

# 2019年中国饮料市场分析报告- 产业现状与发展动向研究

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2019年中国饮料市场分析报告-产业现状与发展动向研究》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/393108393108.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

饮料一般可分为含酒精饮料和无酒精饮料，无酒精饮料又称软饮料。世界饮料工业从20世纪初起已达到相当大的生产规模。60年代以后，饮料工业开始大规模集中生产和高速度发展。矿泉水、碳酸饮料、果汁、蔬菜汁、奶、啤酒和葡萄酒等都已形成大规模和自动化生产体系。饮料品种繁多，按生产工艺分为酒精饮料和非酒精饮料两大类。

我国饮料行业市场发展大致分为三个阶段。2000年以前，碳酸类饮料占据饮料市场的主导地位；2000-2006年，消费者的目光渐渐转移到茶饮料、功能饮料上；随着人们健康意识逐渐增强，消费观念随之转变，瓶装水、果蔬汁、蛋白饮料受到越来越多人的重视。

近年来，我国饮料行业产量逐年上升。2012年全国饮料产量为13024万吨，到2017年增长至18051.2万吨。从增长速度来看，近几年我国饮料行业产量增长速度有所放缓，2017年首次出现负增长，为-1.60%。

2018年1-5月，我国碳酸饮料行业全国累计产量为6711万吨，累计同比增速为6.70%。

### 2012-2018年中国饮料行业产量及增长情况

数据来源：商务委

按照国民经济统计分类标准，我国饮料行业分为：碳酸饮料制造、瓶(罐)装饮用水制造、茶饮料、果汁及果菜汁饮料、功能饮料、含乳饮料、凉茶和植物蛋白饮料等。根据国家统计局数据显示，2017年我国包装饮用水类饮料产量为9535.73万吨，占全国饮料产量比重过半，达52.83%；果汁和蔬菜汁类饮料产量为2228.5万吨，占比为12.35%；碳酸类饮料产量为1744.4万吨，比重为9.66%。随着人们健康意识的逐渐增强，我国饮料行业中碳酸饮料的比重逐渐下降。

### 2017年饮料行业产量细分区域分布情况

数据来源：商务委

从产业规模来看，我国饮料行业规模不断扩大，但扩大速度逐步下降。2016年我国饮料行业实现销售收入6553.41亿元，同比增长7.45%；2017年实现销售收入6363.25亿元，较上年下降2.90%。

### 2012-2017年我国饮料销售收入和增长变化情况

数据来源：商务委

随着饮料消费需求的增长，液体消费者对其健康性认识将越来越高,市场需求越来越大，我国未来几年仍属于高速发展时期。但科技化、互联网+模式、人工智能发展的时代，我国迎来了第三次消费结构的升级。在这次消费升级中，反映出了我国日益增长的消费水平和注重食品健康和感官体验的发展趋势。（JP YZ）

