

2019年中国软饮料市场分析报告- 市场供需现状与发展战略规划

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年中国软饮料市场分析报告-市场供需现状与发展战略规划》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://data.chinabaogao.com/shipin/2019/0193920152019.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

一、市场现状分析

软饮料 (soft drink), 又称清凉饮料、无醇饮料, 是酒精含量低于0.5%(质量比)的天然或人工配制的饮料。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。

软饮料分类

分类

类型

按原料和加工工艺分

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

按性质和饮用对象分

特种用途饮料、保健饮料、餐桌饮料和大众饮料

表格来源：观研天下整理

随着经济的快速增长, 中国软饮料市场曾实现了持续两位数的快速增长。但由于于中国消费群体的消费理念以及消费习惯正逐步发生转变, 近几年软饮料市场增速开始下滑。据数据显示: 2017年我国软饮料行业销售规模达到5653亿元, 年均复合增长率3%, 预计2020年达到6229亿元。

2016-2020年我国软饮料行业销售规模统计及预测

数据来源: 中国饮料工业协会

从市场竞争来看, 近几年来, 中国软饮料市场的整体格局变化不大。从整体来看, 中国大陆地区以外的公司目前在国内软饮料市场中占据相对领先地位。

我国软饮料行业企业市场份额情况

数据来源: 中国饮料工业协会

二、未来行业发展趋势

1、趋向口味创新发展

口味创新是产品创新的重点, 软饮料的功用性本质在于解渴, 而从解渴延伸, 下一步便是口味。口味是软饮料产品最基本也是最核心的属性表达, 厂商产品创新能力能否满足国

内消费者的口味变化是决定产品能否畅销、甚至是企业生存发展的重要因素。

2、低热量软饮料产品成为市场趋势

近几年量大碳酸饮料巨头在碳酸饮料市场受阻的情况下，大力开拓开发零卡路里或低卡路里的天然甜味剂，更好地模仿全卡路里碳酸饮料的口味。以百事可乐和可口可乐为例，百事可乐在全美范围内推出了PepsiNext品牌，这是其旗舰品牌的人工加糖的中卡路里版。百事可乐还推出了人工加糖的零卡路里健怡百事可乐(DietPepsi)来改善其保质期。而可口可乐开始在美国的某些市场上测试其天然加糖的、低卡路里版本的雪碧(Sprite)和芬达(Fanta)饮料。虽然目前相关产品市场反应并不理想，但从长期来看，低热量饮料产品仍将会成为市场趋势。(XY)

【报告大纲】

第一章软饮料行业相关基础概述及研究机构

1.1 软饮料的定义及分类

1.1.1 软饮料的界定

1.1.2 软饮料的分类

1、碳酸饮料

2、果汁饮料

3、蔬菜汁饮料

4、含乳饮料

5、植物蛋白饮料

6、瓶装饮用水

7、茶饮料

8、固体饮料

9、特殊用途饮料

1.1.3 软饮料的特性

1.2 软饮料行业特点分析

1.2.1 市场特点分析

1.2.2 行业经济特性

1.2.3 行业发展周期分析

1.2.4 行业进入风险

1.2.5 行业成熟度分析

第二章 2015-2018年中国软饮料行业市场发展环境分析

2.1 中国软饮料行业经济环境分析

2.1.1 中国经济运行情况

- 1、国民经济运行情况GDP
- 2、消费价格指数CPI、PPI
- 3、全国居民收入情况
- 4、恩格尔系数
- 5、饮料工业发展形势

2.1.2 经济环境对行业的影响分析

2.2 中国软饮料行业政策环境分析

2.2.1 行业监管环境

- 1、国务院食品安全委员会
- 2、国家卫生计生委
- 3、国家食品药品监督管理总局
- 4、国家质量监督检验检疫总局
- 5、国家工商行政管理总局
- 6、中国食品工业协会及中国饮料工业协会

