

2021-2027年中国软饮料产业 发展现状与行业竞争对手分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2021-2027年中国软饮料产业发展现状与行业竞争对手分析报告》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.cction.com/report/202012/198427.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

中国软饮料进入了新的发展阶段，近几年来中国软饮料产量的增速放缓；具体来看，从2015年开始产量增速下跌至10%以下，并一直保持下滑趋势，2017年甚至是变为负增长。2017年中国软饮料累计产量为18051.2万吨，下滑1.6%；但就目前2018年前三季度的产量数据看，产量为12681.8万吨，增速有所回升，达6.30%。2014-2018年中国软饮料产量及增长

从全国各省市软饮料产量来看，2019年1-8月全国31个省份都有生产软饮料。排名前三的地区依然是广东省、四川省和河南省；广东省软饮料产量高达2121.52万吨，居全国产量第一位；四川省产量为1057.72万吨，排名第二；河南省产量为713.33万吨，排名第三。截止到2019年8月底，仅广东和四川两省的产量均超1000万吨。2019年1-8月中国软饮料地区产量分布情况

中企顾问网发布的《2021-2027年中国软饮料产业发展现状与行业竞争对手分析报告》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 2019年国际软饮料市场运行态势分析

第一节 2019年全球软饮料市场概况

一、全球三大饮品“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 2019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 2021-2027年世界软饮料产业发展趋势分析

第二章 2019年中国软饮料产业运行环境分析

第一节 2019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 2019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 2019年中国软饮料产业社会环境分析

第三章 2019年中国软饮料行业运行形势分析

第一节 2019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 2019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 2019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 2016-2019年中国软饮料制造所属行业运行数据监测分析

第一节 2016-2019年中国软饮料制造所属行业总体运行指标

第二节 2016-2019年中国软饮料制造所属行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 2016-2019年中国软饮料制造所属行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 2016-2019年中国软饮料制造所属行业产销状况监测分析

一、2016-2019年中国工业总产值分析

二、2016-2019年中国软饮料制造所属行业产成品分析

三、2016-2019年中国软饮料制造所属行业总销售收入分析

第五节 2016-2019年中国软饮料制造所属行业工业利润总额分析

一、2016-2019年中国软饮料制造所属行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 2016-2019年中国软饮料产品产量数据分析

第一节 软饮料

一、2017年重点省市软饮料产量

二、2019年重点省市软饮料产量2014-2018年中国软饮料产销量2014-2018年中国软饮料产销率变化

三、重点省市软饮料产量增长分析

第二节 碳酸饮料

一、2017年重点省市碳酸饮料产量

二、2019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、2017年重点省市果汁及果汁饮料产量

二、2019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、2017年重点省市液体乳产量

二、2019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 2019年中国茶饮料市场运行动态分析

第一节 2019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 2019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 2019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 2019年中国果汁行业运行走势透析

第一节 2019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 2019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 2019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 2019年中国功能饮料市场运行局势解析

第一节 2019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 2019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 2019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 2019年中国其它天然饮料产业市场格局浅析

第一节 2019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 2019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 2019年中国软饮料营销渠道与策略分析

第一节 2019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 2019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 2019年中国软饮料业市场竞争格局分析

第一节 2019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 2019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 2021-2027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 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

第十三章 2021-2027年中国软饮料产业发展趋势预测分析

第一节 2021-2027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 2021-2027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 2021-2027年中国软饮料产业市场盈利预测分析

第十四章 2021-2027年中国软饮料产业投资机会与风险分析（）

第一节 2021-2027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 2021-2027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 2021-2027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：2016-2019年中国软饮料制造业企业数量

图表：2016-2019年中国软饮料制造业企业规模及所有制分析

图表：2016-2019年中国软饮料制造业从业人数调查分析

图表：2016-2019年中国软饮料制造业总体从业人数分析

图表：2016-2019年中国软饮料制造业不同规模企业从业人员分析

图表：2016-2019年中国软饮料制造业不同所有制企业比较分析

图表：2016-2019年中国软饮料制造业工业总产值分析

图表：2016-2019年中国软饮料制造业产成品分析

图表：2016-2019年中国软饮料制造业总销售收入分析

图表：2016-2019年中国软饮料制造业工业利润总额分析

图表：2016-2019年中国软饮料制造业工业利润总额分析

图表：2016-2019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：2016-2019年中国软饮料制造业不同所有制企业比较

图表：2021-2027年中国软饮料产业细分市场发展预测分析

图表：2021-2027年中国软饮料产业市场盈利预测分析

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202012/198427.html>