2020年中国软饮料行业分析报告-行业规模与市场商机研究

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《2020年中国软饮料行业分析报告-行业规模与市场商机研究》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/shipin/467704467704.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

【报告大纲】

第一章软饮料相关概述
1.1饮料和软饮料
1.1.1饮料的定义
1.1.2软饮料的定义及分类
1.2软饮料细分产品介绍
1.2.1碳酸饮料
1.2.2果汁（浆）及果汁饮料
1.2.3蔬菜汁及蔬菜汁饮料
1.2.4乳饮料
1.2.5植物蛋白饮料
1.2.6瓶装饮用水
1.2.7茶饮料
1.2.8固体饮料
1.2.9特殊用途饮料
1.2.10其它饮料
第二章2016-2019年国际软饮料市场分析
2.12016-2019年全球软饮料市场发展概况
2.1.1全球软饮料市场缓慢复苏
2.1.2全球软饮料市场发展现状
2.1.3全球麦芽饮料市场平稳增长
2.2欧盟
2.2.1欧盟软饮料行业的政策动态
2.2.2英国果汁饮料市场简况
2.2.3英国碳酸饮料市场发展形势
2.2.4法国对软饮料征税引起市场提价
2.2.5爱尔兰饮料价格居欧盟高位
2.3俄罗斯
2.3.1俄罗斯软饮料市场发展现状及前景
2.3.2俄罗斯软饮料市场消费结构分析
2.3.3俄罗斯果汁饮料市场发展状况
2.3.4俄罗斯能量饮料市场销量趋势
2.4其它国家或地区

2.4.1美国软饮料市场格局发生巨变
2.4.2美国多地区拟对软饮料征税
2.4.3日本软饮料市场企业格局分析
2.4.4印度软饮料市场发展态势剖析
2.4.5巴西软饮料产品呈加速增长态势
第三章2016-2019年中国软饮料行业分析
3.12016-2019年中国软饮料行业发展概况
3.1.1我国软饮料行业的发展特征
3.1.2软饮料市场总规模及细分占比情况
3.1.3软饮料行业产销量呈高速增长态势
3.1.4中国软饮料市场品牌格局分析
3.1.5中国软饮料行业资本市场动态分析
3.22016-2019年软饮料市场消费状况分析
3.2.1软饮料市场消费特征分析
3.2.2软饮料市场消费结构分析
3.2.3软饮料市场消费变化分析
3.2.4软饮料消费市场掀起混搭风潮
3.2.5软饮料市场消费方向分析
3.3中国软饮料市场消费者购买行为分析
3.3.1消费者购买意愿和品牌爱好
3.3.2消费者选择软饮料关注的因素
3.3.3软饮料消费者的购买习惯
3.4中国软饮料市场消费者满意度状况
3.4.1各品牌软饮料满意度排序
3.4.2软饮料质量成消费者关注核心
3.4.3健康性成软饮料发展主流方向
3.4.4包装对软饮料消费的影响状况
3.5中国软饮料行业面临的挑战及对策
3.5.1中国饮料企业将面临八大考验
3.5.2饮料企业品牌竞争的应对策略
3.5.3中国饮料企业攻克技术壁垒的途径
3.5.4软饮料企业抢占市场创新是关键
第四章2016-2019年茶饮料市场分析
4.1茶饮料市场总体分析
4.1.1中国茶饮料市场发展综述

