

2019-2025年中国互联网+ 饮料产业深度调研与投资前景分析报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2019-2025年中国互联网+饮料产业深度调研与投资前景分析报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/yinliao/33847735FJ.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

2016年我国软饮料行业销售市场规模约968亿美元，占比全球饮料市场规模7674亿美元比重的12.62%。 2010-2016年中国饮料行业市场规模及占比全球比重情况 资料来源：智研数据研究中心整理

智研数据研究中心发布的《2019-2025年中国互联网+饮料产业深度调研与投资前景分析报告》共十三章。首先介绍了中国饮料行业市场发展环境、中国饮料整体运行态势等，接着分析了中国饮料行业市场运行的现状，然后介绍了中国饮料市场竞争格局。随后，报告对中国饮料做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国饮料行业发展趋势与投资预测。您若想对饮料产业有个系统的了解或者想投资饮料行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一部分饮料行业发展环境分析

第一章饮料行业发展概述

第一节饮料的概念

一、饮料的定义

二、饮料的特点

三、饮料的应用领域

第二节饮料行业发展成熟度

第三节饮料市场特征分析

一、市场规模

二、需求主要竞争因素

第四节饮料的产业链情况

一、产业链模型介绍

1、产业链模型

2、产业链的形成机制

3、产业链的特点

4、产业链的利益分配机制

5、产业链的竞争谈判机制

二、产业链分析

第五节饮料行业发展历史回顾

第二章中国饮料行业发展现状分析

第一节2017年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、城乡居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数

三、工业发展形势分析

第二节饮料政策的回顾与展望

一、我国饮料政策的转变

二、饮料政策还需调整

第三节饮料行业其他发展环境分析

第三章2014-2017年中国饮料行业市场运行分析

第一节2014-2017年中国饮料行业市场发展基本情况

一、市场发展现状分析

二、市场特点分析

三、市场技术发展状况

第二节2014-2017年中国饮料行业市场工业总产值分析

一、市场工业总产值分析

二、2014-2017年不同规模企业工业总产值分析

三、2014-2017年不同所有制企业工业总产值比较

四、2014-2017年行业市场工业总产值地区分布

第三节2014-2017年饮料行业市场产品供需分析

一、2014-2017年饮料行业供给情况分析

二、2014-2017年饮料行业需求情况分析

第四节2014-2017年饮料行业市场产品价格分析

一、2014-2017年市场产品价格走势

二、2019-2025年市场产品价格趋势预测

第四章2014-2017年中国饮料行业总体发展分析

第一节饮料行业总体分析

一、饮料供需概况

二、饮料行业动态

第二节饮料行业发展现状分析

一、饮料产量情况

根据国家统计局数据显示，2016年，我国饮料行业全年累计总产量18345.2万吨，同比增长1.90%。

从月度产量增长率看，与上年同期相比，3月产量增速11.8%，为全年最高点；4月为-6.6%、5月为-9.2%，增速呈大幅下滑趋势，5月份增长率达全年最低；8-12月产量增速呈回升态势，保持在3%左右的增长率。

从各季度饮料产量变化情况看，一季度4241.5万吨，产量基本平稳；受季节影响，二季度4738.0万吨，产量明显上升，6月份产量达全年最高值，为1794.4万吨；三季度5174.7万吨，继续保持增长；四季度4191.0万吨，产量逐渐走低，10月份产量1337.0万吨，为全年最低。

