

2016-2022年中国饮料市场 全景调查与投资策略报告

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

《2016-2022年中国饮料市场全景调查与投资策略报告》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/M932712V6W.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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

由于我国目前的人均饮料消费量尚低于世界平均水平，随着国民生活水平的不断提高，饮料市场潜力巨大。目前补营养、补餐、增强体能和智能、休闲等饮料的开发会更加凸显饮料市场的未来潜力。

2014年中国饮料制造行业规模以上企业数量达到1823家，亏损企业数量达到207家，亏损率达到11.35%。

预计到“十三五”末期，在鼓励发展低热量饮料、健康营养饮料、冷藏果汁饮料、活菌性含乳饮料，支持优势品牌企业跨地区兼并重组、技术改造和创新能力建设，优化产业布局等政策引导下，中国饮料行业产品结构将更趋合理。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国饮料市场全景调查与投资策略报告》共十四章。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 饮料行业发展分析

第一章 饮料行业概述

第一节 饮料的相关概念

一、软饮料

二、功能饮料

三、运动饮料

四、酒饮料

五、茶饮料

第二节 饮料的分类

一、软饮料的分类

二、酒饮料的分类

三、茶饮料分类

第二章 国际饮料市场 8

第、全球饮料市场迅速增长

二、全球饮料流行新趋势分析

三、2014-2015年全球饮料的市场行情

第二节 欧洲饮料市场

一、欧洲饮料市场发展分析

二、西欧软饮料市场分析

三、2014年保加利亚饮料市场销售情况

四、2014年法国葡萄酒市场分析

五、2014-2015年德国饮料市场现状分析

第三节 亚洲饮料市场

一、日本饮料市场概况及营销状况分析

二、2014-2015年日本啤酒市场分析

三、韩国进口啤酒市场迅猛增长

四、印度食品饮料市场面临较多发展机遇

五、越南饮料市场巨大潜力待开发

第四节 美国饮料市场

一、2013年美国碳酸饮料销售情况

二、美国饮料市场功能性饮料开始占主流

三、美国葡萄酒市场发展分析

四、浓缩能量饮料受美国市场青睐

第三章 中国饮料行业分析

第一节 中国饮料行业总体概述

一、中国饮料行业的发展历程回顾

二、中国饮料业发展规律及特点

三、中国饮料行业竞争激烈

第二节 2013-2015年中国饮料行业运行状况

一、2013年我国饮料行业运行情况分析

二、2014年中国饮料行业运行情况分析

三、2014-2015年中国饮料行业发展情况及预测

第三节 中国饮料市场分析

一、中国饮料市场内困外忧

二、中国饮料市场争夺正酣

三、2016-2022年饮料市场预测

第四节 中国饮料行业品牌分析

一、中国饮料市场大众品牌分析

二、中国民族饮料品牌高歌猛进

三、中国饮料市场品牌格局剖析

四、中国饮料市场品牌发展战略

五、中国饮料市场品牌发展趋势

第五节 全国各地饮料市场分析

一、上海饮料市场发展态势概览

二、河南省饮料市场发展分析

三、武汉饮料市场发展分析

四、湖南饮料市场价格分析

第六节 饮料行业存在的问题及策略

一、我国饮料生产企业面临八大挑战

二、新国标出台运动饮料和茶饮料遇新门槛

三、中国饮料企业市场竞争策略

四、饮料行业产品和渠道创新是关键

第二部分 饮料行业运行数据

第四章 2014-2015-2015年中国饮料制造业经济运行数据分析

第一节 2014-2015-2015年全国饮料制造业主要经济指标

一、2013年全国饮料制造业主要经济指标

二、2014-2015年全国饮料制造业主要经济指标

第二节 2014-2015-2015年全国及各省市饮料制造业产销数据分析

一、2013年全国及各省市饮料制造业产销数据分析

