

# 2018-2024年中国软饮料行业市场调研与未来发展前景预测报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

# 一、报告报价

《2018-2024年中国软饮料行业市场调研与未来发展前景预测报告》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/559165D6UW.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

软饮料 (soft drink) : 酒精含量低于0.5%(质量比)的天然的或人工配制的饮料。又称清凉饮料、无醇饮料。所含酒精限指溶解香精、香料、色素等用的乙醇溶剂或乳酸饮料生产过程的副产物。软饮料的主要原料是饮用水或矿泉水,果汁、蔬菜汁或植物的根、茎、叶、花和果实的抽提液。有的含甜味剂、酸味剂、香精、香料、食用色素、乳化剂、起泡剂、稳定剂和防腐剂等食品添加剂。其基本化学成分是水分、碳水化合物和风味物质,有些软饮料还含维生素和矿物质。软饮料的品种很多。按原料和加工工艺分为碳酸饮料、果汁及其饮料、蔬菜汁及其饮料、植物蛋白质饮料、植物抽提液饮料、乳酸饮料、矿泉水和固体饮料8类;按性质和饮用对象分为特种用途饮料、保健饮料、餐桌饮料和大众饮料4类。世界各国通常采用第一种分类方法。但在美国、英国等国家,软饮料不包括果汁和蔬菜汁。

2016年中国软饮料市场总销量为916亿升,近三年来增速在3%-5%之间。其中,亚洲本土型饮料发展速度一直都在行业水平之上,销量占比已从2001年的0.04%提升至2016年的0.4%。以香港市场为例,茶饮料和亚洲本土型饮料产品发展速度也在行业之上。2001-2016年,亚洲本土型饮料产品销量占香港总软饮料市场的比例已从0.8%提升至1%。

2001-2016年中国软饮料行业规模及其增速(百万升)

2001-2016年国内市场各类软饮料销量占比

智研数据研究中心发布的《2018-2024年中国软饮料行业市场调研与未来发展前景预测报告》共十四章。首先介绍了软饮料相关概念及发展环境,接着分析了中国软饮料规模及消费需求,然后对中国软饮料市场运行态势进行了重点分析,最后分析了中国软饮料面临的机遇及发展前景。您若想对中国软饮料有个系统的了解或者想投资该行业,本报告将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 2016年国际软饮料市场运行态势分析

第一节 2016年全球软饮料市场概况

一、 环球三大饮品“谁主沉浮”

- 二、全球软饮料业寻找新出路
- 三、国际软饮料业新流行产品
- 四、西方低糖软饮料发展时机已成熟

## 第二节 2016年世界主要国家软饮料市场分析

- 一、美国软饮料市场
- 二、德国软饮料行业
- 三、意大利软饮料行业
- 四、保加利亚软饮料行业

## 第三节 2018-2024年世界软饮料产业发展趋势分析

## 第二章 2016年中国软饮料产业运行环境分析

### 第一节 2016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、存贷款利率变化

### 第二节 2016年中国软饮料产业政策环境分析

- 一、中国调整碳酸饮料管理办法
- 二、含乳饮料卫生标准
- 三、茶、咖啡、植物饮料允许使用添加剂的原则

### 第三节 2016年中国软饮料产业社会环境分析

## 第三章 2016年中国软饮料行业运行形势分析

### 第一节 2016年中国软饮料行业现状分析

- 一、中国软饮料业运行特点
- 二、中国软饮料业价格战进入“白热化”
- 三、中国软饮料业增长迅速

### 第二节 2016年中国软饮料行业安全与健康

- 一、食品饮料行业面对健康和赢利难以选择
- 二、食品饮料业面临安全考验
- 三、迫切建立食品饮料安全保障体系
- 四、管理问题是中国饮料行业发展的重要问题

### 第三节 中国软饮料进出口数据分析

- 一、未加糖或其他甜物质及未加味的水；冰及雪
- 二、加味、加糖或其他甜物质的水
- 三、其他发酵饮料；未列名的发酵饮料的混合物

#### 第四节 2016年中国软饮料行业面临的挑战及对策

- 一、中国“饮料”企业将面临八大考验
- 二、中国本土软饮料企业又遭受新品牌挑战
- 三、国内企业应对品牌竞争对策
- 四、中国饮料企业攻克技术壁垒的途径

### 第四章 2014-2016年中国软饮料制造业运行数据监测分析

#### 第一节 2014-2016年中国软饮料制造业总体运行指标

#### 第二节 2014-2016年中国软饮料制造业企业数量规模分析

- 一、中国软饮料制造业企业数量
- 二、企业规模及所有制分析

#### 第三节 2014-2016年中国软饮料制造业从业人数调查分析

- 一、总体从业人数分析
- 二、不同规模企业从业人员分析
- 三、不同所有制企业比较分析

#### 第四节 2014-2016年中国软饮料制造业产销状况监测分析

- 一、2014-2016年中国工业总产值分析
- 二、2014-2016年中国软饮料制造业产成品分析
- 三、2014-2016年中国软饮料制造业总销售收入分析

