

2020-2026年中国食品饮料 市场发展态势与投资战略研究报告

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年中国食品饮料市场发展态势与投资战略研究报告》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/shipin/H4775005NR.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

现代渠道下沉加速低线城市消费升级。大型超市，便利店加速渠道下沉，龙头电商也在加大低线城市的线上和线下布局。随着这几年互联网普及发展，三四线网络购物也逐渐流行并逐步成为电消主力军，以京东为例目前其用户有50%以上来自于三四线及以下城市。

而根据阿里的统计，双十一期间一二线城市购买人数占比逐年下滑,京东用户三四线及以下城市占比已超50%。从食品饮料各子行业来看，白酒呈现挤压式增长，茅台、五粮液等高端酒表现出远快于行业的增速；常温酸奶、高端白奶维持高增速，带动液态奶整体积极升级；进口啤酒、进口葡萄酒在体量渐大下仍保持较好增速；超高端、高端奶粉市场快速扩容；绝味、周黑鸭等休闲卤制品品牌扩张提速；桃李等领先短保面包品牌加速替代杂牌。往后看，消费升级有望继续推动高端及品牌产品占比提升，而各细分行业龙头作为高端及品牌产品的拥有者，必将长期获得消费升级的红利，行业优势地位进一步巩固。消费者信心指数走势

智研数据研究中心发布的《2020-2026年中国食品饮料市场发展态势与投资战略研究报告》共十三章。首先介绍了中国食品饮料行业市场发展环境、食品饮料整体运行态势等，接着分析了中国食品饮料行业市场运行的现状，然后介绍了食品饮料市场竞争格局。随后，报告对食品饮料做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国食品饮料行业发展趋势与投资预测。您若想对食品饮料产业有个系统的了解或者想投资中国食品饮料行业，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：

