

2019年中国食品饮料市场分析报告- 行业调研与发展前景预测

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2019年中国食品饮料市场分析报告-行业调研与发展前景预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/390664390664.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

随着中国经济步入新常态，中国经济增长从高速转为中高速。随之，中国食品行业增速也逐步放缓。在食品行业发展增速和盈利水平出现回落的背景下，食品企业的销售收入和净利润增速也双双放缓，盈利能力持续下降。

2016年我国食品饮料市场成交额为342.99亿元，较2015年下降4.35%。

2012-2016年我国食品饮料市场成交额

资料来源：国家统计局

2017年我国食品饮料行业规模以上企业数量约42962家，行业销售收入达到了114102.7亿元，行业总资产达到了77874.7亿元，行业利润约7987.6亿元。

2011-2017年中国食品饮料行业运行情况

资料来源：国家统计局

坚持自主创新是主要途径之一。饮料行业要走出低谷，恢复良性发展，根本的出路还是在‘创新发展’上。事实上，国内外还有大量具有健康功效的新资源食品可供研究开发，我国传统中医的‘药食同源’理论不仅内容丰富而且老百姓认知度亦很高，因此在这些方面都可以进行深入的挖掘，利用现代生物工程技术、菌种技术开发出科技含量高、附加值高的创新型产品。除了坚持创新，企业还必须能把握市场发展趋势，这是创新的前提条件。

我国目前饮料市场主要有饮用水、果汁饮料、茶饮料、碳酸饮料、凉茶、功能饮料等饮料产品，随着消费者对饮料需求的增加，饮料市场的竞争日益激烈。瓶装水市场主要有农夫山泉、娃哈哈、雀巢等品牌，继加多宝推出昆仑山高档矿泉水后，恒大也跨界瓶装水行业，逐渐打破行业格局；我国果汁饮料主要有康师傅、美汁源、统一、汇源等品牌，随着各家企业不断创新产品、加大广告宣传力度，果汁饮料行业的竞争也不断升级；茶饮料市场经过几年竞争后，格局基本成熟，康师傅、娃哈哈、统一、雀巢、达利园等品牌基本占据了茶饮料市场的主要位置，各家企业不断进行产品升级，增强竞争力；碳酸饮料市场一直以来被百事可乐和可口可乐垄断，两大巨头花费巨资参与体育赛事和娱乐广告等的营销，使得品牌形象更加深入年轻消费者；凉茶饮料迅速扩展到全国市场，加多宝、王老吉、和其正等品牌占据凉茶市场的主要地位，加多宝和王老吉的竞争尤为凸显，两家通过增建新厂，扩大产能，增强企业的市场占有率。

行业发展趋势

1、具有广阔的发展空间

根据国家统计局的数据，我国人均软饮料消费量呈现持续增长趋势。我国人均食品饮料消费量及消费结构都有较大的发展和改善的空间，为行业内企业提供了较大的发展机会。

2、品种日趋繁多，大众消费更加多元化

我国食品饮料行业经过近 30 年的高速增长，在不同的发展过程中曾现出了不同的主流品类，如上世纪 80 年代碳酸饮料是市场上的主流产品，90 年代瓶装饮用水兴起并成为市场主流，而进入 21 世纪后市场主流饮料品类变化明显加快。首先是茶饮料异军突起，然后是果汁饮品大放异彩，“非典”过后功能性饮料日渐被消费者认同和接受；而近年来人们对饮料消费诉求的差异化 and 个性化，更加促进了国内食品饮料市场品类的丰富。食品饮料产品呈现多元化、细分化发展趋势。

3、方便快捷、营养健康成为行业发展趋势

近年来，我国食品饮料市场的消费结构发生了较大变化，随着整个现代社会工作、生活节奏的加快，生活水平的提高，消费者更加注重食品饮料消费对于生活品质和生活满足感的提升，因此各类方便快捷的休闲饮料和具有一定营养价值或功能性的食品饮料在未来食品饮料市场中将占据更大份额。

4、食品安全对于整个行业产生了积极影响

近年来国家各级监管部门不断加大市场管理和处罚力度，加强对市场上不合格产品和生产企业的打击力度。行业内的企业也纷纷建立更加完善的质量控制管理体系、并逐渐开始完成 HACCP 体系认证等，客观上全面提升了整个行业的产品质量和安全水平。同时，受监管部门日益严厉的查处措施及其带来的经营成本提升的影响，行业内企业出现了明显的分化，部分食品饮料企业由于食品安全质量不达标，被迫退出了市场，也同时给其他优质企业取得更大市场份额提供了机会。监管部门、消费者和食品饮料生产企业自身对产品质量安全的重视，对整个食品饮料行业的发展产生了积极而深远的影响。（ww）

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2019年中国食品饮料市场分析报告-行业调研与发展前景预测

》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2016-2018年中国食品饮料行业发展概述

第一节 食品饮料行业发展情况概述

一、食品饮料行业相关定义

二、食品饮料行业基本情况介绍

三、食品饮料行业发展特点分析

第二节 中国食品饮料行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、食品饮料行业产业链条分析

三、中国食品饮料行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国食品饮料行业生命周期分析

- 一、食品饮料行业生命周期理论概述
- 二、食品饮料行业所属的生命周期分析
- 第四节 食品饮料行业经济指标分析
 - 一、食品饮料行业的赢利性分析
 - 二、食品饮料行业的经济周期分析
 - 三、食品饮料行业附加值的提升空间分析
- 第五节 中国食品饮料行业进入壁垒分析
 - 一、食品饮料行业资金壁垒分析
 - 二、食品饮料行业技术壁垒分析
 - 三、食品饮料行业人才壁垒分析
 - 四、食品饮料行业品牌壁垒分析
 - 五、食品饮料行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球食品饮料行业市场发展现状分析