#### 第五节 2014-2016年中国软饮料制造业工业利润总额分析

- 一、2014-2016年中国软饮料制造业工业利润总额分析
- 二、不同规模企业工业利润总额分析
- 三、不同所有制企业比较

### 第五章 2014-2016年中国软饮料产品产量数据分析

#### 第一节 软饮料

- 一、2015年重点省市软饮料产量
- 二、2016年重点省市软饮料产量
- 三、重点省市软饮料产量增长分析

## 第二节 碳酸饮料

- 一、2015年重点省市碳酸饮料产量
- 二、2016年重点省市碳酸饮料产量
- 三、重点省市碳酸饮料产量增长分析

## 第三节 果汁及果汁饮料

- 一、2015年重点省市果汁及果汁饮料产量
- 二、2016年重点省市果汁及果汁饮料产量
- 三、重点省市果汁及果汁饮料产量增长分析

## 第四节 液体乳

- 一、2015年重点省市液体乳产量
- 二、2016年重点省市液体乳产量
- 三、重点省市液体乳产量增长分析

## 第六章 2016年中国茶饮料市场运行动态分析

### 第一节 2016年国际茶饮料市场分析

- 一、日本茶饮料发展十分迅速
- 二、韩国茶叶市场概况
- 三、美国茶及茶饮料市场
- 四、哈萨克斯坦茶饮料市场容量大

### 第二节 2016年中国茶饮料市场现状分析

- 一、中国茶饮料健康发展
- 二、中国茶饮料市场形势综述
- 三、茶饮料使中国饮料市场竞争呈现多元化
- 四、中国茶叶出口状况
- 五、中国“茶饮料”行业产品和企业综合实力比拼

### 第三节 2016年中国茶饮料市场的问题与对策

- 一、中国茶饮料市场三大问题解析
- 二、中国茶饮料市场开辟须规范
- 三、利用茶饮料国家标准整治市场混乱格局

## 第七章 2016年中国果汁行业运行走势透析

### 第一节 2016年国际果汁市场概况

- 一、欧洲果汁市场状况
- 二、欧盟浓缩苹果汁供应数量上升
- 三、北美地区有机果汁市场销售额上涨
- 四、国际酸果汁市场凸显竞争优势

## 第二节 2016年中国果汁行业现状分析

- 一、出口与消费双向并轨拉动果汁行业
- 二、果汁行业“冷”时代已起跑
- 三、国内果汁饮料行业概况

## 第三节 2016年中国果汁市场分析

- 一、果汁饮料市场惊现拐点
- 二、纯果汁成为果汁市场热点
- 三、饮料市场剑拔弩张的背后隐藏重重危机

## 第八章 2016年中国功能饮料市场运行局势解析

### 第一节 2016年国际功能饮料市场现状

- 一、国际功能饮料发展现状
- 二、全球功能饮料市场高速发展
- 三、功能饮料掀起全球热潮

### 第二节 2016年中国功能饮料的市场分析

- 一、中国功能饮料市场解读
- 二、“时势”推动功能饮料市场细分
- 三、高利润引发功能饮料市场大战

### 第三节 2016年中国功能饮料市场面临的挑战与对策

- 一、标准难确定制约功能饮料发展
- 二、功能饮料发展缓慢原因分析
- 三、功能饮料市场品牌雷同严重
- 四、品牌和品质决定功能饮料未来发展
- 五、功能饮料打造理想品牌日趋重要

## 第九章 2016年中国其它天然饮料产业市场格局浅析

### 第一节 2016年中国含乳饮料产业分析

- 一、含乳饮料相关概念

- 二、乳业市场竞争分析
- 三、创新性含乳饮料市场具有增长性
- 四、乳酸菌饮品掀起饮料市场竞争
- 五、中国乳酸菌饮料行业需要更科学的标准

## 第二节 2016年中国碳酸饮料产业市场分析

- 一、碳酸饮料的利与弊
- 二、可口可乐与百事可乐
- 三、欧洲可乐进入中国碳酸饮料市场
- 四、碳酸饮料更换包装点亮市场
- 五、“十三五”中国碳酸饮料生产比例将下降

