

2020-2026年中国包装饮料 行业发展分析及前景策略研究报告

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

《2020-2026年中国包装饮料行业发展分析及前景策略研究报告》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/338477PX3J.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

饮料即饮品，是供人或者牲畜饮用的液体。饮料种类繁多，由于原料、成分比例不同等原因适用于不同的储存方法。在经过包装后，饮料在市面上售卖，供消费者直接饮用或按一定比例用水冲调、冲泡饮用。包装饮料选择多样、食用方便，是大众消费者喜爱的产品。

从种类来看，包装饮用水可以分类饮用水、碳酸饮料、茶饮料、果汁饮料等；从包装来看，可以分为胶瓶装、铝罐装、玻璃瓶装等。其中，饮用水、碳酸饮料、果汁饮料等成为消费者选购的热门产品。

随着收入水平的提升及消费者支出的增加，于过去五年三四线城市及农村地区的饮料需求保持相对较高的增长率。三四线城市及农村地区的饮料总销售额及增长率均高于一二线城市。2016年，三四线城市及农村地区以及一二线城市的饮料总销售额分别为4101亿元及2633亿元，2011年2016年相应的复合年增长率分别为13.7%及10.9%。一二、三四线城市饮料行业销售情况对比

具体来看包装饮料线上销售情况。从线上平台来看，京东的市场占比最大。据数据显示，2019年上半年，饮料线上平台销售额占比中，京东最多达50.3%；其次为天猫，占比达38.4%；苏宁占比5.6%，排在第三；其他电商占比5.7%。2019年上半年饮料线上平台销售额占比

智研数据研究中心发布的《2020-2026年中国包装饮料行业发展分析及前景策略研究报告》共十四章。首先介绍了中国包装饮料行业市场发展环境、包装饮料整体运行态势等，接着分析了中国包装饮料行业市场运行的现状，然后介绍了包装饮料市场竞争格局。随后，报告对包装饮料做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国包装饮料行业发展趋势与投资预测。您若想对包装饮料产业有个系统的了解或者想投资中国包装饮料行业，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：

第一章包装饮料行业发展综述

1.1 包装饮料行业定义及分类

1.1.1 行业定义

- 1.1.2 行业产品/服务分类
- 1.1.3 行业主要商业模式
- 1.2 包装饮料行业特征分析
 - 1.2.1 产业链分析
 - 1.2.2 包装饮料行业在产业链中的地位
 - 1.2.3 包装饮料行业生命周期分析
 - (1) 行业生命周期理论基础
 - (2) 包装饮料行业生命周期
- 1.3 中国包装饮料所属行业经济指标分析
 - 1.3.1 赢利性
 - 1.3.2 成长速度
 - 1.3.3 附加值的提升空间
 - 1.3.4 进入壁垒 / 退出机制
 - 1.3.5 风险性
 - 1.3.6 行业周期
 - 1.3.7 竞争激烈程度指标
 - 1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析

第二章包装饮料所属行业运行环境（PEST）分析

- 2.1 包装饮料行业政治法律环境分析
 - 2.1.1 行业管理体制分析
 - 2.1.2 行业主要法律法规
 - 2.1.3 行业相关发展规划
- 2.2 包装饮料行业经济环境分析
 - 2.2.1 国际宏观经济形势分析
 - 2.2.2 国内宏观经济形势分析
 - 2.2.3 产业宏观经济环境分析
- 2.3 包装饮料行业社会环境分析
 - 2.3.1 包装饮料产业社会环境
 - 2.3.2 社会环境对行业的影响
 - 2.3.3 包装饮料产业发展对社会发展的影响
- 2.4 包装饮料行业技术环境分析

