

2017-2022年中国软饮料行业发展现状及十三五发展前景分析报告

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《2017-2022年中国软饮料行业发展现状及十三五发展前景分析报告》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/263649263649.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

中国报告网发布的《2017-2022年中国软饮料行业发展现状及十三五发展前景分析报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。

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：中国软饮料行业发展综述

1.1软饮料行业定义及分类

1.1.1行业概念及定义

1.1.2行业主要产品大类

1.2软饮料行业统计标准

1.2.1软饮料行业统计部门和统计口径

1.2.2软饮料行业统计方法

1.2.3软饮料行业数据种类

1.3行业经济环境分析

1.3.1国际宏观经济环境分析

(1) 全球经济信心指数

(2) 全球贸易形势分析

(3) 全球经济发展分析

1.3.2国家宏观经济环境分析

(1) 国内生产总值分析

(2) 工业增加值分析

(3) 制造业PMI指数分析

1.4行业政策环境分析

1.4.1行业最新政策动态

1.4.2行业相关行业标准

1.4.3行业质量安全法规

1.4.4行业贸易环境分析

1.4.5行业“十三五”发展规划

(1) 饮料行业“十三五”发展规划

(2) 乳制品行业“十三五”发展规划

(3) 果汁行业相关产业“十三五”规划

1.5行业社会环境分析

1.5.1社会消费观念变化的影响

1.5.2行业发展面临的资源瓶颈

1.5.3行业发展面临的安全问题

第二章：2014-2016年中国软饮料行业发展状况分析

2.1中国软饮料行业发展状况分析

2.1.1中国软饮料行业发展总体概况

(1) 软饮料产品总量

(2) 软饮料生产区域

(3) 软饮料产品结构

2.1.22014-2016年软饮料行业经营情况分析

(1) 2016年软饮料行业经营效益分析

(2) 2016年软饮料行业盈利能力分析

(3) 2016年软饮料行业运营能力分析

(4) 2016年软饮料行业偿债能力分析

(5) 2016年软饮料行业发展能力分析

2.22014-2016年软饮料行业经济指标分析

2.2.1中国软饮料行业经济效益影响因素分析

2.2.22014-2016年软饮料行业经济指标分析

2.32014-2016年软饮料行业供需平衡分析

2.3.12014-2016年全国软饮料行业供给情况分析

(1) 2014-2016年全国软饮料行业总产值分析

(2) 2014-2016年全国软饮料行业产成品分析

2.3.22014-2016年各地区软饮料行业供给情况分析

(1) 2014-2016年总产值排名前10个地区分析

(2) 2014-2016年产成品排名前10个地区分析

2.3.32014-2016年全国软饮料行业需求情况分析

(1) 2014-2016年全国软饮料行业销售产值分析

(2) 2014-2016年全国软饮料行业销售收入分析

2.3.4 2014-2016年各地区软饮料行业需求情况分析

(1) 2014-2016年销售产值排名前10个地区分析

(2) 2014-2016年销售收入排名前10个地区分析

2.3.5 2014-2016年全国软饮料行业产销率分析

第三章：中国软饮料行业产业链分析

3.1 软饮料行业产业链简介

3.2 行业下游消费需求分析

3.2.1 居民收入水平分析

3.2.2 居民消费水平分析

3.2.3 软饮料消费量分析

3.2.4 行业产品消费特征分析

3.2.5 行业产品消费趋势分析

3.3 行业上游相关市场分析

3.3.1 水果行业发展分析

(1) 水果供应区域分析

(2) 水果供应规模分析

(3) 水果需求状况分析

(4) 水果价格走势分析

(5) 水果市场走势对行业影响分析

3.3.2 蔬菜行业发展分析

(1) 蔬菜供应现状分析

(2) 蔬菜需求现状分析

(3) 蔬菜价格走势分析

(4) 蔬菜市场走势对行业影响分析

3.3.3 乳制品行业发展分析

(1) 乳制品供应规模分析

(2) 乳制品供应区域分析

(3) 乳制品需求状况分析

(4) 乳制品价格走势分析

(5) 乳制品市场走势对行业影响分析

3.3.4 食糖行业发展分析

(1) 食糖主产区域分析

(2) 食糖供应规模分析

(3) 食糖需求规模分析

(4) 食糖价格走势分析

(5) 食糖市场走势对行业影响分析

3.3.5 食品添加剂行业发展分析

- (1) 食品添加剂供应现状分析
- (2) 食品添加剂需求现状分析
- (3) 食品添加剂价格走势分析
- (4) 食品添加剂市场走势对行业影响分析

3.3.6 饮料包装行业发展分析

- (1) 塑料包装行业分析
- (2) 金属包装行业分析
- (3) 玻璃包装行业分析
- (4) 纸包装行业分析

3.3.7 冷链物流行业发展分析

- (1) 冷链物流行业发展状况分析
- (2) 冷链物流对行业的影响分析
- (3) 行业发展趋势

第四章：中国软饮料行业市场竞争状况分析

4.1 行业国际市场竞争状况分析

4.1.1 主要国家软饮料市场发展状况

- (1) 美国软饮料市场分析
- (2) 欧洲软饮料市场分析
- (3) 日本软饮料市场分析

4.1.2 国际软饮料市场竞争状况分析

4.1.3 国际软饮料市场发展趋势分析

4.2 行业国内市场竞争状况分析

4.2.1 软饮料行业市场规模分析

4.2.2 国内软饮料行业集中度分析

- (1) 行业销售集中度分析
- (2) 行业资产集中度分析
- (3) 行业利润集中度分析

4.2.3 软饮料行业五力模型分析

- (1) 行业上游议价能力分析
- (2) 行业下游议价能力分析
- (3) 行业替代品威胁分析
- (4) 行业新进入者威胁分析
- (5) 行业竞争格局分析