- 第一节 全球食品饮料行业发展历程回顾
- 第二节 全球食品饮料行业市场区域分布情况
- 第三节 亚洲食品饮料行业地区市场分析
 - 一、亚洲食品饮料行业市场现状分析
 - 二、亚洲食品饮料行业市场规模与市场需求分析
 - 三、亚洲食品饮料行业市场前景分析
- 第四节 北美食品饮料行业地区市场分析
 - 一、北美食品饮料行业市场现状分析
 - 二、北美食品饮料行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美食品饮料行业市场前景分析
- 第五节 欧盟食品饮料行业地区市场分析
 - 一、欧盟食品饮料行业市场现状分析
 - 二、欧盟食品饮料行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧盟食品饮料行业市场前景分析
- 第六节 2019-2025年世界食品饮料行业分布走势预测
- 第七节 2019-2025年全球食品饮料行业市场规模预测

第三章 中国食品饮料产业发展环境分析

- 第一节 我国宏观经济环境分析
 - 一、中国GDP增长情况分析
 - 二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品食品饮料总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国食品饮料行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国食品饮料产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国食品饮料行业运行情况

第一节 中国食品饮料行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国食品饮料行业市场规模分析

第三节 中国食品饮料行业供应情况分析

第四节 中国食品饮料行业需求情况分析

第五节 中国食品饮料行业供需平衡分析

第六节 中国食品饮料行业发展趋势分析

第五章 中国食品饮料所属行业运行数据监测

第一节 中国食品饮料所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国食品饮料所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国食品饮料所属行业财务指标分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

第六章 2016-2018年中国食品饮料市场格局分析

第一节 中国食品饮料行业竞争现状分析

- 一、中国食品饮料行业竞争情况分析
- 二、中国食品饮料行业主要品牌分析

第二节 中国食品饮料行业集中度分析

- 一、中国食品饮料行业市场集中度分析
- 二、中国食品饮料行业企业集中度分析

第三节 中国食品饮料行业存在的问题

第四节 中国食品饮料行业解决问题的策略分析

第五节 中国食品饮料行业竞争力分析

- 一、生产要素
- 二、需求条件
- 三、支援与相关产业
- 四、企业战略、结构与竞争状态
- 五、政府的作用

第七章 2016-2018年中国食品饮料行业需求特点与动态分析

第一节 中国食品饮料行业消费市场动态情况

第二节 中国食品饮料行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节 食品饮料行业成本分析

第四节 食品饮料行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国食品饮料行业价格现状分析

第六节 中国食品饮料行业平均价格走势预测

一、中国食品饮料行业价格影响因素

二、中国食品饮料行业平均价格走势预测

三、中国食品饮料行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国食品饮料行业区域市场现状分析

第一节 中国食品饮料行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地食品饮料市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区食品饮料市场规模分析

四、华东地区食品饮料市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区食品饮料市场规模分析

四、华中地区食品饮料市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区食品饮料市场规模分析

第九章 2016-2018年中国食品饮料行业竞争情况

第一节 中国食品饮料行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国食品饮料行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国食品饮料行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 食品饮料行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第五节 企业

- 一、企业概况

- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第十一章 2019-2025年中国食品饮料行业发展前景分析与预测

第一节 中国食品饮料行业未来发展前景分析

- 一、食品饮料行业国内投资环境分析
- 二、中国食品饮料行业市场机会分析
- 三、中国食品饮料行业投资增速预测

第二节 中国食品饮料行业未来发展趋势预测

第三节 中国食品饮料行业市场发展预测

- 一、中国食品饮料行业市场规模预测
- 二、中国食品饮料行业市场规模增速预测
- 三、中国食品饮料行业产值规模预测
- 四、中国食品饮料行业产值增速预测
- 五、中国食品饮料行业供需情况预测

第四节 中国食品饮料行业盈利走势预测

- 一、中国食品饮料行业毛利润同比增速预测
- 二、中国食品饮料行业利润总额同比增速预测

第十二章 2019-2025年中国食品饮料行业投资风险与营销分析

第一节 食品饮料行业投资风险分析

- 一、食品饮料行业政策风险分析
- 二、食品饮料行业技术风险分析
- 三、食品饮料行业竞争风险分析
- 四、食品饮料行业其他风险分析

第二节 食品饮料行业企业经营发展分析及建议

- 一、食品饮料行业经营模式
- 二、食品饮料行业销售模式
- 三、食品饮料行业创新方向

第三节 食品饮料行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2019-2025年中国食品饮料行业发展策略及投资建议

第一节 中国食品饮料行业品牌战略分析

- 一、食品饮料企业品牌的重要性
- 二、食品饮料企业实施品牌战略的意义
- 三、食品饮料企业品牌的现状分析
- 四、食品饮料企业的品牌战略
- 五、食品饮料品牌战略管理的策略

第二节 中国食品饮料行业市场的关键客户战略实施

- 一、实施关键客户战略的必要性
- 二、合理确立关键客户
- 三、对关键客户的营销策略
- 四、强化关键客户的管理
- 五、实施关键客户战略要重点解决的问题

第三节 中国食品饮料行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2019-2025年中国食品饮料行业发展策略及投资建议

第一节 中国食品饮料行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国食品饮料行业定价策略分析

第三节 中国食品饮料行业营销渠道策略

- 一、食品饮料行业渠道选择策略
- 二、食品饮料行业营销策略

第四节 中国食品饮料行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国食品饮料行业重点投资区域分析
- 二、中国食品饮料行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/390664390664.html>