# 饮用水行业市场竞争现状 饮用水行业市场需求分析

水资源开发利用的内容很广，诸如农业灌溉、工业用水、生活用水、水能、航运、港口运输、淡水养殖、城市建设、旅游等。防洪、防涝等属于水资源开发利用的另一方面的内容。2021年中国用水总量为5921亿立方米，同比增长1.9%;人均用水量为419立方米/人。

饮用水行业市场竞争现状 饮用水行业市场需求分析

过去30年，中国瓶装水行业经历了三轮消费升级。第一轮是1989年，第一瓶瓶装纯净水诞生;第二轮是在2000年以后，由纯净水向天然矿泉水的转变;随着消费升级，2016年，熟水品类诞生。数据还显示，未来几年瓶装水市场有望维持较高增速，2025年市场规模有望突破3000亿元。

我国当前的饮用水市场，主要是以矿泉水、纯净水等瓶装生水和以凉白开为代表的瓶装熟水等形式存在。今麦郎采用UHT125℃纯物理高温烧开杀菌工艺，面向市场推出凉白开瓶装熟水，开创熟水品类，既彻底杀灭铜绿等有害细菌，又不会产生溴酸盐问题，将更加方便饮用的瓶装熟水呈现在消费者面前。

根据中研普华产业研究院发布的《2022-2027年饮用水行业市场深度分析及发展规划咨询综合研究报告》显示：

饮用水作为家用长期高消耗品，有着旺盛的市场需求。在美国饮用水市场上，随着公众健康意识增强，低糖低热成为诉求，瓶装水被视作含糖饮料的替代品。全球范围内主要饮用水品牌有雀巢、达能、可口可乐、百事可乐、三得利这些，这些知名品牌都有各自核心单品，市场份额在全球饮用水市场中名列前茅。

近年来，我国包装饮用水产业发展迅速，不仅产销量快速增长、消费人群扩大，且生产区域也由沿海发达城市、中心城市向内地欠发达地区延伸。同时，包装饮用水企业的生产规模也呈现多元化，既有外资企业、大型国有企业等实力雄厚企业的饮用水企业，也有民间资本投资的小微型饮用水生产企业。

人类的生活离不开饮用水。根据最新的调查显示，约68%的人群对包装饮用水的要求不仅是解渴，同时更关注品质和健康。未来，中档次瓶装饮用水、低端天然矿泉水仍是市场销售主力，但随着健康意识的不断提升和消费水平的升级，包装饮用水市场将逐步显现细分趋势，满足不同目标受众需求的中高端产品，这也或将成为包装饮用水市场的竞争新热点。

我国饮用水行业现已进入稳步成长阶段，行业进入障碍较低，这导致中低端饮用水企业众多，品牌多而杂，各个企业之间多势均力敌，而且因为水本身的同质性使得饮用水企业提供的产品或服务基本相同，消费者转换成本很低。中低端饮用水市场同质化严重，竞争日益激烈，利润日渐微薄，因而不少企业转而将目光聚焦到高利润的高端饮用水市，众多高端品牌纷纷抢先进入。

中研网2022-11-20