- 2.4.1 包装饮料技术分析
- 2.4.2 包装饮料技术发展水平
- 2.4.3 行业主要技术发展趋势

第三章我国包装饮料所属行业运行分析

3.1 我国包装饮料所属行业发展状况分析

- 3.1.1 我国包装饮料行业发展阶段
- 3.1.2 我国包装饮料行业发展总体概况
- 3.1.3 我国包装饮料行业发展特点分析

3.2 2014-2019年包装饮料所属行业发展现状

- 3.2.1 2014-2019年我国包装饮料行业市场规模
- 3.2.2 2014-2019年我国包装饮料行业发展分析

零售是包装饮料在市场流通的主要交易方式。近年来，包装饮料零售额持续增长，据统计数据显示，2019年饮料零售总额累计达2273.5亿元，累计增长10.3%。

今年同样保持增长，1-8月全国饮料累计零售额收入达1326亿元，同比增长9%。2013-2018.1-8月中国饮料零售总额

3.2.3 2014-2019年中国包装饮料企业发展分析

3.3 区域市场分析

- 3.3.1 区域市场分布总体情况
- 3.3.2 2014-2019年重点省市市场分析

3.4 包装饮料细分产品/服务市场分析

- 3.4.1 细分产品/服务特色
- 3.4.2 2014-2019年细分产品/服务市场规模及增速
- 3.4.3 重点细分产品/服务市场前景预测

3.5 包装饮料产品/服务价格分析

- 3.5.1 2014-2019年包装饮料价格走势
- 3.5.2 影响包装饮料价格的关键因素分析

- (1) 成本
- (2) 供需情况
- (3) 关联产品
- (4) 其他

3.5.3 2020-2026年包装饮料产品/服务价格变化趋势

3.5.4 主要包装饮料企业价位及价格策略

第四章我国包装饮料所属行业整体运行指标分析

4.1 2014-2019年中国包装饮料所属行业总体规模分析

4.1.1 企业数量结构分析

4.1.2 人员规模状况分析

4.1.3 行业资产规模分析

4.1.4 行业市场规模分析

4.2 2014-2019年中国包装饮料所属行业运营情况分析

4.2.1 我国包装饮料行业营收分析

4.2.2 我国包装饮料行业成本分析

4.2.3 我国包装饮料行业利润分析

4.3 2014-2019年中国包装饮料所属行业财务指标总体分析

4.3.1 行业盈利能力分析

4.3.2 行业偿债能力分析

4.3.3 行业营运能力分析

4.3.4 行业发展能力分析

第五章我国包装饮料所属行业供需形势分析

5.1 包装饮料行业供给分析

5.1.1 2014-2019年包装饮料行业供给分析

5.1.2 2020-2026年包装饮料行业供给变化趋势

5.1.3 包装饮料行业区域供给分析

5.2 2014-2019年我国包装饮料行业需求情况

5.2.1 包装饮料行业需求市场

5.2.2 包装饮料行业客户结构

5.2.3 包装饮料行业需求的地区差异

5.3 包装饮料市场应用及需求预测

5.3.1 包装饮料应用市场总体需求分析

(1) 包装饮料应用市场需求特征

(2) 包装饮料应用市场需求总规模

5.3.2 2020-2026年包装饮料行业领域需求量预测

(1) 2020-2026年包装饮料行业领域需求产品/服务功能预测

(2) 2020-2026年包装饮料行业领域需求产品/服务市场格局预测

5.3.3 重点行业包装饮料产品/服务需求分析预测

第六章包装饮料所属行业产业结构分析

6.1 包装饮料产业结构分析

6.1.1 市场细分充分程度分析

6.1.2 各细分市场领先企业排名

6.1.3 各细分市场占总市场的结构比例

6.1.4 领先企业的结构分析(所有制结构)

