

2021年中国饮料市场分析报告- 行业调查与未来商机预测

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《2021年中国饮料市场分析报告-行业调查与未来商机预测》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/yinliao/542997542997.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

饮料是供人或者牲畜饮用的液体，它是经过定量包装的，供直接饮用或按一定比例用水冲调或冲泡饮用的，乙醇含量不超过0.5%的制品，饮料也可分为饮料浓浆或固体形态，它的作用是解渴、补充能量等功能。

我国饮料行业分类

数据来源：公开资料整理

我国政府一直高度重视食品质量安全，近年来发布相关政策规范饮料行业发展，如《“十三五”国家食品安全规划》、《“十三五”食品科技创新专项规划》、《关于深化改革加强食品安全工作的意见》等。国家的高度重视、法律法规及监管体系的完善，推动了行业规范运作和高质量发展。

中国饮料行业相关政策

时间

政策名称

内容

2016.03

《中华人民共和国国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》(2016-2020年)
实施食品安全战略。完善食品安全法规制度，提高食品安全标准，强化源头治理，全面落实企业主体责任，实施网格化监管，提高监督检查频次和抽检监测覆盖面，实行全产业链可追溯管理。

2016.05

《关于开展消费品工业“三品”专项行动营造良好市场环境的若干意见》
要开展消费品工业“三品”专项行动，要增品种、提品质、创品牌，并提出了“到2020年，消费品工业传统优势得到巩固提升，新兴产业不断壮大，市场环境进一步优化，“三品”专项行动取得积极进展，品种丰富度、品质满意度、品牌认可度明显提升，产品和服务对消费升级的适应能力显著增强”的主要目标。

2016.10

《健康中国“2030”规划纲要》
提出“普及健康生活、优化健康服务、完善健康保障、建设健康环境、发展健康产业”五方面的战略任务。按照《健康中国“2030”规划纲要》确定的目标，2020年健康服务业总规模将超过8万亿人民币，2030年达到16万亿。大健康产业尤其保健食品及其饮料行业在我国将迎来历史上的黄金发展时期。

2016.11

《食品安全标准与监测评估“十三五”规划》
该规划指出要不断健全食品安全标准体系，提升标准实用性；提高风险监测工作质量，提升

监测科学性；夯实风险评估工作基础，保障风险评估权威性；加强食源性疾病预防报告，提高通报及时性；加强营养与食品安全知识科普宣传，防控食品安全引发的营养健康问题等。

2017.01

《关于促进食品工业健康发展的指导意见》

到2020年的主要目标，即食品工业规模化、智能化、集约化、绿色化发展水平明显提升，供给质量和效率显著提高。产业规模不断壮大，产业结构持续优化，规模以上食品工业企业主营业务收入预期年均增长7%左右等。

2017.02

《“十三五”国家食品安全规划》

该规划指出要全面落实企业主体责任，加快食品安全标准与国际接轨，完善法律法规制度，严格源头治理，严格过程监管，强化抽样检验，严厉处罚违法违规行为，提升技术支撑能力，加快建立职业化检查员队伍，加快形成社会共治格局。

2017.05

《“十三五”食品科技创新专项规划》

明确“十三五”时期食品科技创新的发展思路与目标，细化重点任务与措施，全面推进食品科技创新工作和产业化发展。

2019.05

《关于深化改革加强食品安全工作的意见》

要推动食品产业高质量发展：推动食品产业转型升级，调整优化食品产业布局，鼓励企业获得认证认可，实施增品种、提品质、创品牌行动。引导食品企业延伸产业链条，建立优质原料生产基地及配套设施，加强与电商平台深度融合，打造有影响力的百年品牌。数据来源：公开资料整理

近两年，制造业“去产能”计划不断推进，饮料产量呈不断下滑态势。2016年我国饮料产量为近几年的最高值，生产18345.2万吨，随后产量开始下降，到2020年全国饮料产量为16347.3万吨，较上年减少1416.2万吨，同比下降7.97%。

2015-2020年中国饮料产量及增速

数据来源：公开资料整理

在营业收入方面，全国规模以上饮料制造企业营业收入也随着产量逐年减少，2020年，全国规模以上饮料制造企业营业收入3007.3亿元，较上年减少1807.1亿元，同比下降37.54%。

2016-2020年全国规模以上饮料制造企业营业收入

数据来源：公开资料整理

在利润总额方面，由于产量下降，企业收入减少，全国规模以上饮料制造企业利润总额也呈小幅下降，2020年全国规模以上饮料制造企业利润总额428.8亿元，较上年减少5.7亿元，同比下降1.31%。

2018-2020年全国规模以上饮料制造企业利润总额

数据来源：公开资料整理

2020年中国饮料产量大区分布相对均衡，其中华东地区产量最高，占比22%；其次华南地区产量占比21.5%；西南地区产量占比20.1%；华中地区产量占比14.8%；华北地区产量占比8.6%；西北地区产量占比7.2%；东北地区产量占比5.8%。

2020年中国各地区饮料产量占比

数据来源：公开资料整理

2020年，中国饮料产量排名前十的地区分别是广东省、四川省、湖北省、浙江省、陕西省、福建省、湖南省、河南省、贵州省、河北省。其中，广东省居全国首位，饮料产量3108.6万吨；四川省饮料产量2002.2万吨，排全国第二。