4.1.2我国茶饮料市场发展特点
4.1.3茶饮料市场消费者需求特征
4.1.4中国凉茶饮料市场发展迅猛
4.22016-2019年茶饮料市场发展分析
4.2.1茶饮料市场发展特点分析
4.2.2茶饮料市场价格走势
4.2.3两外资巨头终止在华茶饮料合作
4.2.42019年茶饮料市场发展态势
4.2.52019年茶饮料市场发展动态
4.3中国茶饮料市场的问题与对策分析
4.3.1中国茶饮料产业面临的主要问题
4.3.2中国茶饮料市场存在的不规范现象
4.3.3茶饮料工业生产的问题与对策分析
4.3.4中国茶饮料品牌的营销策略探讨
4.3.5中国茶饮料行业的竞争战略研究
4.3.6中小企业茶饮料市场投资要点
4.4茶饮料行业发展前景及趋势
4.4.1茶饮料市场的发展趋势
4.4.2无糖茶饮料市场发展前景乐观
4.4.3中草药保健茶未来发展前景广阔
第五章2016-2019年果汁饮料市场分析
5.12016-2019年果汁饮料市场分析
5.1.1中国果汁饮料市场发展概况
5.1.2我国果汁饮料市场新品纷呈
5.1.3中国果汁和蔬菜汁饮料的生产状况
5.1.4国家提高果汁饮料行业准入门槛
5.1.5果汁饮料企业主打创新牌
5.1.6国内首款清真果汁饮料上市
5.22016-2019年中国果汁市场竞争分析
5.2.1我国果汁饮料业整体竞争格局
5.2.2果汁饮料外资品牌的发展及竞争态势
5.2.3果汁饮料品牌受欢迎程度比较
5.2.4中国果汁饮料行业竞争形势严峻
5.3果汁饮料行业存在的问题与对策
5.3.1中国果汁饮料行业面临的主要问题

5.3.2促进我国果汁饮料工业快速发展的建议
5.3.3传统果汁饮料企业销售增长的路径选择
5.3.4果汁饮料进入餐饮渠道的策略分析
5.4果汁饮料行业的发展前景与趋势
5.4.1我国果汁饮料市场发展潜力巨大
5.4.2果汁饮料市场的发展趋势
5.4.3果汁饮料行业未来发展热点
第六章2016-2019年果醋饮料市场分析
6.12016-2019年中国果醋饮料市场概况
6.1.1果醋的功效介绍
6.1.2果醋饮料行业逐步摆脱困境渐入佳境
6.1.3果醋饮料市场发展迅猛格局初现
6.1.4透视苹果醋饮料国标对果醋市场的影响
6.1.5果醋饮料市场消费者行为分析
6.1.6果醋饮料市场发展中的主要问题分析
6.2果醋饮料的市场定位与营销分析
6.2.1果醋饮料需要明确的市场定位
6.2.2果醋饮料市场营销面临的主要问题
6.2.3果醋饮料的市场营销方案规划
6.2.4果醋饮料的创新营销与关联定位策略探讨
6.3我国果醋企业发展崛起的策略
6.3.1果醋企业需锁定目标消费群体
6.3.2企业需明确果醋的产品定位
6.3.3企业需打造一个强势产品
6.3.4企业需有次序进行渠道拓展
6.3.5果醋企业需彰显品牌价值
6.3.6企业间联手做大果醋品类市场
第七章2016-2019年功能饮料市场分析
7.1功能饮料的相关概述
7.1.1功能饮料的简介
7.1.2功能饮料成分分类法
7.1.3运动饮料的概念及特点
7.1.4功能饮料的选择与饮用
7.22016-2019年国际功能饮料行业发展概况
7.2.1国际功能饮料开发状况

