

2020-2026年中国软饮料行业 发展趋势及前景战略研究分析报告

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

《2020-2026年中国软饮料行业发展趋势及前景战略研究分析报告》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/K77161IJDV.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。

2019年我国包装饮用水类饮料产量为9535.73万吨,占全国饮料产量比重过半,达52.83%;果汁和蔬菜汁类饮料产量为2228.5万吨,占比为12.35%;碳酸类饮料产量为1744.4万吨,比重为9.66%。随着人们健康意识的逐渐增强,我国饮料行业中碳酸饮料的比重逐渐下降。2019年饮料行业产量细分区域分布

智研数据研究中心发布的《2020-2026年中国软饮料行业发展趋势及前景战略研究分析报告》共九章。随后,报告对软饮料做了重点企业经营状况分析,最后分析了中国软饮料行业发展趋势与投资预测。您若想对软饮料产业有个系统的了解或者想投资中国软饮料行业,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:

第一章中国软饮料所属行业发展综述

1.1软饮料行业定义及分类

1.1.1行业概念及定义

1.1.2行业主要产品大类

1.2软饮料行业统计标准

1.2.1软饮料行业统计部门和统计口径

- 1.2.2软饮料行业统计方法
- 1.2.3软饮料行业数据种类
- 1.3行业经济环境分析
 - 1.3.1国际宏观经济环境分析
 - 1.3.2国内宏观经济环境分析
- 1.4行业政策环境分析
 - 1.4.1行业相关政策标准
 - (1)《饮料通则》
 - (2)卫生部批准夏枯草等为凉茶饮料原料
 - (3)首个果醋饮料国标将发布
 - (4)《浓缩果蔬汁浆加工行业准入条件》
 - 1.4.2行业质量安全法规
 - 1.4.3行业贸易环境分析
 - 1.4.4行业“十三五”发展规划
 - (1)饮料行业“十三五”发展规划
 - (2)乳制品行业发展“十三五”规划
 - (3)果汁行业相关产业“十三五”规划
- 1.5行业社会环境分析
 - 1.5.1消费观念变化的影响
 - 1.5.2行业发展面临的资源瓶颈
 - 1.5.3行业发展面临的安全问题

第二章2013-2019年中国软饮料所属行业发展状况分析

- 2.1中国软饮料行业发展状况分析
 - 2.1.1中国软饮料行业发展总体概况
 - 2.1.2中国软饮料行业发展主要特点
 - 2.1.32013-2019年软饮料行业经营情况分析
 - (1)软饮料行业经营效益分析
 - (2)软饮料行业盈利能力分析
 - (3)软饮料行业运营能力分析
 - (4)软饮料行业偿债能力分析
 - (5)软饮料行业发展能力分析

- 2.22013-2019年软饮料所属行业经济指标分析
- 2.2.12013-2019年软饮料所属行业经济指标分析
- 2.2.22013-2019年不同规模企业经济指标分析
- 2.2.32013-2019年不同性质企业经济指标分析
- 2.32013-2019年软饮料行业供需平衡分析
- 2.3.12013-2019年全国软饮料所属行业供给情况分析
 - (1) 2013-2019年全国软饮所属料行业总产值分析
 - (2) 2013-2019年全国软饮料行业产成品分析
- 2.3.22019年各地区软饮料行业供给情况分析
 - (1) 总产值排名前10个地区分析
 - (2) 产成品排名前10个地区分析
- 2.3.32013-2019年全国软饮料所属行业需求情况分析
 - (1) 2013-2019年全国软饮料行业销售产值分析
 - (2) 2013-2019年全国软饮料行业销售收入分析
- 2.3.42019年各地区软饮料所属行业需求情况分析
 - (1) 销售产值排名前10个地区分析
 - (2) 销售收入排名前10个地区分析
- 2.3.52013-2019年全国软饮料所属行业产销率分析

第三章中国软饮料行业产业链分析

- 3.1软饮料行业产业链简介
- 3.2行业下游消费需求分析
 - 3.2.1居民收入水平分析
 - 3.2.2居民消费水平分析
 - 3.2.3行业产品消费特征分析
 - 3.2.4行业产品消费趋势分析
- 3.3行业上游相关市场分析
 - 3.3.1饮用水资源状况分析
 - (1) 饮用水资源状况
 - (2) 水价走势及预测
 - 3.3.2水果行业发展分析
 - (1) 水果种植面积及地区分布