2.2.2 行业法规政策分析

- 1、《中华人民共和国食品安全法》
- 2、《食品经营许可证管理办法》
- 3、《食品生产许可管理办法》
- 4、《饮料行业“十三五”发展规划建议》

2.2.3 政策环境对行业的影响分析

2.3 中国软饮料行业社会环境分析

2.3.1 行业社会环境

- 1、人口环境分析
- 2、教育环境分析
- 3、文化环境分析
- 4、生态环境分析
- 5、中国城镇化率
- 6、居民消费观念和习惯发展趋势

2.3.2 社会环境对行业的影响分析

2.4 中国软饮料行业技术环境分析

2.4.1 软饮料技术分析

- 1、技术水平总体发展情况
- 2、中国软饮料行业新技术研究

2.4.2 软饮料技术发展水平

- 1、中国软饮料行业技术水平所处阶段
- 2、与国外软饮料行业的技术差距

2.4.3 行业主要技术发展趋势

2.4.4 技术环境对行业的影响

第三章中国软饮料行业上、下游产业链分析

3.1 软饮料行业产业链概述

3.1.1 产业链定义

3.1.2 软饮料行业产业链

3.2 软饮料行业上游-原材料产业发展分析

3.2.1 原材料种植产业发展现状

- 1、水果种植产业发展现状
- 2、坚果种植产业发展现状
- 3、蔬菜种植产业发展现状
- 4、奶牛养殖产业发展现状
- 5、茶叶种植产业发展现状

3.2.2 原材料种植产业供给分析

- 1、水果种植产业供给分析
- 2、坚果种植产业供给分析
- 3、蔬菜种植产业供给分析
- 4、奶牛养殖产业供给分析
- 5、茶叶种植产业供给分析

3.2.3 原材料种植供给区域分析

- 1、水果种植产业供给区域分析
- 2、坚果种植产业供给区域分析
- 3、蔬菜种植产业供给区域分析
- 4、奶牛养殖产业供给区域分析
- 5、茶叶种植产业供给区域分析