## 【报告大纲】

### 第一章饮料所属行业概述

#### 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2015-2018年国际饮料市场

#### 第一节2015-2018年国际饮料市场总体概况

- 一、全球饮料消费状况
- 二、全球食品饮料行业热点
- 三、全球软饮料市场现状
- 四、全球啤酒市场状况

#### 第二节2015-2018年美国饮料市场的发展

- 一、美国碳酸饮料市场分析
- 二、美国啤酒市场分析
- 三、美国葡萄酒市场分析

#### 第三节2015-2018年欧洲饮料市场的发展

- 一、德国
- 二、俄罗斯
- 三、法国
- 四、西班牙
- 五、拉脱维亚

#### 第四节2015-2018年亚洲饮料市场的发展

- 一、日本
- 二、韩国
- 三、越南
- 四、印度
- 五、泰国

#### 第三章2015-2018年中国饮料所属行业分析

##### 第一节中国饮料所属行业总体概述

- 一、行业国际地位
- 二、行业现状综述
- 三、行业新常态特点
- 四、行业发展因素

##### 第二节2015-2018年中国饮料所属行业运行状况

- 一、2018年行业发展特点
- 二、2018年行业运行分析
- 三、2018年行业运行简析

##### 第三节2015-2018年中国饮料所属行业景气指数分析

- 一、2018年景气指数分析
- 二、2018年景气指数分析
- 三、2018年景气指数分析

##### 第四节2015-2018年饮料行业存在的问题及策略

- 一、产业面临的挑战
- 二、行业遇新门槛
- 三、企业制胜策略
- 四、企业创新策略

#### 第四章2015-2018年中国饮料所属行业市场分析

##### 第一节2015-2018年中国饮料市场概况

- 一、市场的显著特征
- 二、市场运作规律分析
- 三、市场盛行高端风潮
- 四、产品发展的特性与走向

##### 第二节2015-2018年中国饮料品牌口碑分析

##### 第三节2015-2018年中国饮料市场消费者购买行为分析

- 一、消费者购买意愿和品牌爱好
- 二、消费者选择饮料关注的因素
- 三、饮料消费者的购买习惯

## 第五章中国饮料制造所属行业财务状况

### 第一节中国饮料制造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

### 第二节中国饮料制造所属行业产销与费用分析

- 一、产成品分析
- 二、销售收入分析
- 三、负债分析
- 四、利润规模分析
- 五、产值分析
- 六、销售成本分析
- 七、销售费用分析
- 八、管理费用分析
- 九、财务费用分析
- 十、其他运营数据分析