4.3行业投资兼并与重组整合分析

4.3.1行业投资兼并与重组整合概况

4.3.2行业投资兼并与重组整合特征

4.3.3行业投资兼并与重组整合趋势

4.4行业不同经济类型企业竞争分析

4.4.1不同经济类型企业特征情况

4.4.2行业经济类型集中度分析

第五章：中国软饮料行业主要市场分析

5.1软饮料市场发展情况

5.2碳酸饮料行业发展分析

5.2.1碳酸饮料行业发展规模

5.2.2碳酸饮料行业产销分析

(1) 碳酸饮料产品结构

(2) 碳酸饮料生产情况

(3) 碳酸饮料消费情况

5.2.3碳酸饮料行业地位分析

5.2.4碳酸饮料消费地域特征

5.2.5碳酸饮料行业竞争情况

5.2.6碳酸饮料行业发展前景

5.3果菜汁及果菜汁饮料行业发展分析

5.3.1果菜汁及果菜汁饮料行业发展规模

5.3.2果菜汁及果菜汁饮料行业产量分析

(1) 果菜汁及果菜汁饮料产品结构

(2) 果菜汁及果菜汁饮料生产情况

5.3.3果菜汁及果菜汁饮料行业地位分析

5.3.4果菜汁及果菜汁饮料消费地域特征

5.3.5果菜汁及果菜汁饮料行业竞争情况

5.3.6果菜汁及果菜汁饮料行业发展前景

5.4茶饮料及其他软饮料行业发展分析

5.4.1茶饮料及其他软饮料行业发展规模

5.4.2茶饮料及其他软饮料行业产销情况

(1) 茶饮料及其他软饮料产品结构

(2) 茶饮料及其他软饮料生产情况

(3) 茶饮料及其他软饮料消费情况

5.4.3茶饮料及其他饮料行业地位分析

5.4.4茶饮料及其他软饮料消费地域特征

5.4.5茶饮料及其他软饮料行业竞争情况

5.4.6茶饮料及其他软饮料行业发展前景

5.5瓶（罐）装饮用水行业发展分析

5.5.1瓶（罐）装饮用水行业发展规模

（1）瓶（罐）装饮用水产品结构

（2）瓶（罐）装饮用水生产情况

5.5.2瓶（罐）装饮用水行业地位分析

5.5.3瓶（罐）装饮用水行业竞争情况

5.5.4瓶（罐）装饮用水消费地域特性

5.5.5瓶（罐）装饮用水行业发展前景

5.6含乳饮料和植物蛋白饮料行业发展分析

5.6.1含乳饮料和植物蛋白饮料行业发展规模

5.6.2含乳饮料和植物蛋白饮料行业产销情况

（1）含乳饮料和植物蛋白饮料产品结构

（2）含乳饮料和植物蛋白饮料生产情况

（3）含乳饮料和植物蛋白饮料消费情况

5.6.3含乳饮料和植物蛋白饮料行业地位分析

5.6.4含乳饮料和植物蛋白饮料行业竞争情况

5.6.5含乳饮料和植物蛋白饮料消费地域特性

5.6.6含乳饮料和植物蛋白饮料行业发展趋势

5.7固体饮料行业发展分析

5.7.1固体饮料行业发展规模

5.7.2固体饮料行业产销情况

（1）固体饮料产品结构

（2）固体饮料生产情况

（3）固体饮料消费情况

5.7.3固体饮料行业地位分析

5.7.4固体饮料行业竞争情况

5.7.5固体饮料消费区域特性

5.7.6固体饮料行业发展前景

第六章：中国软饮料行业市场营销分析

6.1中国软饮料行业销售渠道分析

6.1.1商超渠道

6.1.2餐饮渠道

6.1.3食杂店渠道

6.1.4摊点渠道

6.1.5自动售货机渠道

6.1.6其他销售渠道

6.2中国软饮料行业营销策略分析

6.2.1产品策略

(1) 产品定位

(2) 产品市场

(3) 产品品类

(4) 产品包装

(5) 产品生产工艺

(6) 产品渠道

6.2.2品牌形象策略

(1) 品牌定位

(2) 品牌命名

(3) 品牌个性

6.2.3定价策略

(1) 定价因素

(2) 定价方法

(3) 变价控制

6.2.4促销策略

(1) 广告营销策划

(2) 销售促进策划

(3) 公共关系策划

(4) 节日营销策略

6.2.5异业联合营销

6.3中国软饮料行业营销案例分析

6.3.1可口可乐营销案例分析

(1) 可口可乐营销策略

(2) 市场细分和定位策略

(3) 产品策略

(4) 价格策略

(5) 分销策略

(6) 促销策略

(7) 互联网营销

(8) 微博营销

(9) 跨界合作

6.3.2 汇源营销案例分析

(1) 产品分析

(2) 定位策略

(3) 广告策略

6.3.3 王老吉(加多宝)营销案例分析

(1) 市场细分和定位策略

(2) 产品策略

(3) 价格策略

(4) 分销策略

(5) 促销策略

(6) 互联网营销

(7) 技术创新助推王老吉行销全球

6.3.4 美汁源营销分析

(1) 产品分析

(2) 广告策略

6.3.5 康师傅营销案例分析

(1) 产品策略

(2) 价格策略

(3) 渠道策略

(4) 整合营销传播策略

(5) 康师傅营销策略对茶饮企业的启示

第七章：软饮料行业重点区域市场分析

7.1 行业总体区域结构特征分析

7.1.1 行业区域结构总体特征

(1) 各区域企业数量占比情况

(2) 各区域销售收入占比情况

(3) 各区域资产总额占比情况

7.1.2 行业区域集中度分析

7.2 华北地区软饮料行业产销情况分析

7.2.1 2014-2016年北京市软饮料行业产销情况分析

7.2.2 2014-2016年天津市软饮料行业产销情况分析

7.2.3 2014-2016年河北省软饮料行业产销情况分析

7.2.4 2014-2016年山西省软饮料行业产销情况分析

- 7.2.52014-2016年内蒙古软饮料行业产销情况分析
- 7.3华南地区软饮料行业产销情况分析
 - 7.3.12014-2016年广东省软饮料行业产销情况分析
 - 7.3.22014-2016年广西软饮料行业产销情况分析
 - 7.3.32014-2016年海南省软饮料行业产销情况分析
- 7.4华东地区软饮料行业产销情况分析
 - 7.4.12014-2016年上海市软饮料行业产销情况分析
 - 7.4.22014-2016年江苏省软饮料行业产销情况分析
 - 7.4.32014-2016年浙江省软饮料行业产销情况分析
 - 7.4.42014-2016年山东省软饮料行业产销情况分析
 - 7.4.52014-2016年福建省软饮料行业产销情况分析
 - 7.4.62014-2016年安徽省软饮料行业产销情况分析
 - 7.4.72014-2016年江西省软饮料行业产销情况分析
- 7.5华中地区软饮料行业产销情况分析
 - 7.5.12014-2016年湖南省软饮料行业产销情况分析
 - 7.5.22014-2016年湖北省软饮料行业产销情况分析
 - 7.5.32014-2016年河南省软饮料行业产销情况分析