二、2014-2015年全国及各省市饮料制造业产销数据分析

第三节 2014-2015-2015年全国及各省市饮料制造业资产负债分析

一、2013年全国及各省市饮料制造业资产负债分析

二、2014-2015年全国及各省市饮料制造业资产负债分析

第四节 2014-2015-2015年全国及中国各省市饮料制造业行业规模分析

一、2013年全国及各省市饮料制造业行业规模分析

二、2014-2015年全国及各省市饮料制造业行业规模分析

第五节 2014-2015-2015年全国及各省市饮料制造业盈利能力分析

一、2013年全国及各省市饮料制造业盈利能力分析

二、2014-2015年全国及各省市饮料制造业盈利能力分析

第五章 中国饮料制造业产量数据分析

第一节 2013-2015-2015年全国及重点省市发酵酒精产量分析

一、2012年全国及主要省份发酵酒精（折96度，商品量）产量分析

二、2013年全国及主要省份发酵酒精（折96度，商品量）产量分析

三、2014-2015年全国及主要省份发酵酒精（折96度，商品量）产量分析

第二节 2013-2015-2015年全国及重点省市软饮料产量分析

一、2012年全国及重点省市软饮料产量分析

二、2013年全国及主要省份软饮料产量分析

三、2014-2015年全国及主要省份软饮料产量分析

第三节 2013-2015-2015年全国及重点省市精制茶产量分析

一、2012年全国及重点省市精制茶产量分析

二、2013年全国及主要省份精制茶产量分析

三、2014-2015年全国及主要省份精制茶产量分析

第三部分 饮料细分市场分析

第六章 软饮料 201

第一节 国际软饮料市场概况

一、2013-2015年美国软饮料销量情况

二、中东软饮料市场现状及展望

三、西欧软饮料市场分析

四、亚洲和中东地区软饮料和果汁市场发展分析

五、全球保健型饮料市场前景广阔

第二节 中国软饮料行业发展综述

一、中国软饮料工业的发展回顾

- 二、2012年我国饮料市场运行分析
- 三、2013年中国软饮料市场发展分析
- 四、2014-2015年我国软饮料行业发展运行分析

第三节 碳酸饮料

- 一、碳酸饮料的利与弊
- 二、碳酸饮料市场的挑战与机会
- 三、2013年碳酸饮料产量数据
- 四、2013年碳酸饮料市场发展分析
- 五、2014-2015年碳酸饮料产量数据
- 六、我国碳酸饮料业发展问题及未来趋势分析

第四节 果汁饮料

- 一、中国果汁饮料市场发展现状
- 二、2012年我国果汁饮料产量分析
- 三、2013-2015年果汁饮料市场价格竞争分析
- 四、我国果汁饮料消费群体分析
- 五、中国纯果汁消费市场潜力大
- 六、我国果汁饮料业发展趋势预测

第五节 乳饮料

- 一、中国含乳饮料市场发展分析
- 二、2013年液体乳饮料产量分析
- 三、2014年液体乳饮料产量分析
- 四、2014-2015年乳饮料迎来黄金时代
- 五、果粒酸乳饮料市场前景广阔
- 六、2016年乳制品工业发展预测

第六节 功能饮料

- 一、功能饮料市场概况
- 二、功能饮料市场发展特征
- 三、影响功能饮料发展的主要因素
- 四、2012年《饮料通则》对国功能性饮料的影响
- 五、2013年功能饮料再次进入发展高峰期
- 六、功能性饮料市场潜力巨大

第七节 饮用水

- 一、2013年饮用水产量分析
- 二、2014-2015年饮用水产量分析
- 三、饮用水市场面临第五次升级革命
- 四、中国饮用水产业进入“生态时代”
- 五、包装饮用水市场格局分析
- 六、我国饮水机行业的优劣势及发展趋势

第七章 酒饮料

第一节 中国酒精饮料发展总体分析

- 一、2014年制酒饮料行业市场概况
- 二、2014年中国制酒饮料行业发展概况
- 三、2014年我国酒业发展分析
- 四、2014-2015年中国酒业各项经济指标分析

第二节 啤酒

- 一、2013年中国啤酒行业运行情况分析
- 二、2013-2015年中国啤酒企业总体运行情况
- 三、2013-2015年全国及各省市啤酒产量统计数据
- 四、2014-2015年全国啤酒产品产量全国及各省市统计数据
- 五、2014-2015年中国啤酒行业运行情况分析
- 六、2014-2015年中国啤酒业集中度分析