### 第三节中国饮料制造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

## 第六章中国饮料制造业产量数据分析

### 第一节2015-2018年全国及主要省份发酵酒精产量分析

### 第二节2015-2018年全国及主要省份饮料酒产量分析

### 第三节2015-2018年全国及主要省份软饮料产量分析

### 第四节2015-2018年全国及主要省份液体乳产量分析

### 第五节2015-2018年全国及主要省份精制茶产量分析

## 第七章中国饮料所属行业进出口情况分析

### 第一节中国未加味、加糖或其他甜物质的矿泉水及汽水进出口情况分析

- 一、进出口情况分析

## 二、主要贸易国进出口情况分析

## 三、主要省市进出口情况分析

### 第二节中国其他未加味、加糖或其他甜物质的水；冰及雪进出口情况分析

#### 一、进出口情况分析

#### 二、主要贸易国进出口情况分析

#### 三、主要省市进出口情况分析

### 第三节中国加味、加糖或其他甜物质的水进出口情况分析

#### 一、进出口情况分析

#### 二、主要贸易国进出口情况分析

#### 三、主要省市进出口情况分析

### 第四节中国其他无酒精饮料进出口情况分析

#### 一、进出口情况分析

#### 二、主要贸易国进出口情况分析

#### 三、主要省市进出口情况分析

## 第八章2015-2018年软饮料细分市场分析

### 第一节碳酸饮料

#### 一、行业供给规模

#### 二、行业运行规模

#### 三、市场消费分析

#### 四、市场下滑态势

#### 五、产品创新动态

### 第二节果汁饮料

#### 一、行业运行现状

#### 二、市场特征现状

#### 三、市场发展规模

#### 四、产品发展格局

#### 五、行业发展瓶颈

#### 六、企业竞争策略

#### 七、行业发展建议

#### 八、产品发展方向

### 第三节乳饮料

#### 一、市场发展概况

#### 二、重点品牌情况

#### 三、行业经营现状

#### 四、细分市场分析

#### 五、市场前景展望

#### 六、行业发展趋势

#### 第四节功能饮料

##### 一、市场需求情况

##### 二、品牌竞争格局

##### 三、市场竞争动态

##### 四、市场运行现状

##### 五、广告投放情况

##### 六、市场发展潜力

#### 第五节饮用水

##### 一、行业供给态势

##### 二、行业生产现状

##### 三、行业格局生变

##### 四、行业新标出台

##### 五、市场潜力看好

#### 第六节其它软饮料

##### 一、大健康饮料

##### 二、粗粮饮料

##### 三、鲜花饮料

##### 四、森林饮料

### 第九章2015-2018年酒饮料市场分析

#### 第一节啤酒

##### 一、市场发展态势

##### 二、市场竞争格局

##### 三、区域发展格局

##### 四、产品发展格局

##### 五、市场前景展望

##### 六、未来发展趋势

#### 第二节白酒

##### 一、行业发展现状

##### 二、产品产量规模

##### 三、市场消费特征

##### 四、市场渠道变革



## 五、行业转型态势

## 六、行业整合动态

### 第三节葡萄酒

#### 一、行业现状特征

#### 二、产品产销情况

#### 三、行业运行规模

#### 四、市场消费情况

#### 五、市场消费特征

#### 六、未来发展规划

### 第四节黄酒

#### 一、行业发展态势

#### 二、品牌竞争格局

#### 三、市场销售渠道

#### 四、市场发展策略

#### 五、未来发展规划

## 第十章2015-2018年中国茶饮料市场分析

### 第一节茶饮料行业发展综述

#### 一、行业发展变化

#### 二、行业特征分析

#### 三、行业发展现状

#### 四、行业影响因素

### 第二节茶饮料市场发展总体分析

#### 一、市场格局分析

#### 二、市场新势力分析

#### 三、市场需求特征

#### 四、产品结构分析

### 第三节2015-2018年茶饮料市场运行分析

#### 一、2018年市场进入成熟期

#### 二、2018年消费者满意度

#### 三、2018年市场发展概况

#### 四、2018年市场发展状况

### 第四节茶饮料行业的SWOT剖析

#### 一、优势分析

#### 二、劣势分析

### 三、机遇分析

### 四、挑战分析

#### 第五节茶饮料行业存在问题及对策分析

##### 一、行业生产问题

##### 二、技术质量问题

##### 三、行业发展建议

##### 四、市场突围策略

#### 第六节茶饮料市场发展前景分析

##### 一、茶饮料市场未来前景展望

##### 二、无糖茶饮料市场前景分析

##### 三、纯茶饮料的发展趋势预测

##### 四、中草药保健茶发展前景广阔

## 第十一章2015-2018年饮料行业原料供应分析

### 第一节2015-2018年中国食糖工业概况

#### 一、行业产量规模

#### 二、行业销量规模

#### 三、产品库存规模

#### 四、食糖消费情况

#### 五、国际贸易形势

### 第二节2015-2018年中国水果产业分析

#### 一、水果种植与分布

#### 二、水果供给规模

#### 三、贸易影响因素

#### 四、产业品牌化路径

#### 五、未来发展预测

### 第三节2015-2018年中国蔬菜产业分析

#### 一、产业发展态势

#### 二、产品生产形势

#### 三、产品价格走势

#### 四、城市蔬菜供应现状

#### 五、现代化发展思路

## 第十二章2015-2018年饮料包装行业发展分析

### 第一节中国饮料包装行业发展综述

- 一、行业发展综述
- 二、主要细分市场
- 三、行业竞争格局
- 四、行业利润水平
- 五、行业存在的问题

## 第二节PET饮料瓶

- 一、PET瓶使用优势
- 二、PET瓶发展态势
- 三、PET瓶成市场主流
- 四、PET瓶市场发展前景

## 第三节饮料包装业发展趋势

- 一、全球市场规模预测
- 二、全球市场发展趋势
- 三、饮料包装市场潜力
- 四、饮料包装发展方向
- 五、饮料包装材料趋势

## 第十三章2015-2018年中国饮料行业营销及案例分析

### 第一节饮料营销发展概述

- 一、国内饮料营销的五大派系
- 二、饮料行业的销售渠道分析
- 三、饮料营销策略探索
- 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、行业营销现状
- 二、行业营销新模式
- 三、市场营销策略
- 四、行业营销趋势