(2) 水果产量及产品结构

3.3.3蔬菜行业发展分析

(1) 蔬菜供需现状

(2) 蔬菜价格走势

3.3.4乳制品行业发展分析

(1) 行业产销情况2014-2019年中国乳制品产量及增长走势2012-2019年中国乳制品消费量走势

(2) 行业发展趋势

3.3.5食糖行业发展分析

(1) 食糖供需

(2) 食糖价格走势

3.3.6食品添加剂行业发展分析

(1) 行业发展状况

(2) 行业发展趋势

3.3.7饮料包装行业发展分析

(1) 塑料包装行业分析

(2) 金属包装行业分析

(3) 玻璃包装行业分析

(4) 纸包装行业分析

3.3.8冷链物流行业发展分析

(1) 行业发展状况

(2) 行业发展趋势

第四章中国软饮料所属行业市场竞争状况分析

4.1行业国际市场竞争状况分析

4.1.1主要国家软饮料市场发展状况

(1) 美国软饮料市场分析

(2) 欧洲软饮料市场分析

(3) 日本软饮料市场分析

4.1.2国际软饮料市场竞争状况分析

4.1.3国际软饮料市场发展趋势分析

4.2行业国内市场竞争状况分析

4.2.1软饮料行业市场规模分析

4.2.2国内软饮料行业集中度分析

(1) 行业销售集中度分析

(2) 行业资产集中度分析

(3) 行业利润集中度分析

4.2.3软饮料行业五力模型分析

(1) 行业上游议价能力分析

(2) 行业下游议价能力分析

(3) 行业替代品威胁分析

(4) 行业新进入者威胁分析

(5) 行业竞争格局分析

4.3行业投资兼并与重组整合分析

4.3.1行业投资兼并与重组整合概况

4.3.2行业投资兼并与重组整合特征

4.3.3行业投资兼并与重组整合趋势

4.4行业不同经济类型企业竞争分析

4.4.1不同经济类型企业特征情况

4.4.2行业经济类型集中度分析

第五章中国软饮料所属行业主要市场分析

5.1软饮料市场发展情况

5.2碳酸饮料行业发展分析

5.2.1碳酸饮料行业发展规模

5.2.2碳酸饮料行业产销分析

(1) 碳酸饮料产品结构

(2) 碳酸饮料生产情况

(3) 碳酸饮料消费情况

5.2.3碳酸饮料行业地位分析

5.2.4碳酸饮料消费地域特征

5.2.5碳酸饮料行业竞争情况

5.2.6碳酸饮料行业发展前景

5.3果菜汁及果菜汁饮料行业发展分析

5.3.1果菜汁及果菜汁饮料行业发展规模

5.3.2果菜汁及果菜汁饮料行业产量分析

(1) 果菜汁及果菜汁饮料产品结构

(2) 果菜汁及果菜汁饮料生产情况

5.3.3果菜汁及果菜汁饮料行业地位分析

5.3.4果菜汁及果菜汁饮料消费地域特征

5.3.5果菜汁及果菜汁饮料行业竞争情况

5.3.6果菜汁及果菜汁饮料行业发展前景

5.4茶饮料及其他软饮料行业发展分析

5.4.1茶饮料及其他软饮料行业发展规模

5.4.2茶饮料及其他软饮料行业产销情况

(1) 茶饮料及其他软饮料产品结构

(2) 茶饮料及其他软饮料生产情况