- 7.6西南地区软饮料行业产销情况分析
 - 7.6.12014-2016年重庆市软饮料行业产销情况分析
 - 7.6.22014-2016年四川省软饮料行业产销情况分析
 - 7.6.32014-2016年贵州省软饮料行业产销情况分析
 - 7.6.42014-2016年云南省软饮料行业产销情况分析
- 7.7东北地区软饮料行业产销情况分析
 - 7.7.12014-2016年吉林省软饮料行业产销情况分析
 - 7.7.22014-2016年辽宁省软饮料行业产销情况分析
 - 7.7.32014-2016年黑龙江省软饮料行业产销情况分析
- 7.8西北地区软饮料行业产销情况分析
 - 7.8.12014-2016年陕西省软饮料行业产销情况分析
 - 7.8.22014-2016年甘肃省软饮料行业产销情况分析
 - 7.8.32014-2016年青海省软饮料行业产销情况分析
 - 7.8.42014-2016年宁夏软饮料行业产销情况分析
 - 7.8.52014-2016年新疆软饮料行业产销情况分析
- 第八章：软饮料行业主要企业生产经营分析
 - 8.1中国碳酸饮料行业领先企业个案分析
 - 8.1.1可口可乐（中国）饮料有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产销能力分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构分析
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营状况优劣势分析

8.1.2 广东太古可口可乐有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产销能力分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构分析
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营状况优劣势分析

8.1.3 上海申美饮料食品有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产销能力分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业组织架构分析
- (8) 企业产品结构分析
- (9) 企业销售渠道与网络
- (10) 企业经营状况优劣势分析

8.1.4 杭州中萃食品有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产销能力分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析

- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构分析
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营状况优劣势分析

8.1.5 百事（中国）有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产销能力分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构分析
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营状况优劣势分析

8.1.6 深圳百事可乐饮料有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产销能力分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业组织架构分析
- (8) 企业产品结构分析
- (9) 企业销售渠道与网络
- (10) 企业经营状况优劣势分析

8.1.7 佛山市三水健力宝贸易有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产销能力分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构分析
- (8) 企业经营状况优劣势分析

8.1.8天津可口可乐饮料有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产销能力分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构分析
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营状况优劣势分析

8.1.9南京中萃食品有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产销能力分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构分析
- (8) 企业经营状况优劣势分析

8.1.10上海百事可乐饮料有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产销能力分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构分析
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营状况优劣势分析

8.2中国果菜汁及果菜汁饮料行业领先企业个案分析

8.2.1陕西海升果业发展股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

(7) 企业产品结构分析

(8) 企业销售渠道与网络

(9) 企业经营状况优劣势分析

8.2.2 可口可乐装瓶商生产(东莞)有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产销能力分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

(7) 企业产品结构分析

(8) 企业经营状况优劣势分析

8.2.3 山东一品堂实业有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产销能力分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