### 第三节2015-2018年食品饮料品牌广告投放状况

- 一、2018年网络广告投放状况
- 二、2018年网络广告投放状况
- 三、2018年电视广告投放状况
- 四、2018年网络广告投放状况

### 第四节中国软饮料市场营销分析

- 一、软饮料行业营销特征

二、软饮料广告投放状况

三、软饮料市场营销新趋向

四、软饮料娱乐化营销现状

五、软饮料品牌营销问题及对策

六、软饮料差异化营销策略分析

第五节中国茶饮料营销对策分析

一、茶饮料品牌文化营销

二、茶饮料营销竞争策略

三、茶饮料广告策略分析

四、茶饮料产品策略分析

五、茶饮料三优先销售策略

第六节红牛营销案例分析

一、红牛强势品牌营销历程分析

二、红牛的立体化营销实践分析

三、红牛的内容营销策略及成效

四、红牛的本地化营销策略介绍

五、红牛O2O移动营销策略分析

六、红牛电影植入营销策略解析

第七节脉动营销案例分析

一、脉动饮料市场环境分析

二、脉动的内部传播机制

三、脉动成功营销策略透析

四、脉动打造趣味视频营销

五、脉动社交平台互动营销

第八节娃哈哈营销案例分析

一、娃哈哈的品牌营销分析

二、娃哈哈茶饮料推广方法

三、娃哈哈的渠道模式分析

四、娃哈哈的强势娱乐营销

第九节加多宝营销案例分析

一、加多宝的基本营销方针解析

二、加多宝的“V”时刻营销战略

三、加多宝试水视频动态植入营销

四、加多宝品牌营销亮点

五、加多宝营销布局分析

## 第十节王老吉营销案例分析

- 一、王老吉的营销创新方法
- 二、王老吉媒体组合拳营销
- 三、王老吉的体育营销策略
- 四、王老吉多元化营销策略
- 五、王老吉的文化营销核心
- 六、王老吉与加多宝的营销策略对比

## 第十四章2015-2018年中国饮料行业竞争分析

### 第一节2015-2018年中国饮料行业竞争状况

- 一、市场竞争格局
- 二、市场竞争日益激烈
- 三、市场竞争日趋多元化
- 四、行业竞争规则简析

### 第二节2015-2018年中国软饮料市场竞争分析

- 一、软饮料行业竞争模型
- 二、软饮料行业竞争态势
- 三、软饮料企业战略动向

### 第三节2015-2018年中国茶饮料行业竞争形势分析

- 一、茶饮料竞争力增强
- 二、茶饮料市场品牌格局
- 三、茶饮料市场竞争动态
- 四、瓶装奶茶竞争升级
- 五、茶饮料竞争将愈加激烈

### 第四节中国饮料业竞争存在的问题及策略

- 一、新品竞争存在的问题
- 二、行业竞争的主要策略
- 三、未来竞争与发展的关键主题

## 第十五章饮料行业重点企业分析

### 第一节可口可乐公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析
- 三、企业经营状况分析
- 1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第二节百事可乐公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第三节康师傅控股有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第四节中国汇源果汁集团有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第五节统一企业（中国）控股有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

## 第六节内蒙古伊利实业集团股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析
- 三、企业经营状况分析
  - 1、企业偿债能力分析
  - 2、企业运营能力分析
  - 3、企业盈利能力分析
- 四、企业竞争优势分析

## 第七节河北承德露露股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析
- 三、企业经营状况分析
  - 1、企业偿债能力分析
  - 2、企业运营能力分析
  - 3、企业盈利能力分析
- 四、企业竞争优势分析

## 第八节青岛啤酒股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析
- 三、企业经营状况分析
  - 1、企业偿债能力分析
  - 2、企业运营能力分析
  - 3、企业盈利能力分析
- 四、企业竞争优势分析

## 第九节烟台张裕葡萄酒股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析
- 三、企业经营状况分析
  - 1、企业偿债能力分析
  - 2、企业运营能力分析
  - 3、企业盈利能力分析
- 四、企业竞争优势分析