(3) 茶饮料及其他软饮料消费情况

5.4.3茶饮料及其他饮料行业地位分析

5.4.4茶饮料及其他软饮料消费地域特征

1、上游行业

2、下游行业

5.4.5茶饮料及其他软饮料行业竞争情况

5.4.6茶饮料及其他软饮料行业发展前景

5.5瓶（罐）装饮用水行业发展分析

5.5.1瓶（罐）装饮用水行业发展规模

5.5.2瓶（罐）装饮用水行业产销情况

(1) 瓶（罐）装饮用水产品结构

(2) 瓶（罐）装饮用水生产情况

5.5.3瓶（罐）装饮用水行业地位分析

5.5.4瓶（罐）装饮用水行业竞争情况

5.5.5瓶（罐）装饮用水消费地域特性

5.5.6瓶（罐）装饮用水行业发展前景

5.6含乳饮料和植物蛋白饮料行业发展分析

5.6.1含乳饮料和植物蛋白饮料行业发展规模

5.6.2含乳饮料和植物蛋白饮料行业产销情况

(1) 含乳饮料和植物蛋白饮料产品结构

(2) 含乳饮料和植物蛋白饮料生产情况

(3) 含乳饮料和植物蛋白饮料消费情况

5.6.3含乳饮料和植物蛋白饮料行业地位分析

5.6.4含乳饮料和植物蛋白饮料行业竞争情况

5.6.5含乳饮料和植物蛋白饮料消费地域特性

5.6.6含乳饮料和植物蛋白饮料行业发展趋势

5.7固体饮料行业发展分析

5.7.1固体饮料行业发展规模

5.7.2固体饮料行业产销情况

(1) 固体饮料产品结构

(2) 固体饮料生产情况

(3) 固体饮料消费情况

5.7.3固体饮料行业地位分析

5.7.4固体饮料行业竞争情况

5.7.5固体饮料消费区域特性

5.7.6固体饮料行业发展前景

第六章中国软饮料行业市场营销分析

6.1中国软饮料行业销售渠道分析

6.1.1商超渠道

6.1.2餐饮渠道

6.1.3食杂店渠道

6.1.4摊点渠道

6.1.5自动售货机渠道

6.1.6其他销售渠道

1、网络 + 平台的复合模式

2、直销 + 网络的复合模式

3、农贸批发市场 + 平台式销售或网络销售的复合模式

4、网络销售 + 直销的复合模式

6.2中国软饮料行业营销策略分析

6.2.1产品策略

(1) 产品定位

- (2) 产品市场
- (3) 产品品类
- (4) 产品包装
- (5) 产品生产工艺
- (6) 产品渠道

6.2.2品牌形象策略

- (1) 品牌定位
- (2) 品牌命名
- (3) 品牌个性

6.2.3定价策略

- (1) 定价因素
- (2) 定价方法
- (3) 变价控制

6.2.4促销策略

- (1) 广告策划
- (2) 销售促进策划
- (3) 公共关系策划
- (4) 节日营销策略

6.2.5异业联合营销

6.3中国软饮料行业营销案例分析

6.3.1可口可乐营销案例分析

- (1) 可口可乐营销策略
- (2) 市场细分和定位策略
- (3) 产品策略
- (4) 价格策略
- (5) 分销策略
- (6) 促销策略
- (7) 互联网营销
- (8) 微博营销
- (9) 跨界合作