(7) 企业产品结构分析

(8) 企业销售渠道与网络

(9) 企业经营状况优劣势分析

8.2.4 武汉统一企业食品有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产销能力分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

(7) 企业产品结构分析

(8) 企业销售渠道与网络

(9) 企业经营状况优劣势分析

8.2.5 国投中鲁果汁股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构分析
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营状况优劣势分析

8.2.6 中国汇源果汁集团有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构分析
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营状况优劣势分析
- (10) 企业投资兼并与重组分析

8.2.7 北京统一饮品有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产销能力分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构分析
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营状况优劣势分析

8.2.8 椰树集团有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产销能力分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析

- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业组织架构分析
- (8) 企业产品结构分析
- (9) 企业销售渠道与网络
- (10) 企业经营状况优劣势分析

8.2.9三门峡湖滨果汁饮品有限责任公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产销能力分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构分析
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营状况优劣势分析

8.2.10烟台北方安德利果汁股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况
- (2) 企业主营业务与产品
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 主要经济指标分析
- (5) 企业盈利能力分析
- (6) 企业运营能力分析
- (7) 企业偿债能力分析
- (8) 企业发展能力分析
- (9) 企业优势与劣势分析

8.3中国茶饮料及其他软饮料行业领先企业个案分析

8.3.1乐天澳的利饮料有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产销能力分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构分析

(8) 企业销售渠道与网络

(9) 企业经营状况优劣势分析

8.3.2 广东加多宝饮料食品有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产销能力分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

(7) 企业产品结构分析

(8) 企业销售渠道与网络

(9) 企业经营状况优劣势分析

8.3.3 浙江加多宝饮料有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产销能力分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

(7) 企业产品结构分析

(8) 企业销售渠道与网络

(9) 企业经营状况优劣势分析

8.3.4 杭州顶津食品有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产销能力分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

(7) 企业产品结构分析

(8) 企业销售渠道与网络

(9) 企业经营状况优劣势分析

8.3.5 广州顶津食品有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产销能力分析

- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构分析
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营状况优劣势分析

8.3.6西安顶津食品有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产销能力分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构分析
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营状况优劣势分析

8.4中国瓶（罐）装饮用水行业领先企业个案分析

8.4.1华润怡宝食品饮料（深圳）有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产销能力分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构分析
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营状况优劣势分析

8.4.2沈阳润田食品饮料有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产销能力分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析

(7) 企业产品结构分析

(8) 企业经营状况优劣势分析

8.4.3深圳达能益力泉饮品有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产销能力分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

(7) 企业产品结构分析

(8) 企业销售渠道与网络

(9) 企业经营状况优劣势分析

8.4.4广州屈臣氏食品饮料有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产销能力分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

(7) 企业产品结构分析

(8) 企业经营状况优劣势分析

8.4.5农夫山泉杭州千岛湖饮用水有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产销能力分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

(7) 企业产品结构分析

(8) 企业经营状况优劣势分析

8.5中国含乳饮料和植物蛋白饮料行业领先企业个案分析

8.5.1厦门银鹭食品集团有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产销能力分析

(3) 企业盈利能力分析

- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构分析
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营状况优劣势分析

8.5.2河北承德露露股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业组织架构分析
- (8) 企业产品结构分析
- (9) 企业销售渠道与网络
- (10) 企业经营状况优劣势分析

8.5.3乐百氏（广东）食品饮料有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产销能力分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构分析
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营状况优劣势分析

8.5.4广州明旺乳业有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产销能力分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构分析

(8) 企业销售渠道与网络

(9) 企业经营状况优劣势分析

8.5.5内蒙古蒙牛乳业(集团)股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

(7) 企业产品结构分析

(8) 企业销售渠道与网络

(9) 企业经营状况优劣势分析

(10) 企业最新发展动向分析

8.5.6成都菊乐企业(集团)股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产销能力分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