3.3 软饮料行业下游-经销商发展情况分析

3.3.1 经销商发展现状分析

3.3.2 经销商发展规模分析

3.3.3 经销商区域分布情况

3.3.4 经销商发展趋势分析

第四章国际软饮料行业市场发展分析

4.1 2015-2018年国际软饮料行业发展现状

4.1.1 国际软饮料行业发展现状

4.1.2 国际软饮料行业发展规模

4.1.3 国际软饮料主要技术水平

4.2 2015-2018年国际软饮料市场需求研究

4.2.1 国际软饮料市场需求特点

4.2.2 国际软饮料市场需求结构

4.2.3 国际软饮料市场需求规模

4.3 2015-2018年国际区域软饮料行业研究

4.3.1 欧洲软饮料市场

1、市场现状分析

2、市场规模分析

3、发展趋势分析

4.3.2 美国软饮料市场

1、市场现状分析

2、市场规模分析

3、发展趋势分析

4.3.3 日韩软饮料市场

1、市场现状分析

2、市场规模分析

3、发展趋势分析

4.4 2019-2025年国际软饮料行业发展展望

4.4.1 国际软饮料行业发展趋势

4.4.2 国际软饮料行业规模预测

4.4.3 国际软饮料行业发展机会

第五章 2015-2018年中国软饮料行业发展概述

5.1 中国软饮料行业发展状况分析

5.1.1 中国软饮料行业发展阶段

5.1.2 中国软饮料行业发展总体概况

5.1.3 中国软饮料行业发展特点分析

5.2 2015-2018年软饮料行业发展现状

5.2.1 2015-2018年中国软饮料行业发展热点

1、健康营养成消费趋势

2、功能性软饮料受到追捧

3、植物蛋白饮料快速崛起

4、高端植物蛋白产品成发展趋势

5、凉茶市场硝烟弥漫

5.2.2 2015-2018年中国软饮料行业发展现状

5.2.3 2015-2018年中国软饮料企业发展分析

5.3 中国软饮料市场品牌存活率分析

5.3.1 中国软饮料市场品牌数量

5.3.2 中国软饮料市场品牌存活率

5.4 中国软饮料行业细分市场概况

5.4.1 市场细分充分程度

5.4.2 细分市场结构分析

5.4.3 软饮料细分市场调研

1、碳酸饮料市场调研

2、果汁饮料市场调研

3、蔬菜汁饮料市场调研

4、含乳饮料市场调研

5、植物蛋白饮料市场调研

6、瓶装饮用水市场调研

7、茶饮料市场调研

8、固体饮料市场调研

9、功能性饮料市场调研

5.5 中国软饮料行业发展问题及对策建议

5.5.1 中国软饮料行业发展制约因素

5.5.2 中国软饮料行业存在问题分析

5.5.3 中国软饮料行业发展对策建议

第六章中国软饮料行业运行指标分析及预测

6.1 中国软饮料行业企业数量分析

6.1.1 2015-2018年中国软饮料行业企业数量情况

6.1.2 2015-2018年中国软饮料行业企业竞争结构

6.2 2015-2018年中国软饮料行业财务指标总体分析

6.2.1 行业盈利能力分析

6.2.2 行业偿债能力分析

6.2.3 行业营运能力分析

6.2.4 行业发展能力分析

6.3 中国软饮料行业市场规模分析及预测

6.3.1 2015-2018年中国软饮料行业市场规模分析

6.3.2 2019-2025年中国软饮料行业市场规模预测

6.4 中国软饮料行业市场供需分析及预测

6.4.1 中国软饮料行业市场供给分析

1、2015-2018年中国软饮料行业供给规模分析

2、2019-2025年中国软饮料行业供给规模预测

6.4.2 中国软饮料行业市场需求分析

1、2015-2018年中国软饮料行业需求规模分析

2、2019-2025年中国软饮料行业需求规模预测

第七章 中国互联网+软饮料行业发展现状及前景

7.1 互联网给软饮料行业带来的冲击和变革分析

7.1.1 互联网时代软饮料行业大环境变化分析

7.1.2 互联网时代软饮料行业挑战与机遇分析

7.1.3 互联网时代软饮料行业营销模式变革分析

7.1.4 互联网时代软饮料行业销售渠道变革分析

7.1.5 互联网+软饮料行业融合创新机会分析

7.2 中国互联网+软饮料行业市场发展现状分析

7.2.1 中国互联网+软饮料行业投资布局分析

1、中国互联网+软饮料行业投资切入方式

2、中国互联网+软饮料行业投资规模分析

3、中国互联网+软饮料行业投资业务布局

7.2.2 软饮料行业目标客户互联网渗透率分析

7.2.3 中国互联网+软饮料行业市场规模分析

7.2.4 中国互联网+软饮料行业竞争格局分析

1、中国互联网+软饮料行业参与者结构

2、中国互联网+软饮料行业竞争者类型

3、中国互联网+软饮料行业市场占有率

7.3 中国互联网+软饮料行业市场趋势预测分析

7.3.1 中国互联网+软饮料行业市场增长动力分析

7.3.2 中国互联网+软饮料行业市场发展瓶颈剖析

7.3.3 中国互联网+软饮料行业市场发展趋势分析

7.4 互联网+时代软饮料企业投资前景分析

第八章中国软饮料行业消费市场运营状况分析

8.1 软饮料市场消费需求分析

8.1.1 软饮料市场的消费需求变化

8.1.2 软饮料行业的需求情况分析

8.1.3 软饮料品牌市场消费需求分析

8.1.4 软饮料市场渗透率分析

8.2 软饮料消费市场状况分析

8.2.1 软饮料行业消费特点

8.2.2 软饮料行业产品消费结构分析

8.2.3 软饮料行业消费群体分析

8.2.4 软饮料市场的消费方向

8.3 软饮料行业产品的品牌市场运营状况分析

8.3.1 消费者对行业品牌认知度宏观调查

8.3.2 消费者对行业产品的品牌偏好调查

8.3.3 消费者对行业品牌的首要认知渠道

8.3.4 软饮料行业品牌忠诚度调查

8.3.5 消费者的消费理念调研

第九章中国软饮料行业市场竞争格局分析

9.1 中国软饮料行业竞争格局分析

9.1.1 软饮料行业区域分布格局

9.1.2 软饮料行业企业规模格局

9.1.3 软饮料行业企业性质格局

9.1.4 软饮料行业企业竞争格局

9.2 中国软饮料行业竞争五力分析

9.2.1 软饮料行业上游议价能力

9.2.2 软饮料行业下游议价能力

9.2.3 软饮料行业新进入者威胁

9.2.4 软饮料行业替代产品威胁

9.2.5 软饮料行业现有企业竞争

9.3 中国软饮料行业竞争SWOT分析

9.3.1 软饮料行业优势分析（S）

9.3.2 软饮料行业劣势分析（W）

9.3.3 软饮料行业机会分析（O）

9.3.4 软饮料行业威胁分析（T）

9.4 中国软饮料行业投资兼并重组整合分析

9.4.1 投资兼并重组现状