6.3.2汇源营销案例分析

- (1) 产品分析

(2) 定位策略

(3) 广告策略

6.3.3王老吉营销案例分析

(1) 市场细分和定位策略

(2) 产品策略

(3) 价格策略

(4) 分销策略

(5) 促销策略

(6) 互联网营销

(7) 技术创新助推王老吉行销全球

6.3.4美汁源营销分析

(1) 产品分析

(2) 广告策略

6.3.5康师傅营销案例分析

(1) 产品策略

(2) 价格策略

(3) 渠道策略

(4) 整合营销传播策略

(5) 康师傅营销策略对茶饮企业的启示

第七章软饮料行业重点区域市场分析

7.1行业总体区域结构特征分析

7.1.1行业区域结构总体特征

7.1.2行业区域集中度分析

7.2华北地区软饮料所属行业产销情况分析

7.2.12013-2019年北京市软饮料行业产销情况分析

7.2.22013-2019年天津市软饮料行业产销情况分析

7.2.32013-2019年河北省软饮料行业产销情况分析

7.2.42013-2019年山西省软饮料行业产销情况分析

7.2.52013-2019年内蒙古软饮料行业产销情况分析

7.3华南地区软饮料所属行业产销情况分析

7.3.12013-2019年广东省软饮料行业产销情况分析

7.3.22013-2019年广西软饮料行业产销情况分析
7.3.32013-2019年海南省软饮料行业产销情况分析
7.4华东地区软饮料所属行业产销情况分析
7.4.12013-2019年上海市软饮料行业产销情况分析
7.4.22013-2019年江苏省软饮料行业产销情况分析
7.4.32013-2019年浙江省软饮料行业产销情况分析
7.4.42013-2019年山东省软饮料行业产销情况分析
7.4.52013-2019年福建省软饮料行业产销情况分析
7.4.62013-2019年安徽省软饮料行业产销情况分析
7.4.72013-2019年江西省软饮料行业产销情况分析
7.5华中地区软饮料所属行业产销情况分析
7.5.12013-2019年湖南省软饮料行业产销情况分析
7.5.22013-2019年湖北省软饮料行业产销情况分析
7.5.32013-2019年河南省软饮料行业产销情况分析
7.6西南地区软饮料所属行业产销情况分析
7.6.12013-2019年重庆市软饮料行业产销情况分析
7.6.22013-2019年四川省软饮料行业产销情况分析
7.6.32013-2019年贵州省软饮料行业产销情况分析
7.6.42013-2019年云南省软饮料行业产销情况分析
7.7东北地区软饮料所属行业产销情况分析
7.7.12013-2019年吉林省软饮料行业产销情况分析
7.7.22013-2019年辽宁省软饮料行业产销情况分析
7.7.32013-2019年黑龙江省软饮料行业产销情况分析
7.8西北地区软饮料所属行业产销情况分析
7.8.12013-2019年陕西省软饮料行业产销情况分析
7.8.22013-2019年甘肃省软饮料行业产销情况分析
7.8.32013-2019年青海省软饮料行业产销情况分析
7.8.42013-2019年宁夏软饮料行业产销情况分析
7.8.52013-2019年新疆软饮料行业产销情况分析

第八章软饮料行业主要企业生产经营分析

8.1软饮料企业发展总体状况分析

8.1.1软饮料行业企业规模

8.1.2软饮料行业工业产值状况

8.1.3软饮料行业销售收入和利润

8.2中国碳酸饮料行业领先企业个案分析

8.2.1可口可乐（中国）饮料有限公司经营情况分析

（1）企业简况

（2）企业产销能力

（3）企业经营情况分析

（4）企业产品结构及新产品动向

8.2.2中国海升果汁控股有限公司经营情况分析

（1）企业简况

（2）企业产销能力

（3）企业经营情况分析

（4）企业产品结构及新产品动向

8.2.3乐天澳的利饮料有限公司经营情况分析

（1）企业简况

（2）企业产销能力

（3）企业经营情况分析

（4）企业产品结构及新产品动向

8.2.4华润怡宝饮料（中国）有限公司经营情况分析

（1）企业简况

（2）企业产销能力

（3）企业经营情况分析

（4）企业产品结构及新产品动向

8.2.5厦门银鹭食品有限公司经营情况分析

（1）企业简况

（2）企业产销能力

（3）企业经营情况分析

（4）企业产品结构及新产品动向

8.2.6维维食品饮料股份有限公司经营情况分析

（1）企业简况

（2）企业产销能力

(3) 企业经营情况分析

(4) 企业产品结构及新产品动向

第九章中国软饮料行业投资与前景分析

9.1中国软饮料行业投资风险

9.1.1软饮料行业宏观政策风险

9.1.2软饮料行业技术风险

9.1.3软饮料行业供需风险

9.1.4软饮料行业宏观经济波动风险

9.1.5软饮料行业产品结构风险

9.1.6软饮料企业经营管理风险

9.1.7软饮料行业其他风险

9.2中国软饮料行业投资特性分析

9.2.1软饮料行业进入壁垒分析

9.2.2软饮料行业盈利模式分析

1、产品金字塔模式

2、品牌模式

9.2.3软饮料行业盈利因素分析

1、广阔的市场需求

2、行业产品延伸

3、稳定的销售渠道

9.3中国软饮料行业发展趋势与投资建议

9.3.1软饮料市场发展趋势分析

9.3.2软饮料行业投资建议分析

(1) 软饮料行业热点投资地域分析

(2) 软饮料行业热点投资方式分析

9.3.3软饮料行业资本运作模式建议分析

(1) 软饮料行业融资方式与选择建议

(2) 软饮料行业海外资本市场运作建议

图表目录：

图表1：2013-2019年中国国内生产总值统计分析

图表2：2016-2019年固定资产投资（不含农户）同比增速

图表3：2016-2019年固定资产投资到位资金同比增速

图表4：2016-2019年全国房地产开发投资增速

图表5：质量与安全基本要求

图表6：2013-2019年软体饮料行业经营效益分析

图表7：2013-2019年软饮料行业盈利能力分析

图表8：2013-2019年软体饮料行业运营能力分析

图表9：2013-2019年软体饮料行业偿债能力分析

图表10：2013-2019年软体饮料行业发展能力分析

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/yinliao/K77161IJDV.html>