(7) 企业组织架构分析

(8) 企业产品结构分析

(9) 企业经营状况优劣势分析

8.6中国固体饮料制造行业领先企业个案分析

8.6.1维维食品饮料股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

(7) 企业产品结构分析

(8) 企业销售渠道与网络

(9) 企业经营状况优劣势分析

(10) 企业投资兼并与重组分析

8.6.2黑牛食品股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业组织架构分析
- (8) 企业产品结构分析
- (9) 企业销售渠道与网络
- (10) 企业经营状况优劣势分析

8.6.3卡夫广通食品有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产销能力分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构分析
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营状况优劣势分析

8.6.4浙江香飘飘食品有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产销能力分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构分析
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营状况优劣势分析

8.6.5广西梧州冰泉实业股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产销能力分析
- (3) 企业盈利能力分析

- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业组织架构分析
- (8) 企业产品结构分析
- (9) 企业销售渠道与网络
- (10) 企业经营状况优劣势分析

第九章：中国软饮料行业投资与前景分析

9.1中国软饮料行业投资风险

- 9.1.1软饮料行业外部环境风险
- 9.1.2软饮料行业政策环境风险
- 9.1.3软饮料行业供需环境风险
- 9.1.4软饮料行业技术环境风险
- 9.1.5软饮料企业经营管理风险
- 9.1.6软饮料行业其他环境风险

