读全部原创报告和百万数据

会员账号

募投可研、尽调、IRPR等研究咨询

定制报告/词条

定制公司的第一本

白皮书

内容授权商用、上市

招股书引用

企业产品宣传

市场地位确认

丰富简历履历，报名

云实习课程

头豹研究院

咨询/合作

网址： www.leadleo.com

电话： 13080197867（李先生）

电话： 13631510331（刘先生）

@深圳市华润置地大厦E座4105室