2020年中国各省市饮料产量排名前十

数据来源：公开资料整理

随着我国经济的持续快速发展，饮料行业将进一步健康发展，饮料行业需求将不断提高，产能更加扩大，产业结构将进一步得到提升和优化。

未来我国饮料业发展趋势

数据来源：公开资料整理（TF）

观研报告网发布的《2021年中国饮料市场分析报告-行业调查与未来商机预测》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。

行业报告是业内企业、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。

【目录大纲】

第一章 2017-2021年中国饮料行业发展概述

第一节 饮料行业发展情况概述

- 一、饮料行业相关定义
- 二、饮料行业基本情况介绍
- 三、饮料行业发展特点分析
- 四、饮料行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、饮料行业需求主体分析

第二节 中国饮料行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、饮料行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - (1) 沟通协调机制
 - (2) 风险分配机制
 - (3) 竞争协调机制
- 四、中国饮料行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国饮料行业生命周期分析

- 一、饮料行业生命周期理论概述
- 二、饮料行业所属的生命周期分析

第四节 饮料行业经济指标分析

- 一、饮料行业的赢利性分析
- 二、饮料行业的经济周期分析
- 三、饮料行业附加值的提升空间分析

第五节 中国饮料行业进入壁垒分析

- 一、饮料行业资金壁垒分析
- 二、饮料行业技术壁垒分析

- 三、饮料行业人才壁垒分析
- 四、饮料行业品牌壁垒分析
- 五、饮料行业其他壁垒分析

第二章 2017-2021年全球饮料行业市场发展现状分析

- 第一节 全球饮料行业发展历程回顾
- 第二节 全球饮料行业市场区域分布情况
- 第三节 亚洲饮料行业地区市场分析
 - 一、亚洲饮料行业市场现状分析
 - 二、亚洲饮料行业市场规模与市场需求分析
 - 三、亚洲饮料行业市场前景分析
- 第四节 北美饮料行业地区市场分析
 - 一、北美饮料行业市场现状分析
 - 二、北美饮料行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美饮料行业市场前景分析
- 第五节 欧洲饮料行业地区市场分析
 - 一、欧洲饮料行业市场现状分析
 - 二、欧洲饮料行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧洲饮料行业市场前景分析
- 第六节 2021-2026年世界饮料行业分布走势预测
- 第七节 2021-2026年全球饮料行业市场规模预测

第三章 中国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 中国饮料行业运行情况

第一节 中国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
 - 1、行业技术发展现状
 - 2、行业技术专利情况
 - 3、技术发展趋势分析
- 三、行业发展特点分析

第二节 中国饮料行业市场规模分析

第三节 中国饮料行业供应情况分析

第四节 中国饮料行业需求情况分析

第五节 我国饮料行业进出口形势分析

- 1、进口形势分析
- 2、出口形势分析
- 3、进出口价格对比分析

第六节、我国饮料行业细分市场分析

- 1、细分市场一
- 2、细分市场二
- 3、其它细分市场

第七节 中国饮料行业供需平衡分析

第八节 中国饮料行业发展趋势分析

第五章 中国饮料所属行业运行数据监测

第一节 中国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 2017-2021年中国饮料市场格局分析

第一节 中国饮料行业竞争现状分析

一、中国饮料行业竞争情况分析

二、中国饮料行业主要品牌分析

第二节 中国饮料行业集中度分析

一、中国饮料行业市场集中度影响因素分析

二、中国饮料行业市场集中度分析

第三节 中国饮料行业存在的问题

第四节 中国饮料行业解决问题的策略分析

第五节 中国饮料行业钻石模型分析

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 2017-2021年中国饮料行业需求特点与动态分析

第一节 中国饮料行业消费市场动态情况

第二节 中国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 饮料行业成本结构分析

第四节 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 中国饮料行业价格现状分析

第六节 中国饮料行业平均价格走势预测

一、中国饮料行业价格影响因素

二、中国饮料行业平均价格走势预测

三、中国饮料行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国饮料行业区域市场现状分析

第一节 中国饮料行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区饮料市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区饮料市场规模分析

四、华东地区饮料市场规模预测

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、华中地区饮料市场规模分析

四、华中地区饮料市场规模预测

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、华南地区饮料市场规模分析

四、华南地区饮料市场规模预测

第九章 2017-2021年中国饮料行业竞争情况

第一节 中国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 中国饮料行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国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 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 2021-2026年中国饮料行业发展前景分析与预测

第一节 中国饮料行业未来发展前景分析

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

第二节 中国饮料行业未来发展趋势预测

第三节 中国饮料行业市场发展预测

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

第四节 中国饮料行业盈利走势预测

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

第十二章 2021-2026年中国饮料行业投资风险与营销分析

第一节 饮料行业投资风险分析

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

第二节 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 2021-2026年中国饮料行业发展战略及规划建议

第一节 中国饮料行业品牌战略分析

- 一、饮料企业品牌的重要性
 - 二、饮料企业实施品牌战略的意义
 - 三、饮料企业品牌的现状分析
 - 四、饮料企业的品牌战略
 - 五、饮料品牌战略管理的策略
- 第二节 中国饮料行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国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 2021-2026年中国饮料行业发展策略及投资建议

第一节 中国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 中国饮料行业营销渠道策略

- 一、饮料行业渠道选择策略
- 二、饮料行业营销策略

第三节 中国饮料行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国饮料行业重点投资区域分析
- 二、中国饮料行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yinliao/542997542997.html>