7.2.2国际知名功能饮料品牌介绍
7.2.3欧美功能饮料市场的发展状况
7.2.4美国市场出现新型功能饮料
7.3中国功能饮料行业发展综述
7.3.1我国功能饮料行业的发展阶段
7.3.2我国功能饮料行业的发展总况
7.3.3中国功能饮料行业的基本特征
7.3.4运动饮料新国标推动功能饮料发展
7.42016-2019年中国功能饮料市场分析
7.4.1国内外饮料巨头挥师进军功能饮料市场
7.4.2中国功能饮料市场竞争现状透析
7.4.3国际功能性饮料进军中国市场
7.4.4国内功能饮料市场态势分析
7.4.5国内功能饮料市场动态分析
7.5中国功能饮料市场发展的问题
7.5.1阻碍功能饮料发展的因素分析
7.5.2国内功能饮料市场监管存在缺失
7.5.3功能饮料市场面临三大挑战
7.6中国功能饮料市场的发展策略
7.6.1功能性饮料发展须众强联合
7.6.2功能饮料的成功策略分析
7.6.3功能饮料的创新策略分析
7.6.4功能饮料的长销策略探索
7.7功能饮料市场的发展前景预测
7.7.1大健康产业为功能饮料发展提供契机
7.7.2中国功能性饮料市场增长潜力分析
7.7.3植物功能性饮料未来发展空间广阔
7.7.4芦荟饮料或成功能饮料开发新方向
第八章2016-2019年含乳饮料市场分析
8.1含乳饮料相关概念
8.1.1含乳饮料定义
8.1.2各类含乳饮料
8.1.3营养强化乳饮料
8.22016-2019年含乳饮料市场发展概况
8.2.1我国含乳饮料行业发展综述

8.2.2我国乳饮料市场新品层出不穷
8.2.3我国含乳饮料市场争议不断
8.2.4国内大型农牧企业试水乳饮行业
8.2.5我国乳饮料产业发展中的主要问题
8.2.6主要含乳饮料产品及其营销概况
8.2.7含乳饮料的市场定位与品牌塑造策略
8.3果乳饮料
8.3.1果粒酸乳饮料成市场热点
8.3.2果汁乳饮料稳定性控制方法
8.3.3外资巨头联手抢攻中国果乳饮料市场
8.3.4果乳饮料市场未来发展分析
8.4乳酸菌饮料
8.4.1乳酸菌饮料快速拓展饮品市场
8.4.2亚太地区乳酸菌饮料市场简况
8.4.3乳酸菌饮料市场格局分析
8.4.4乳酸菌饮料市场竞争态势
8.5含乳饮料市场的发展趋势分析
8.5.1国外含乳饮料的流行趋势
8.5.2我国乳饮料行业的发展趋势
8.5.3未来乳饮料的发展方向预测
第九章2016-2019年饮用水市场分析
9.1饮用水行业政策环境分析
9.1.1国外饮用水水质标准介绍
9.1.2中国饮用水相关卫生标准的发展
9.1.3两大饮用水新国标相继出台
9.1.4生活饮用水新国标全面实施
9.22016-2019年饮用水行业发展概况
9.2.1中国饮用水行业发展历程
9.2.2中国饮用水行业步入成熟阶段
9.2.3中国饮用水行业的发展态势分析
9.2.4我国农村饮用水发展步入黄金期
9.2.5饮用水新国标带来的投资机会分析
9.32016-2019年饮用水市场竞争分析
9.3.1中国瓶装水市场竞争形态剖析
9.3.2体育营销成为饮用水行业竞争焦点

9.3.3高端饮用水市场竞争状况分析
9.3.4云南省饮用水市场格局剖析
9.3.5深圳饮用水企业积极向外扩张
9.4饮用水行业存在的问题及对策
9.4.1中国饮用水行业安全问题严峻
9.4.2包装饮用水行业面临的主要挑战
9.4.3饮用水销售渠道开拓策略分析
9.5饮用水市场的发展趋势
9.5.1高端饮用水行业发展前景光明
9.5.2中国瓶装饮用水行业发展趋势分析
9.5.3我国瓶装水市场的发展方向分析
第十章2016-2019年碳酸饮料市场分析
10.1碳酸饮料的相关介绍
10.1.1碳酸饮料的定义
10.1.2碳酸饮料的分类
10.1.3碳酸饮料的利与弊
10.22016-2019年碳酸饮料市场发展概况
10.2.1南美洲部分国家碳酸饮料消费状况
10.2.2年我国碳酸饮料生产状况
10.2.3美国碳酸饮料消费状况
10.2.4我国碳酸饮料市场价格动态
10.2.5我国碳酸饮料市场分析
10.2.6中国碳酸饮料市场份额呈下滑态势
10.3碳酸饮料市场竞争分析
10.3.1“两乐”在中国市场的业绩比较
10.3.2“两乐”在中国碳酸饮料市场的竞争
10.3.3碳酸饮料市场中外品牌的营销对垒
10.4碳酸饮料行业发展对策及趋势
10.4.1本土碳酸饮料企业发展路径选择
10.4.2碳酸饮料市场消费潜力较大
10.4.3碳酸饮料将向健康化方向发展
第十一章2016-2019年软饮料产品产量数据分析
11.12016-2019年中国软饮料产量数据分析
11.1.12016-2019年全国软饮料产量趋势
11.1.22019年全国软饮料产量情况