9.4.2 投资兼并重组案例

9.5 中国软饮料行业竞争策略建议

第十章中国软饮料行业领先企业竞争力分析

10.1 杭州娃哈哈集团有限公司竞争力分析

10.1.1 企业发展基本情况

10.1.2 企业主要产品分析

10.1.3 企业竞争优势分析

10.1.4 企业经营状况分析

10.1.5 企业最新发展动态

10.1.6 企业投资前景分析

10.2 椰树集团有限公司竞争力分析

10.2.1 企业发展基本情况

10.2.2 企业主要产品分析

10.2.3 企业竞争优势分析

10.2.4 企业经营状况分析

10.2.5 企业最新发展动态

10.2.6 企业投资前景分析

10.3 红牛维他命饮料有限公司竞争力分析

10.3.1 企业发展基本情况

10.3.2 企业主要产品分析

10.3.3 企业竞争优势分析

10.3.4 企业经营状况分析

10.3.5 企业最新发展动态

10.3.6 企业投资前景分析

10.4 统一企业（中国）投资有限公司竞争力分析

10.4.1 企业发展基本情况

10.4.2 企业主要产品分析

10.4.3 企业竞争优势分析

10.4.4 企业经营状况分析

10.4.5 企业最新发展动态

10.4.6 企业投资前景分析

10.5 河北养元智汇饮品股份有限公司竞争力分析

10.5.1 企业发展基本情况

10.5.2 企业主要产品分析

10.5.3 企业竞争优势分析

10.5.4 企业经营状况分析

10.5.5 企业最新发展动态

10.5.6 企业投资前景分析

10.6 广州王老吉大健康产业有限公司竞争力分析

10.6.1 企业发展基本情况

10.6.2 企业主要产品分析

10.6.3 企业竞争优势分析

10.6.4 企业经营状况分析

10.6.5 企业最新发展动态

10.6.6 企业投资前景分析

10.7 加多宝（中国）饮料有限公司竞争力分析

10.7.1 企业发展基本情况

10.7.2 企业主要产品分析

10.7.3 企业竞争优势分析

10.7.4 企业经营状况分析

10.7.5 企业最新发展动态

10.7.6 企业投资前景分析

10.8 内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司竞争力分析

10.8.1 企业发展基本情况

10.8.2 企业主要产品分析

10.8.3 企业竞争优势分析

10.8.4 企业经营状况分析

10.8.5 企业最新发展动态

10.8.6 企业投资前景分析

10.9 农夫山泉股份有限公司竞争力分析

10.9.1 企业发展基本情况

10.9.2 企业主要产品分析

10.9.3 企业竞争优势分析

10.9.4 企业经营状况分析

10.9.5 企业最新发展动态

10.9.6 企业投资前景分析

10.10 内蒙古伊利实业股份有限公司竞争力分析

10.10.1 企业发展基本情况

10.10.2 企业主要产品分析

10.10.3 企业竞争优势分析

10.10.4 企业经营状况分析

10.10.5 企业最新发展动态

10.10.6 企业投资前景分析

第十一章2019-2025年中国软饮料行业发展趋势与投资机会研究

11.1 2019-2025年中国软饮料行业市场发展潜力分析

11.1.1 中国软饮料行业市场空间分析

11.1.2 中国软饮料行业竞争格局变化

11.1.3 中国软饮料行业互联网+前景

11.2 2019-2025年中国软饮料行业发展趋势分析

11.2.1 中国软饮料行业品牌格局趋势

11.2.2 中国软饮料行业渠道分布趋势

11.2.3 中国软饮料行业市场趋势分析

11.3 2019-2025年中国软饮料行业投资机会与建议

11.3.1 中国软饮料行业行业前景调研展望

11.3.2 中国软饮料行业投资机会分析

11.3.3 中国软饮料行业投资建议

第十二章2019-2025年中国软饮料行业投资分析与风险规避

12.1 中国软饮料行业关键成功要素分析

12.2 中国软饮料行业投资壁垒分析

12.3 中国软饮料行业投资前景与规避

12.3.1 宏观经济风险与规避

12.3.2 行业政策风险与规避

12.3.3 上游市场风险与规避

12.3.4 市场竞争风险与规避

12.3.5 技术风险分析与规避

12.3.6 下游需求风险与规避

12.4 中国软饮料行业融资渠道与策略

12.4.1 软饮料行业融资渠道分析

12.4.2 软饮料行业融资策略分析

第十三章2019-2025年中国软饮料行业盈利模式与投资规划建议规划分析

13.1 国外软饮料行业投资现状及经营模式分析

13.1.1 境外软饮料行业成长情况调查

13.1.2 经营模式借鉴

13.1.3 国外投资新趋势动向

13.2 中国软饮料行业商业模式探讨

13.2.1 行业主要商业模式分析

13.2.2 软饮料行业商业模式创新分析

13.3 中国软饮料行业投资投资前景规划

13.3.1 战略优势分析

13.3.2 战略机遇分析

13.3.3 战略规划目标

13.3.4 战略措施分析

13.4 最优投资路径设计

13.4.1 投资对象

13.4.2 投资模式

13.4.3 预期财务状况分析

13.4.4 风险资本退出方式

第十四章研究结论及建议

14.1 研究结论

14.2 专家建议

14.2.1 行业投资策略建议

14.2.2 行业投资方向建议

14.2.3 行业投资方式建议

部分图表目录：

图表：软饮料行业特点

图表：软饮料行业生命周期

图表：软饮料行业产业链分析

图表：中国GDP增长情况

图表：中国CPI增长情况

图表：中国人口数量及其构成

图表：中国工业增加值及其增长速度

图表：中国城镇居民可支配收入情况

图表：中国软饮料行业市场渗透率分析

图表：中国软饮料市场消费群体分析

图表：中国软饮料细分产品消费结构分析

图表：中国软饮料行业渠道分析

图表：中国软饮料行业互联网营销模式

图表：中国软饮料企业竞争格局分析

图表：中国软饮料市场品牌存活率分析

图表详见报告正文..... (css)

【简介】

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年中国软饮料市场分析报告-市场供需现状与发展战略规划》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。

详细请访问：<http://data.chinabaogao.com/shipin/2019/0193920152019.html>