第一部分行业市场特点分析

第一章2019年全球食品饮料行业发展基本情况

第一节2019年全球食品饮料市场现状与发展情况分析

一、全球食品饮料市场现状及特点研究

二、全球食品饮料行业发展及需求调研

第二节2019年全球食品饮料市场深度研究

一、2019年全球食品饮料需求分析

二、2019年全球食品饮料产销分析

三、2019年国际食品饮料市场发展状况分析

第二章中国食品饮料所属行业总体分析及经济评价

第一节中国食品饮料所属行业发展基本概述分析

第二节中国食品饮料行业发展历程与阶段

一、中国食品行业发展历程与阶段

二、中国饮料行业发展历程与阶段

第三节中国食品饮料行业形势分析与预测

一、中国食品饮料行业形势分析

二、中国饮料业未来发展趋势预测

第三章“十三五”期间食品饮料所属行业经济形势与发展分析

第一节2015-2019年全球宏观形势分析

一、2019年全球经济运行概况

二、2020-2026年全球经济形势预测

第二节“十三五”期间对全球经济的影响

一、中国“十三五”食品工业国际国内发展形势

二、对各国实体经济的影响

第三节“十三五”期间对中国经济的影响

一、“十三五”期间对中国实体经济的影响

二、“十三五”期间影响下的主要行业

三、中国宏观经济政策变动及趋势

第四节未来3-5年中国行业经济指标分析

一、2015-2019年中国宏观经济运行概况

二、2020-2026年中国宏观经济趋势预测

第二部分所属行业发展状况及市场需求

四章2015-2019年中国食品饮料所属行业发展状况

第一节行业发展及细分市场分析

一、行业发展历史阶段研究

二、产品细分市场的发展回顾

三、品牌结构及集中度发展过程

四、市场培育与发展过程

五、食品饮料行业与国际的互动

第二节行业进入壁垒和驱动因素

一、行业与国外资本的联系

二、产品细分市场的市场分析

三、市场现状分析

四、行业最新动态及其对食品饮料行业的影响

第五章2015-2019年中国食品饮料所属行业发展及需求调研

第一节2015-2019年中国食品饮料行业发展基本情况

第二节2015-2019年中国食品饮料生产成本及运输分析

一、生产成本分析

二、运输分析

第三节2015-2019年中国食品饮料行业市场供给与需求分析

一、供给

二、需求

第六章2015-2019年中国食品饮料所属行业财务指标总体分析

第一节2019年食品饮料行业产品销售收入与成本核算

第二节2019年食品饮料行业偿债与周转能力分析指标

第三节2019年食品饮料行业盈利能力综合分析与评价

第四节2019年食品饮料行业企业发展与营运能力研究

一、企业发展调查

二、食品饮料企业发展对策

第七章2020-2026年中国食品饮料政策和体制风险研究

第一节国际食品饮料行业政策与法规分析

第二节中国食品饮料行业政策研究与法规分析

一、《食品企业haccp实施指南》

二、《食品流通许可证管理办法》

三、《食品添加剂卫生管理办法》

第三节中国食品饮料行业政策解析与判断

第八章2015-2019年中国食品饮料海关统计数据分折

第一节食品饮料最近三年出口形势研究

一、食品饮料出口总量统计分析

二、食品饮料出口趋势分析

第二节2015-2019年食品饮料国际贸易情况

一、2019年食品饮料美国对菲律宾出口达8.5亿美元

二、2019年中国食品饮料行业出口额逆势上升

第三部分行业市场竞争格

第八章2015-2019年中国各区域食品饮料发展分析

第一节2015-2019年华东区域市场食品饮料产业发展分析

一、上海

二、江苏

三、浙江

四、安徽

五、山东

六、福建

第二节2015-2019年华南区域市场食品饮料产业发展分析

一、海南

二、广西

三、广东

第三节2015-2019年华中区域市场食品饮料产业发展分析

一、湖南

二、湖北

三、河南

第四节2015-2019年华北区域市场食品饮料产业发展分析

一、北京

二、山西

三、天津

四、内蒙古

第五节2015-2019年西北区域市场食品饮料产业发展分析

一、陕西

二、甘肃

三、新疆

第六节2015-2019年西南区域市场食品饮料产业发展分析

一、贵州

二、四川

三、云南

四、重庆

第七节2015-2019年东北区域市场食品饮料产业发展分析

一、黑龙江

二、吉林

三、辽宁

第十章2020-2026年中国食品饮料行业市场竞争格局研究

第一节食品饮料行业主要竞争结构分析

一、行业内企业竞争

二、潜在进入者

三、替代产品威胁

四、供应商议价能力

五、需求客户议价能力

第二节食品饮料企业国际竞争实力对比

一、原材料价格走势分析

二、企业结构与战略

第三节食品饮料行业竞争格局研究

一、食品饮料行业集中度分析

二、食品饮料企业竞争力研究

第四节食品饮料行业竞争对策研究

一、“十三五”期间对行业竞争格局的影响

二、2020-2026年食品饮料行业竞争对策研究

第十一章2020-2026年中国食品饮料行业典型领先企业分析

第一节贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司

一、企业及主营业务介绍

二、企业获得荣誉

三、企业偿债能力分析

四、企业成长能力分析

五、企业盈利能力分析

六、企业发展规划

第二节上海光明乳业股份有限公司

一、企业及主营业务介绍

二、企业获得荣誉

三、企业成长能力分析

四、企业盈利能力分析

第三节杭州娃哈哈集团有限公司

一、企业及主营业务介绍

二、历年生产规模、销售规模、发展历程

三、企业获得荣誉

四、市场拓展战略与手段分析

第四节北京三元食品股份有限公司

一、企业及主营业务介绍

二、企业获得荣誉

三、企业偿债能力分析

四、企业成长能力分析

五、企业盈利能力分析

第五节河南省漯河市双汇实业集团有限责任公司

一、企业情况、历年生产规模、销售规模

二、发展历程

三、企业偿债能力分析

四、企业成长能力分析

五、企业盈利能力分析

第六节内蒙古伊利实业集团股份有限公司

一、企业及主营业务介绍

二、企业发展历程及荣誉

三、企业偿债能力分析

- 四、企业成长能力分析
- 五、企业盈利能力分析
- 六、市场拓展战略与手段分析

第四部分行业投资趋势及投资策略

第一节产业发展的有利因素与不利因素分析

- 一、中国经济的率先复苏对行业的支撑
- 二、“十三五”期间促使行业内优胜劣汰速度加快

第二节投资风险防范与策略

- 一、企业数量以及资金规模
- 二、要素市场变化趋势
- 三、行业金融信贷市场风险
- 四、主要行业发展变化情况

第三节新进入者应注意的障碍因素

- 一、新进企业进入市场的策略
- 二、战略合作联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第四节营销分析与营销模式推荐

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理

第十三章食品饮料行业投资方向预测分析

第一节食品饮料市场整合成长趋势

- 一、市场占有率的构成
- 二、竞争格局变化
- 三、高科技应用带来新生机

第二节食品饮料需求变化趋势及新的商业机遇预测

- 一、品牌格局趋势
- 二、市场渠道及分布趋势研究
- 三、消费者调研及spss分析

第三节食品饮料投资战略与营销规划

一、行业投入情况分析

二、技术开发战略

三、行业竞争战略结构分析

四、产业战略规划

五、营销品牌战略

六、发展规划与策略研究

第四节对中国食品饮料品牌建设的方法与策略

一、企业品牌发展的历史进程

二、食品饮料实施品牌战略的意义

三、食品饮料行业发展趋势及影响因素

四、食品饮料品牌建设与风险管理策略

图表目录：

图表：2016年-2019年全球乳饮料市场企业排名

图表：我国食品饮料行业发展阶段图解

图表：2015-2019年国内生产总值及其增长速度

图表：2019年居民消费价格月度涨跌幅度

图表：2019年居民消费价格比2019年涨跌幅度

图表：2019年新建商品住宅月环比价格下降、持平、上涨城市个数变化情况

图表：2015-2019年城镇新增就业人数

图表：2015-2019年末国家外汇储备及其增长速度

图表：2015-2019年公共财政收入及其增长速度

图表：2015-2019年粮食产量及其增长速度

图表：2015-2019年全部工业增加值及其增长速度

图表：2019年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2019年规模以上工业企业实现利润及其增长速度

图表：2015-2019年建筑业增加值及其增长速度

图表：2015-2019年全社会固定资产投资及其增长速度

图表：2019年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度

图表：2019年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2019年房地产开发和销售主要指标完成情况及其增长速度

图表：2015-2019年社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2019年货物进出口总额及其增长速度

图表：2019年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表：2019年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表：2019年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度

图表：2015-2019年货物进出口总额

图表：2019年非金融领域外商直接投资及其增长速度

图表：2019年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/shipin/H4775005NR.html>