第三节 白酒

- 一、2013年白酒行业运行情况分析
- 二、2013年消费税大调整引发白酒行业震动
- 三、2013年全国白酒产品产量全国及各省市统计数据
- 四、2014-2015年全国白酒产品产量全国及各省市统计数据
- 五、2014-2015年全国白酒行业分析
- 六、白酒行业未来将向高端化发展

第四节 葡萄酒

- 一、中国葡萄酒行业发展空间巨大
- 二、2014年中国葡萄酒行业发展分析
- 三、2014年中国葡萄酒行业十大热点
- 四、2014年中国葡萄酒行业发展分析

五、2014年中国葡萄酒产业的发展趋势分析

六、中国将成为世界第七大葡萄酒消费市场

第五节 黄酒行业

一、中国黄酒业发展概况

二、2014年中国黄酒产量逆势增长

三、2014年国内黄酒业迎来发展新契机

四、2014年中国黄酒市场格局生变

五、2014年黄酒业发展整体向上

第六节 保健酒行业

一、保健酒市场成企业争夺的新亮点

二、中国保健酒市场格局分析

三、中国保健酒再现掘金潮

四、中国保健酒市场有待规范

第七节 烈性洋酒在中国的发展

一、烈性洋酒加速本土化运作

二、烈性洋酒的市场格局分析

三、烈性洋酒与高端白酒的博弈

四、洋酒在中国的未来发展趋势

第八章 茶饮料

第一节 中国茶产业分析

一、中国茶业发展概况

二、中国茶业的发展弊端

三、中国茶叶产业化的关键

四、中国茶产业遭遇困境的原因

五、中国茶产业快速发展规模不断扩大

第二节 中国茶饮料行业分析

一、中国茶饮料行业的发展特征

二、中国茶饮料行业快速发展的驱动因素

三、中国茶饮料行业的发展瓶颈

四、中国茶饮料行业发展趋势分析

第三节 中国茶饮料市场分析

- 一、我国茶饮料市场现状分析
- 二、茶饮料引领饮料市场新潮流
- 三、中国茶饮料的竞争之道
- 四、2013年中国茶饮料市场大打“健康战”
- 五、2014年我国茶饮料行业流行趋势

第四节 凉茶

- 一、2015年中国凉茶市场三大热点
- 二、中国凉茶业市场竞争分析
- 三、中国凉茶业市场格局分析
- 四、我国凉茶业的发展迎来新的契机

第九章 饮料行业原料供应分析

第一节 中国食糖工业概况

- 一、中国食糖市场需求加速增长
- 二、2013-2014年制糖期国内食糖市场回顾
- 三、2014-2015年制糖期国内食糖形势展望
- 四、2014-2015年中国食糖市场分析
- 五、中国食糖行业调控建议分析

第二节 中国水果产业分析

- 一、我国水果市场发展概况
- 二、我国积极推动水果产业健康有序发展
- 三、中国水果产业的品牌化路径分析
- 四、影响我国水果贸易竞争力的因素

第三节 中国蔬菜市场分析

- 一、2013年中国蔬菜产量居世界第一
- 二、2014年国家出台储备机制稳定蔬菜市场
- 三、2014-2015年我国蔬菜零售市场销售数据
- 四、我国保障蔬菜市场供应和价格稳定措施