6.2 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

6.2.1 产业价值链的构成

6.2.2 产业链条的竞争优势与劣势分析

6.3 产业结构发展预测

6.3.1 产业结构调整指导政策分析

6.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素

6.3.3 中国包装饮料行业参与国际竞争的战略市场定位

6.3.4 包装饮料产业结构调整方向分析

第七章我国包装饮料行业产业链分析

7.1 包装饮料行业产业链分析

7.1.1 产业链结构分析

7.1.2 主要环节的增值空间

7.1.3 与上下游行业之间的关联性

7.2 包装饮料上游行业分析

7.2.1 包装饮料产品成本构成

7.2.2 2014-2019年上游行业发展现状

7.2.3 2020-2026年上游行业发展趋势

7.2.4 上游供给对包装饮料行业的影响

7.3 包装饮料下游行业分析

7.3.1 包装饮料下游行业分布

7.3.2 2014-2019年下游行业发展现状

7.3.3 2020-2026年下游行业发展趋势

7.3.4 下游需求对包装饮料行业的影响

第八章我国包装饮料所属行业渠道分析及策略

8.1 包装饮料行业渠道分析

8.1.1 渠道形式及对比

8.1.2 各类渠道对包装饮料行业的影响

8.1.3 主要包装饮料企业渠道策略研究

8.1.4 各区域主要代理商情况

8.2 包装饮料行业用户分析

8.2.1 用户认知程度分析

8.2.2 用户需求特点分析

8.2.3 用户购买途径分析

8.3 包装饮料行业营销策略分析

8.3.1 中国包装饮料营销概况

8.3.2 包装饮料营销策略探讨

8.3.3 包装饮料营销发展趋势

第九章我国包装饮料所属行业竞争形势及策略

9.1 行业总体市场竞争状况分析

9.1.1 包装饮料行业竞争结构分析

(1) 现有企业间竞争

(2) 潜在进入者分析

(3) 替代品威胁分析

(4) 供应商议价能力

(5) 客户议价能力

(6) 竞争结构特点总结

9.1.2 包装饮料行业企业间竞争格局分析

9.1.3 包装饮料行业集中度分析

9.1.4 包装饮料行业SWOT分析

9.2 中国包装饮料行业竞争格局综述

9.2.1 包装饮料行业竞争概况

- (1) 中国包装饮料行业竞争格局
- (2) 包装饮料行业未来竞争格局和特点
- (3) 包装饮料市场进入及竞争对手分析

9.2.2 中国包装饮料行业竞争力分析

- (1) 我国包装饮料行业竞争力剖析
- (2) 我国包装饮料企业市场竞争的优势
- (3) 国内包装饮料企业竞争能力提升途径

9.2.3 包装饮料市场竞争策略分析

第十章包装饮料行业领先企业经营形势分析

10.1 可口可乐公司

- 10.1.1 企业发展基本情况
- 10.1.2 企业主要产品分析
- 10.1.3 企业竞争优势分析
- 10.1.4 企业经营状况分析
- 10.1.5 企业最新发展动态
- 10.1.6 企业发展战略分析

10.2 百事可乐公司

- 10.2.1 企业发展基本情况
- 10.2.2 企业主要产品分析
- 10.2.3 企业竞争优势分析
- 10.2.4 企业经营状况分析
- 10.2.5 企业最新发展动态
- 10.2.6 企业发展战略分析

10.3 内蒙古伊利实业集团

- 10.3.1 企业发展基本情况
- 10.3.2 企业主要产品分析
- 10.3.3 企业竞争优势分析
- 10.3.4 企业经营状况分析
- 10.3.5 企业最新发展动态
- 10.3.6 企业发展战略分析

10.4 河北承德露露股份有限公司

10.4.1 企业发展基本情况

10.4.2 企业主要产品分析

10.4.3 企业竞争优势分析

10.4.4 企业经营状况分析

10.4.5 企业最新发展动态

10.4.6 企业发展战略分析

10.5 青岛啤酒股份有限公司

10.5.1 企业发展基本情况

10.5.2 企业主要产品分析

10.5.3 企业竞争优势分析

10.5.4 企业经营状况分析

10.5.5 企业最新发展动态

10.5.6 企业发展战略分析

10.6 通化葡萄酒股份有限公司

10.6.1 企业发展基本情况

10.6.2 企业主要产品分析

10.6.3 企业竞争优势分析

10.6.4 企业经营状况分析

10.6.5 企业最新发展动态

10.6.6 企业发展战略分析

第十一章 2020-2026年包装饮料行业投资前景

11.1 2020-2026年包装饮料市场发展前景

11.1.1 2020-2026年包装饮料市场发展潜力

11.1.2 2020-2026年包装饮料市场发展前景展望

11.1.3 2020-2026年包装饮料细分行业发展前景分析

11.2 2020-2026年包装饮料市场发展趋势预测

11.2.1 2020-2026年包装饮料行业发展趋势

11.2.2 2020-2026年包装饮料市场规模预测

11.2.3 2020-2026年包装饮料行业应用趋势预测

11.2.4 2020-2026年细分市场发展趋势预测

11.3 2020-2026年中国包装饮料行业供需预测

- 11.3.1 2020-2026年中国包装饮料行业供给预测
- 11.3.2 2020-2026年中国包装饮料行业需求预测
- 11.3.3 2020-2026年中国包装饮料供需平衡预测
- 11.4 影响企业生产与经营的关键趋势
 - 11.4.1 市场整合成长趋势
 - 11.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测
 - 11.4.3 企业区域市场拓展的趋势
 - 11.4.4 科研开发趋势及替代技术进展
 - 11.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章 2020-2026年包装饮料行业投资机会与风险