- (1) 行业企业竞争风险
- (2) 行业产业链风险
- (3) 市场运营管理风险

9.2中国软饮料行业投资特性分析

9.2.1软饮料行业进入壁垒分析

- (1) 行业规模经济壁垒
- (2) 行业销售渠道壁垒
- (3) 行业产品品牌壁垒

9.2.2软饮料行业盈利模式分析

9.2.3软饮料行业盈利因素分析

9.3中国软饮料行业发展趋势与投资建议

9.3.1软饮料市场发展趋势分析

9.3.2软饮料行业投资建议分析

- (1) 软饮料行业热点投资地域分析
- (2) 软饮料行业热点投资方式分析

9.3.3软饮料行业资本运作模式建议分析

- (1) 软饮料行业融资方式与选择建议
- (2) 软饮料行业海外资本市场运作建议

图表目录

图表1：中国软饮料主要产品大类的定义及产品划分

图表2：中国企业的市场主体分类

图表3：中国不同所有制性质企业的划分

图表4：2014-2016年OECD商业领先指标（BCI）走势

图表5：2014-2016年波罗的海干散货运指数走势

图表6：2014-2016年七国集团GDP增长率（单位：%）

图表7：2014-2016年金砖国家及部分亚洲经济体GDP同比增长率（单位：%）

图表8：2014-2016年中国国内生产总值走势图（单位：亿元，%）

图表9：2014-2016年中国工业增加值走势图（单位：亿元，%）

图表10：2014-2016年中国制造业PMI走势图（单位：%）

图表11：我国软饮料行业最新政策动态分析

图表12：我国软饮料产品卫生标准

图表13：我国软饮料产品保质期标准

图表14：《中华人民共和国食品安全法》主要内容

图表15：《中国饮料行业“十三五”发展规划建议》主要内容

图表16：全国奶业发展规划（2014-2016年）主要目标

图表17：《食品工业“十三五”发展规划》对乳制品制造行业的影响

图表18：《食品工业“十三五”发展规划》果蔬汁行业产业布局及发展目标

图表19：2014-2016年我国软饮料产品总产量（单位：万吨，%）

图表20：软饮料市场产品生产区域占比情况（单位：%）

图表21：软饮料市场产品占比情况（单位：%）

图表22：2014-2016年软饮料行业经营效益分析（单位：家，万元，%）

图表23：2014-2016年中国软饮料行业盈利能力分析（单位：%）

图表24：2014-2016年中国软饮料行业运营能力分析（单位：次）

图表25：2014-2016年中国软饮料行业偿债能力分析（单位：%、倍）

图表26：2014-2016年中国软饮料行业发展能力分析（单位：%）

图表27：2014-2016年软饮料行业主要经济指标统计表（单位：万元，家，%）

图表28：2014-2016年软饮料行业工业总产值及增长率走势（单位：亿元，%）

图表29：2014-2016年软饮料行业产成品及增长率走势图（单位：亿元，%）

图表30：2014-2016年工业总产值居前的10个地区统计表（单位：万元，%）

图表31：工业总产值居前的10个地区比重图（单位：%）

图表32：2014-2016年产成品居前的10个地区统计表（单位：万元，%）