## 第十六章中国饮料行业投资及前景分析

### 第一节中国饮料行业投资环境分析

一、经济环境

二、政策环境

三、人口环境

四、消费环境

第二节中国饮料行业投资形势分析

一、行业成资本并购主领域

二、行业面临的风险

第三节中国饮料行业发展展望

一、未来行业发展潜力

二、市场发展趋势分析

三、行业发展方向

第四节2019-2025年中国饮料制造行业预测分析

一、影响行业发展的因素

二、行业销售收入预测

三、行业利润总额预测

四、行业软饮料产量预测

附录：

附录一：中华人民共和国食品安全法

附录二：食品添加剂使用卫生标准

附录三：冷饮食品卫生管理办法

附录四：果汁饮料总则

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：软饮料的分类

图表：全球饮料品牌价值排行榜

图表：全球洲际啤酒产销量及变化情况

图表：全球前25国啤酒产销量及变化情况

图表：2018年美国碳酸饮料市场份额排名

图表：2018年日本五大啤酒公司市场份额排行榜

图表：中国软饮料行业产量分析

图表：中国碳酸饮料类（汽水）行业产量分析

图表：中国包装饮用水类行业产量分析



- 图表：中国饮料制造总体运行概况分析
- 图表：中国饮料制造规模以上企业数量分析
- 图表：饮料制造三费占销售收入比重变化分析
- 图表：我国饮料制造效益变化分析
- 图表：2018年全国饮料酒产量分省市统计
- 图表：中轻饮料景气指数变化态势
- 图表：饮料制品行业利润景气指数变化态势
- 图表：饮料制品行业出口景气指数变化态势
- 图表：2018年中轻饮料行业景气指数
- 图表：2018年中轻饮料行业景气指数
- 图表：饮料产品外观色彩变化曲线
- 图表：2017中国饮料品牌口碑总指数图
- 图表：2018年饮料行业的品牌知名度指数图
- 图表：2018年饮料行业的消费者互动度指数图
- 图表：2018年饮料行业的质量认可度指数图
- 图表：2018年饮料行业的企业美誉度指数图
- 图表：2018年饮料行业的产品好评度指数排行表
- 图表：2018年饮料行业的产品品牌健康度指数排行表
- 图表：2018年民意口碑TOP10品牌网络口碑构成解析
- 图表：2018年饮料品牌网络口碑指数
- 图表：2018年饮料品牌知名度指数
- 图表：2018年饮料品牌消费者互动度指数
- 图表：2018年饮料品牌质量认可度指数
- 图表：2018年饮料品牌企业美誉度指数
- 图表：2018年饮料品牌产品好评度指数
- 图表：2018年饮料品牌健康度指数
- 图表：不同性别网民对饮料品类的偏好
- 图表：不同年龄网民对饮料品类的偏好
- 图表：不同收入网民对饮料品类的偏好
- 图表：不同地域网民对饮料品类的偏好
- 图表：不同地域网民对不同地域品牌的偏好
- 图表：不同性别网民选择饮料时关注的方面
- 图表：不同收入网民选择饮料时关注的方面
- 图表：不同性别网民购买饮料的习惯
- 图表：不同性别网民购买饮料的渠道比较

图表：不同性别网民对饮料包装的选择

图表：不同年龄网民购买饮料的习惯

图表：2015-2018年饮料制造业销售收入

图表：2015-2018年饮料制造业销售收入增长趋势图

图表：2015-2018年饮料制造业利润总额

图表：2015-2018年饮料制造业利润总额增长趋势图

图表：2015-2018年饮料制造业资产总额

图表：2015-2018年饮料制造业总资产增长趋势图

图表：2015-2018年饮料制造业销售毛利率趋势图

图表详见正文 . . . . . ( GYZQPT )

## 【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年中国饮料市场分析报告-产业现状与发展动向研究》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://baogao.chinabaogao.com/yinliao/393108393108.html>