第四部分 饮料行业包装与营销策略

第十章 饮料包装行业

第一节 行业概述

一、软饮料个性包装分析

二、饮料包装的种类

三、我国饮料包装市场特点

四、包装促销与消费心理分析

第二节 我国饮料包装行业发展分析

一、国内外四大饮料包装市场发展现状

二、国内饮料包装市场分析

三、饮料包装行业市场格局

四、饮料包装行业风险分析

五、中国食品饮料包装市场分析

六、玻璃瓶在饮料包装市场发展现状

第三节 PET饮料瓶

一、PET瓶饮料包装的优势与劣势

二、PET瓶饮料包装业环境及趋势

三、PET瓶饮料包装市场状况分析

四、PET瓶饮料包装五种竞争力分析

五、我国PET饮料瓶市场蕴藏商机

第四节 饮料包装行业发展趋势

一、饮料包装发展新趋势

二、饮料包装环保化趋势分析

三、从包装材料分析饮料包装发展趋势

四、从包装理念分析饮料包装发展趋势

第十一章 中国饮料行业营销分析

第一节 饮料营销发展概述

一、国内饮料营销的五大派系

二、饮料营销策略探索

三、饮料行业销售渠道探讨

四、饮料业网络营销战略分析

第二节 中国饮料市场营销状况分析

一、我国饮料市场营销的多元化

二、我国饮料行业广告投放情况分析

三、饮料品牌营销运作的困境和出路

第三节 饮料细分产品营销分析

一、凉茶饮料营销的关键在于把握消费者心理

二、传统养生饮料营销策略分析

三、功能饮料的五大营销模式

第四节 中国饮料行业营销案例分析

一、娃哈哈市场营销案例剖析

二、太子奶乳酸菌饮品营销策略分析

三、农夫果园的差异化营销策略分析

四、王老吉的亚运营销发展解析

第五部分 饮料行业竞争格局

第十二章 中国饮料行业竞争分析

第一节 中国饮料行业竞争概况

一、中国饮料市场竞争态势分析

二、我国饮料行业的市场竞争日趋激烈

三、外资购并影响我国饮料业竞争格局

四、饮料企业“强强联手”竞争模式形成

第二节 饮料行业细分市场竞争分析

一、中国茶饮料市场竞争分析

二、中国果汁饮料市场竞争分析

三、中国乳饮料市场竞争分析

四、中国瓶装水市场竞争分析

五、我国功能饮料市场竞争分析

六、我国碳酸饮料市场竞争分析

七、中国咖啡饮料市场竞争分析

第十三章 饮料行业重点企业分析

第一节 可口可乐公司

一、公司简介

二、公司经营情况分析

三、公司竞争优势分析

四、公司主要经营业务分析

五、公司发展最新动态及未来发展分析

第二节 百事可乐公司

一、公司简介

二、公司经营情况分析

三、公司竞争优势分析

四、公司主要经营业务分析

五、公司发展最新动态及未来发展分析

第三节 内蒙古伊利实业集团股份有限公司

一、公司简介

二、公司经营情况分析

三、公司竞争优势分析

四、公司主要经营业务分析

五、公司发展最新动态及未来发展分析

第四节 河北承德露露股份有限公司

一、公司简介

二、公司经营情况分析

三、公司竞争优势分析

四、公司主要经营业务分析

五、公司发展最新动态及未来发展分析

第五节 青岛啤酒股份有限公司

一、公司简介

二、公司经营情况分析

三、公司竞争优势分析

四、公司主要经营业务分析

五、公司发展最新动态及未来发展分析

第六节 烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司

一、公司简介

二、公司经营情况分析

三、公司竞争优势分析

四、公司主要经营业务分析

五、公司发展最新动态及未来发展分析

第七节 其它重点饮料企业

- 一、杭州娃哈哈集团有限公司
- 二、康师傅控股有限公司
- 三、广东乐百氏集团
- 四、北京汇源饮料食品集团有限公司
- 五、内蒙古蒙牛乳业集团股份有限公司

第六部分 ZYLZG饮料行业投资及前景预测

第十四章 2016-2022年饮料行业投资及前景预测

第一节 中国饮料行业SWOT分析

- 一、优势机会点
- 二、劣势威胁点

第二节 投资形势分析

- 一、中国饮料行业投资情况
- 二、中国饮料企业的发展环境独占鳌头

第三节 投资策略与建议

- 一、产品和渠道创新是关键
- 二、塑造强势饮料品牌

第四节 2016-2022年饮料行业前景预测

- 一、2016-2022年中国饮料业突围方向分析
- 二、2016-2022年中国饮料总产量预测
- 三、未来中国饮料市场发展趋势
- 四、植物成为未来饮料市场的发展趋势
- 五、茶饮料成为市场未来发展趋势
- 六、我国饮料市场未来发展格局分析

附录

附录一：《中华人民共和国食品安全法》

附录二：中华人民共和国食品卫生法

附录三：食品添加剂使用卫生标准

附录四：冷饮食品卫生管理办法

附录五：含乳饮料卫生标准

附录六：茶、咖啡、植物饮料允许使用添加剂的原则

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2015年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2015年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2016-2022年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2016-2022年中国GDP增速预测

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/yinliao/M932712V6W.html>