2010-2016年中国饮料行业产量情况 资料来源：国家统计局 2011-2016年中国饮料市场主要子行业产量情况 资料来源：国家统计局

二、全国部分城市饮料价格

第五章中国饮料市场形势与营销战略分析

第一节中国饮料市场形势分析

第二节中国饮料行业供需形势分析

一、饮料行业供需现状

二、饮料价格或将反弹

三、在金融危机下国内企业对策分析

第三节中国饮料行业企业的营销策略分析

第四节我国饮料上游行业发展态势展望

一、创造性地开拓市场

二、加强市场分析

三、注重建设现代化营销网络

第六章中国饮料行业竞争格局对投资影响分析

第一节中国饮料行业波特五力分析

第二节饮料行业竞争格局分析

一、企业集中度分析

二、市场占有率分析

第三节2019-2025年中国饮料行业未来竞争态势预测

一、竞争态势预测

二、竞争态势对投资的影响

第七章饮料行业上下游行业分析

第一节饮料行业上游行业发展现状

第二节饮料行业上游行业发展趋势

第三节上游行业对饮料行业的影响

第四节饮料行业下游行业发展现状

第五节饮料行业下游行业发展趋势

第六节下游行业对饮料行业的影响

第八章饮料行业重点品牌企业分析

第一节A公司

一、企业简介分析

二、企业主要经营数据现状分析

1、企业主要经济指标

2、企业偿债能力分析

3、企业盈利能力分析

4、企业运营能力分析

三、企业业务产品结构分析

四、企业发展历程分析

五、企业销售渠道联系方式分析

六、企业主要下游客户分析

七、企业产品核心竞争力优劣势分析

八、企业发展战略规划及走向分析

第二节B公司

一、企业简介分析

二、企业主要经营数据现状分析

1、企业主要经济指标

- 2、企业偿债能力分析
- 3、企业盈利能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 三、企业业务产品结构分析
- 四、企业发展历程分析
- 五、企业销售渠道联系方式分析
- 六、企业主要下游客户分析
- 七、企业产品核心竞争力优劣势分析
- 八、企业发展战略规划及走向分析

第三节C公司

- 一、企业简介分析
- 二、企业主要经营数据现状分析
 - 1、企业主要经济指标
 - 2、企业偿债能力分析
 - 3、企业盈利能力分析
 - 4、企业运营能力分析
- 三、企业业务产品结构分析
- 四、企业发展历程分析
- 五、企业销售渠道联系方式分析
- 六、企业主要下游客户分析
- 七、企业产品核心竞争力优劣势分析
- 八、企业发展战略规划及走向分析

第四节D公司

- 一、企业简介分析
- 二、企业主要经营数据现状分析
 - 1、企业主要经济指标
 - 2、企业偿债能力分析
 - 3、企业盈利能力分析
 - 4、企业运营能力分析
- 三、企业业务产品结构分析
- 四、企业发展历程分析
- 五、企业销售渠道联系方式分析

- 六、企业主要下游客户分析
- 七、企业产品核心竞争力优劣势分析
- 八、企业发展战略规划及走向分析

第五节E公司

- 一、企业简介分析
- 二、企业主要经营数据现状分析
 - 1、企业主要经济指标
 - 2、企业偿债能力分析
 - 3、企业盈利能力分析
 - 4、企业运营能力分析
- 三、企业业务产品结构分析
- 四、企业发展历程分析
- 五、企业销售渠道联系方式分析
- 六、企业主要下游客户分析
- 七、企业产品核心竞争力优劣势分析
- 八、企业发展战略规划及走向分析

第六节F公司

- 一、企业简介分析
- 二、企业主要经营数据现状分析
 - 1、企业主要经济指标
 - 2、企业偿债能力分析
 - 3、企业盈利能力分析
 - 4、企业运营能力分析
- 三、企业业务产品结构分析
- 四、企业发展历程分析
- 五、企业销售渠道联系方式分析
- 六、企业主要下游客户分析
- 七、企业产品核心竞争力优劣势分析
- 八、企业发展战略规划及走向分析