- 12.1 包装饮料行业投融资情况
 - 12.1.1 行业资金渠道分析
 - 12.1.2 固定资产投资分析
 - 12.1.3 兼并重组情况分析
- 12.2 2020-2026年包装饮料行业投资机会
 - 12.2.1 产业链投资机会
 - 12.2.2 细分市场投资机会
 - 12.2.3 重点区域投资机会
- 12.3 2020-2026年包装饮料行业投资风险及防范
 - 12.3.1 政策风险及防范
 - 12.3.2 技术风险及防范
 - 12.3.3 供求风险及防范
 - 12.3.4 宏观经济波动风险及防范
 - 12.3.5 关联产业风险及防范
 - 12.3.6 产品结构风险及防范
 - 12.3.7 其他风险及防范

第十三章 包装饮料行业投资战略研究

- 13.1 包装饮料行业发展战略研究
 - 13.1.1 战略综合规划
 - 13.1.2 技术开发战略

- 13.1.3 业务组合战略
- 13.1.4 区域战略规划
- 13.1.5 产业战略规划
- 13.1.6 营销品牌战略
- 13.1.7 竞争战略规划
- 13.2 对我国包装饮料品牌的战略思考
 - 13.2.1 包装饮料品牌的重要性
 - 13.2.2 包装饮料实施品牌战略的意义
 - 13.2.3 包装饮料企业品牌的现状分析
 - 13.2.4 我国包装饮料企业的品牌战略
 - 13.2.5 包装饮料品牌战略管理的策略
- 13.3 包装饮料经营策略分析
 - 13.3.1 包装饮料市场细分策略
 - 13.3.2 包装饮料市场创新策略
 - 13.3.3 品牌定位与品类规划
 - 13.3.4 包装饮料新产品差异化战略
- 13.4 包装饮料行业投资战略研究
 - 13.4.1 2019年包装饮料行业投资战略
 - 13.4.2 2020-2026年包装饮料行业投资战略
 - 13.4.3 2020-2026年细分行业投资战略

第十四章研究结论及投资建议

- 14.1 包装饮料行业研究结论
- 14.2 包装饮料行业投资价值评估
- 14.3 包装饮料行业投资建议
 - 14.3.1 行业发展策略建议
 - 14.3.2 行业投资方向建议
 - 14.3.3 行业投资方式建

图表目录：

图表1：包装饮料行业生命周期

图表2：包装饮料行业产业链结构

图表3：2014-2019年全球包装饮料行业市场规模
图表4：2014-2019年中国包装饮料行业市场规模
图表5：2014-2019年包装饮料行业重要数据指标比较
图表6：2014-2019年中国包装饮料市场占全球份额比较
图表7：2014-2019年包装饮料行业工业总产值
图表8：2014-2019年包装饮料行业销售收入
图表9：2014-2019年包装饮料行业利润总额
图表10：2014-2019年包装饮料行业资产总计
图表11：2014-2019年包装饮料行业负债总计
图表12：2014-2019年包装饮料行业竞争力分析
图表13：2014-2019年包装饮料市场价格走势
图表14：2014-2019年包装饮料行业主营业务收入
图表15：2014-2019年包装饮料行业主营业务成本
图表16：2014-2019年包装饮料行业销售费用分析
图表17：2014-2019年包装饮料行业管理费用分析
图表18：2014-2019年包装饮料行业财务费用分析
图表19：2014-2019年包装饮料行业销售毛利率分析
图表20：2014-2019年包装饮料行业销售利润率分析
图表21：2014-2019年包装饮料行业成本费用利润率分析
图表22：2014-2019年包装饮料行业总资产利润率分析
图表23：2014-2019年包装饮料行业集中度
图表24：2020-2026年中国包装饮料行业供给预测
图表25：2020-2026年中国包装饮料行业需求预测
图表26：2020-2026年中国包装饮料行业市场容量预测

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/yinliao/338477PX3J.html>