图表33：产成品居前的10个地区比重图（单位：%）

图表34：2014-2016年软饮料行业销售产值及增长率变化情况（单位：亿元，%）

图表35：2014-2016年软饮料行业销售收入及增长率变化趋势图（单位：亿元，%）

图表36：2014-2016年销售产值居前的10个地区统计表（单位：万元，%）

- 图表37：销售产值居前的10个地区比重图（单位：%）
- 图表38：2014-2016年销售收入居前的10个地区统计表（单位：亿元，%）
- 图表39：销售收入居前的10个地区比重图（单位：%）
- 图表40：2014-2016年全国软饮料行业产销率变化趋势图（单位：%）
- 图表41：软饮料行业产业链示意图
- 图表42：2014-2016年城镇居民人均可支配收入情况（单位：元）
- 图表43：2014-2016年农村居民人均纯收入情况（单位：元）
- 图表44：居民消费价格月度涨跌幅度（单位：%）
- 图表45：2014-2016年我国居民软饮料年人均消费量情况（单位：升）
- 图表46：中国热带水果主要生产区域产量情况（单位：万吨）
- 图表47：中国温带水果主要生产区域温带水果产量（单位：万吨）
- 图表48：2014-2016年中国水果供应规模及果园面积情况（单位：千吨，千公顷）
- 图表49：2014-2016年中国主要水果供应规模情况（单位：万吨）
- 图表50：2014-2016年中国农村和城镇居民人均水果消费量（单位：公斤/人）
- 图表51：2014-2016年我国水果价格月度走势图（元/公斤）
- 图表52：水果市场对软饮料行业的影响分析
- 图表53：2014-2016年我国蔬菜种植面积及产量增长情况（单位：亿亩，亿吨）
- 图表54：2014-2016年中国蔬菜需求量情况（单位：万吨）
- 图表55：2014-2016年农业部“菜篮子”产品批发价格指数（单位：%）
- 图表56：蔬菜市场对软饮料行业的影响分析
- 图表57：2014-2016年我国乳制品产量及同比增速（单位：万吨，%）
- 图表58：我国乳制品产量区域分布占比情况（单位：%）
- 图表59：2014-2016年我国乳制品销售量及同比增长情况（单位：万吨，%）
- 图表60：乳制品市场对软饮料行业的影响分析
- 图表61：中国食糖主产区域分布占比情况（单位：%）
- 图表62：2014-2016年中国食糖产量及同比增长情况（单位：万吨）
- 图表63：2014-2016年中国食糖月度进出口情况（单位：吨，万吨）
- 图表64：2014-2016年我国食糖消费量（单位：万吨）
- 图表65：2014-2016年CSI国内食糖现货价格指数图（单位：元/吨）
- 图表66：食糖市场对软饮料行业的影响分析
- 图表67：2014-2016年食品添加剂产量变化情况（单位：万吨）
- 图表68：国内蛋氨酸周度价格走势分析图（单位：美元/吨）
- 图表69：食品添加剂市场对软饮料行业的影响分析
- 图表70：中国与发达国家农产品腐损率比较（单位：%）
- 图表71：我国与发达国家冷链流通率比较（单位：%）