第一节2019-2025年中国饮料行业投资机遇分析

一、产业市场机遇分析

二、产业链中投资机会对比分析

第二节2019-2025年中国饮料行业投资潜力分析

第三节2019-2025年中国饮料行业投资风险分析

一、政策风险

二、技术风险

三、价格波动风险

四、市场竞争风险

五、进入退出壁垒风险

第四节管理风险分析

第十章中国饮料行业传统商业模式分析

第一节饮料行业原料采购模式

第二节饮料行业经营模式

第三节饮料行业盈利模式

第四节OEM、ODM、OBM模式分析

第十一章中国饮料行业商业模式构建与实施策略

第一节饮料行业商业模式要素与特征

一、商业模式的构成要素

二、商业模式的模式要素

（一）行业价值模式

（二）战略模式

（三）市场模式

（四）营销模式

（五）管理模式

（六）资源整合模式

（七）资本运作模式

（八）成本模式

（九）营收模式

三、成功商业模式的特征

第二节饮料行业企业商业模式构建步骤

一、挖掘客户价值需求

- (一) 转变商业思维
- (二) 客户隐性需求
- (三) 客户价值主张

二、产业价值链再定位

- (一) 客户价值公式
- (二) 产业价值定位
- (三) 商业形态定位

三、寻找利益相关者

四、构建盈利模式

第三节 饮料行业商业模式的实施策略

一、企业价值链管理的目标

- (一) 高效率
- (二) 高品质
- (三) 持续创新
- (四) 快速客户响应

二、企业价值链管理系统建设

- (一) 组织结构系统
- (二) 企业控制系统

三、企业文化建设

第十二章 中国饮料行业商业模式创新转型分析

第一节 互联网思维对行业的影响

一、互联网思维三大特征

二、基于互联网思维的行业发展

第二节 互联网时代七大商业模式

一、平台模式

- (一) 构成平台模式的6个条件
- (二) 平台模式的战略定位
- (三) 平台模式成功的四大要素
- (四) 平台模式案例

二、免费模式

- (一) 免费商业模式解析
- (二) 免费战略的实施条件
- (三) 免费战略的类型

- (1) 产品模式创新型
- (2) 伙伴模式创新型
- (3) 族群模式创新型
- (4) 渠道模式创新型
- (5) 沟通模式创新型
- (6) 客户模式创新型
- (7) 成本模式创新型
- (8) 壁垒模式创新型

三、软硬一体化模式

- (一) 软硬一体化商业模式案例
- (二) 软硬一体化模式受到市场追捧
- (三) 软硬一体化模式是一项系统工程
- (四) 成功打造软硬一体化商业模式的关键举措

四、O2O模式

- (一) O2O模式爆发巨大力量
- (二) O2O模式分类
- (三) O2O模式的盈利点分析
- (四) O2O模式的思考

五、品牌模式

- (一) 品牌模式的内涵及本质
- (二) 成功的移动互联网品牌
- (三) 如何推进品牌经营

六、双模模式

- (一) 双模模式概述
- (二) 移动互联网：用户规模是关键
- (三) 双模模式案例

七、速度模式

- (一) 什么是速度模式
- (二) 速度模式的主要表现

（三）速度模式应注意的几个问题

第三节互联网背景下饮料行业商业模式选择

一、饮料行业与互联网思维的结合

二、互联网背景下饮料行业商业模式选择

第十三章ZYLZG2019-2025年中国饮料行业投融资战略规划分析

第一节饮料行业关键成功要素分析

第二节饮料行业投资壁垒分析

一、饮料行业进入壁垒

二、饮料行业退出壁垒

第三节饮料行业投资风险与规避

一、宏观经济风险与规避

二、行业政策风险与规避

三、原料市场风险与规避

四、市场竞争风险与规避

五、技术风险分析与规避

六、下游需求风险与规避

第四节ZYLZG饮料行业融资渠道与策略

一、饮料行业融资渠道分析

二、饮料行业融资策略分析

图表目录

图表2014-2017年饮料行业企业数量分析

图表2014-2017年饮料行业资产规模分析

图表2014-2017年饮料行业销售收入分析

图表2014-2017年饮料行业利润总额分析

图表2014-2017年中国饮料行业利润总额统计

图表2014-2017年中国不同规模的饮料企业利润比较

图表2014-2017年中国不同规模的饮料企业利润所占份额图

图表2014-2017年中国不同性质的饮料企业利润比较

图表2014-2017年中国不同性质的饮料企业利润所占份额图

图表2014-2017年中国饮料细分行业供利润总额统计

图表2014-2017年中国饮料行业细分行业利润结构图

图表2014-2017年中国各地区的饮料企业利润比较

图表2014-2017年中国各地区的饮料企业利润比较

图表2014-2017年中国饮料行业成本费用结构构成情况

图表2014-2017年中国饮料行业成本费用结构图

图表2014-2017年中国饮料行业管理费用统计

图表2014-2017年中国饮料行业管理费用增长趋势图

图表2014-2017年中国饮料行业财务费用统计

图表2014-2017年中国饮料行业财务费用增长趋势图

图表2019-2025年中国饮料市场规模预测

图表2019-2025年我国饮料需求情况预测

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/yinliao/33847735FJ.html>