## 第十章 2016年中国软饮料营销渠道与策略分析

### 第一节 2016年中国营销渠道分析

- 一、营销渠道的概念、类型与动态
- 二、营销渠道的发展阶段
- 三、营销渠道的策划分析

### 第二节 2016年中国软饮料的营销策略分析

- 一、饮料营销策略探讨
- 二、饮料行业应塑造国际品牌
- 三、体验营销是饮料营销新动向
- 四、功能饮料的营销模式

### 第三节 案例分析

- 一、可口可乐的营销武器
- 二、百事可乐在中国的营销
- 三、蒙牛的营销策划
- 四、王老吉营销全案简析

## 第十一章 2016年中国软饮料业市场竞争格局分析

### 第一节 2016年中国软饮料行业竞争力分析

- 一、现有竞争者分析
- 二、潜在进入者分析
- 三、供应商议价能力



#### 四、替代品分析

#### 五、消费者分析

### 第二节 2016年中国软饮料行业竞争特点分析

#### 一、外资企业在行业竞争中占重要地位

#### 二、产品向中西部转移

#### 三、软饮料品牌竞争日益成熟

#### 四、软饮料行业的广告竞争更激烈

### 第三节 2018-2024年中国软饮料业竞争趋势分析

#### 一、软饮料品类格局演变预测分析

#### 二、未来竞争和发展的五大关键主题

#### 三、中国软饮料行业竞争未来发展趋势

#### 四、饮料市场竞争日趋多元化

## 第十二章 2016年中国主要软饮料企业竞争力对比分析

### 第一节 光明乳业股份有限公司

#### 一、公司简介

#### 二、公司主要财务指标分析

#### 三、公司成本费用情况

#### 四、公司未来战略分析

### 第二节 百事(中国)有限公司

#### 一、公司简介

#### 二、公司主要财务指标分析

#### 三、公司成本费用情况

#### 四、公司未来战略分析

### 第三节 红牛维他命饮料有限公司

#### 一、公司简介

#### 二、公司主要财务指标分析

#### 三、公司成本费用情况

#### 四、公司未来战略分析

### 第四节 上海梅林正广和股份有限公司

#### 一、公司简介

#### 二、公司主要财务指标分析

三、公司成本费用情况

四、公司未来战略分析

#### 第五节 椰树集团海口罐头厂

一、公司简介

二、公司主要财务指标分析

三、公司成本费用情况

四、公司未来战略分析

#### 第六节 北京汇源集团咸阳饮料食品有限公司

一、公司简介

二、公司主要财务指标分析

三、公司成本费用情况

四、公司未来战略分析

#### 第七节 上海锦江麒麟饮料食品有限公司

一、公司简介

二、公司主要财务指标分析

三、公司成本费用情况

四、公司未来战略分析

#### 第八节 杭州娃哈哈饮料有限公司

一、公司简介

二、公司主要财务指标分析

三、公司成本费用情况

四、公司未来战略分析

#### 第九节 乐百氏(广东)食品饮料有限公司

一、公司简介

二、公司主要财务指标分析

三、公司成本费用情况

四、公司未来战略分析

#### 第十节 昆山统一企业食品有限公司

一、公司简介

二、公司主要财务指标分析

三、公司成本费用情况

四、公司未来战略分析

## 第十三章 2018-2024年中国软饮料产业发展趋势预测分析

### 第一节 2018-2024年中国软饮料产业前景预测分析

- 一、中国软饮料行业发展潜力巨大
- 二、中国“软饮料”市场最新发展趋势分析
- 三、国内软饮料品种发展方向
- 四、“汤饮料”成为饮料业发展的下一个目标

### 第二节 2018-2024年中国软饮料产业细分市场发展预测分析

- 一、茶饮料的发展趋势分析
- 二、果汁行业的发展前景与趋势
- 三、功能饮料的发展前景预测
- 四、乳饮料发展前景预测

### 第三节 2018-2024年中国软饮料产业市场盈利预测分析

## 第十四章 2018-2024年中国软饮料产业投资机会与风险分析（ZY ZM）

### 第一节 2018-2024年中国软饮料产业投资机会分析

- 一、软饮料市场前景商机大
- 二、果汁饮料行业投资前景广阔
- 三、投资浓缩苹果汁产业利润高
- 四、中国蔬菜汁生产发展前景诱人

### 第二节 2018-2024年中国软饮料产业投资风险分析

- 一、国内饮料行业竞争门槛提高
- 二、企业新产品开发力度加大
- 三、食品饮料行业成本压力过大

### 第三节 2018-2024年中国软饮料产业投资策略与建议

- 一、充分发挥资源优势进行产品创新
- 二、关键在于品牌培养与经营
- 三、放缓扩张速度加强结构调整

图表目录：

图表：2014-2016年中国GDP分析

图表：2014-2016年中国城乡家庭人均可支配收入与恩格尔系数

图表：2014-2016年中国存贷款利率变化

图表：2014-2016年中国软饮料制造业企业数量

图表：2014-2016年中国软饮料制造业企业规模及所有制分析

图表：2014-2016年中国软饮料制造业从业人数调查分析

图表：2014-2016年中国软饮料制造业总体从业人数分析

图表：2014-2016年中国软饮料制造业不同规模企业从业人员分析

图表：2014-2016年中国软饮料制造业不同所有制企业比较分析

图表：2014-2016年中国软饮料制造业工业总产值分析

图表：2014-2016年中国软饮料制造业产成品分析

图表：2014-2016年中国软饮料制造业总销售收入分析

图表：2014-2016年中国软饮料制造业工业利润总额分析

图表：2014-2016年中国软饮料制造业工业利润总额分析

图表：2014-2016年中国软饮料制造业不同规模企业工业利润总额分析

图表：2014-2016年中国软饮料制造业不同所有制企业比较

图表：2018-2024年中国软饮料产业细分市场发展预测分析

图表：2018-2024年中国软饮料产业市场盈利预测分析

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/yinliao/559165D6UW.html>