- 图表72：主要国家人均冷库容量对比（单位：立方米/人）
- 图表73：国内外冷链发展情况对比（单位：%，万立方米，万辆）
- 图表74：主要国家冷链状况比较（单位：%）
- 图表75：乳制品冷链物流的特点
- 图表76：冷链物流行业对乳制品行业的影响
- 图表77：2014-2016年欧盟果汁产品消费量（单位：亿升）
- 图表78：2014-2016年中国软饮料行业市场规模变化趋势（单位：亿元，%）
- 图表79：中国软饮料行业前10名厂商销售额及销售份额（单位：亿元，%）
- 图表80：中国软饮料行业前10名厂商资产规模（单位：亿元，%）
- 图表81：中国软饮料行业前10名厂商利润情况（单位：万元，%）
- 图表82：2014-2016年中国软饮料市场竞争格局（按企业数量）（单位：%）
- 图表83：2014-2016年软饮料行业投资兼并与重组案例
- 图表84：软饮料行业企业的所有制结构特征（单位：家，万元）
- 图表85：软饮料行业不同经济类型企业的财务状况比较（一）（单位：%，倍，次）
- 图表86：软饮料行业不同经济类型企业的财务状况比较（二）（单位：%）
- 图表87：中国软饮料行业不同经济类型企业销售收入比较（单位：亿元）
- 图表88：中国软饮料行业销售收入按经济类型占比（单位：%）
- 图表89：2014-2016年行业经济类型占比（按销售收入）（单位：%）
- 图表90：2014-2016年行业经济类型集中度变化趋势图（按销售收入）（单位：%）
- 图表91：2014-2016年全国软饮料产量变化（单位：万吨，%）
- 图表92：2014-2016年中国碳酸饮料行业发展规模（单位：家，人，万元）
- 图表93：2014-2016年中国碳酸饮料类（汽水）产量分省市分析统计表（单位：万吨，%）
- 图表94：2014-2016年碳酸饮料的产值占比变化（单位：%）
- 图表95：全国碳酸饮料行业销售收入区域分布（单位：%）
- 图表96：2014-2016年中国果菜汁及果菜汁饮料行业发展规模（单位：家，人，万元）
- 图表97：中国果汁和蔬菜汁饮料产量分省市分析统计表（单位：万吨，%）
- 图表98：2014-2016年果菜汁及果菜汁饮料的产值占比变化（单位：%）
- 图表99：全国果菜汁及果菜汁饮料行业销售收入区域分布（单位：%）
- 图表100：2014-2016年中国茶饮料及其他软饮料行业发展规模（单位：家，人，万元）
- 图表101：2014-2016年茶饮料及其他饮料行业的产值占比变化（单位：%）
- 图表102：全国茶饮料及其他软饮料行业销售收入区域分布（单位：%）
- 图表103：2014-2016年中国瓶（罐）装饮用水行业发展规模（单位：家，人，万元）
- 图表104：2014-2016年中国瓶（罐）装饮用水产量分省市分析统计表（单位：万吨，%）
- 图表105：2014-2016年瓶（罐）装饮用水的产值占比变化（单位：%）
- 图表106：全国瓶（罐）装饮用水行业销售收入区域分布（单位：%）

图表107：2014-2016年中国含乳饮料和植物蛋白饮料行业发展规模（单位：家，人，万元）

图表108：2014-2016年含乳饮料和植物蛋白饮料行业的产值占比变化（单位：%）

图表109：全国含乳饮料和植物蛋白饮料行业销售收入区域分布（单位：%）

图表110：2014-2016年中国固体饮料行业发展规模（单位：家，人，万元）

图表111：2014-2016年固体饮料行业的产值占比变化（单位：%）

图表112：全国固体饮料行业销售收入区域分布（单位：%）

图表113：传统商场、超市等饮料销售渠道分类

图表114：软饮料销售的餐饮渠道

图表115：广告策划投放形式

图表116：可口可乐“金字塔计划”终端管理模式

图表117：汇源果汁产品理念关注的重点方面

图表118：汇源果汁产品诉求方面

图表119：2014-2016年中国软饮料企业区域市场情况（单位：家，亿元）

图表120：2014-2016年软饮料行业各区域企业数量情况（单位：%）

（GYZT）

图表详见正文•••••

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/263649263649.html>