11.1.3饮料产量分布情况
11.22016-2019年中国软碳酸饮料类（汽水）产量数据分析
11.2.12016-2019年全国软碳酸饮料类（汽水）产量趋势
11.2.22019年全国软碳酸饮料类（汽水）产量情况
11.2.3碳酸饮料类（汽水）产量分布情况
11.32016-2019年中国果汁蔬菜汁饮料类产量数据分析
11.3.12016-2019年全国果汁蔬菜汁饮料类产量趋势
11.3.22019年全国果汁蔬菜汁饮料类产量情况
11.3.3汁蔬菜汁饮料类产量分布情况
11.42016-2019年中国包装饮用水类产量数据分析
11.4.12016-2019年全国包装饮用水类产量趋势
11.4.22019年全国包装饮用水类产量情况
11.4.3装饮用水类产量分布情况
11.42016-2019年中国液体乳产量数据分析
11.4.12016-2019年全国液体乳产量趋势
11.4.22019年全国液体乳产量情况
11.4.3体乳产量分布情况
第十二章软饮料行业重点企业分析
12.1杭州娃哈哈集团有限公司
1、企业发展简况分析
2、企业产品服务分析
3、企业经营状况分析
4、企业竞争优势分析
12.2统一企业中国控股有限公司
1、企业发展简况分析
2、企业产品服务分析
3、企业经营状况分析
4、企业竞争优势分析
12.3康师傅控股有限公司
1、企业发展简况分析
2、企业产品服务分析
3、企业经营状况分析
4、企业竞争优势分析
12.4北京汇源饮料食品集团有限公司
1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析
3、企业经营状况分析
4、企业竞争优势分析
12.5河北承德露露股份有限公司
1、企业发展简况分析
2、企业产品服务分析
3、企业经营状况分析
4、企业竞争优势分析
12.6加多宝集团
1、企业发展简况分析
2、企业产品服务分析
3、企业经营状况分析
4、企业竞争优势分析
12.7红牛维他命饮料有限公司
1、企业发展简况分析
2、企业产品服务分析
3、企业经营状况分析
4、企业竞争优势分析
第十三章2016-2019年软饮料业营销分析
13.1营销渠道概述
13.1.1营销渠道的概念、类型与动态
13.1.2营销渠道的发展阶段
13.1.3营销渠道的策划分析
13.22016-2019年软饮料市场营销状况分析
13.2.1软饮料业践行大平台大营销策略
13.2.2饮料行业寻求营销模式创新
13.2.3软饮料企业豪赌广告营销
13.2.4饮料企业品牌营销运作存在的问题及对策
13.2.5饮料行业的营销策略探讨
13.3软饮料市场的差异化营销策略分析
13.3.1产品差异化策略分析
13.3.2品牌形象差异化策略分析
13.3.3促销差异化策略分析
13.3.4中国软饮料市场差异化营销策略的误区与风险
13.3.5中国软饮料市场差异化营销策略的建议

13.4案例分析
13.4.1可口可乐的营销武器
13.4.2百事可乐在中国的营销
13.4.3蒙牛的营销策划
13.4.4农夫果园的差异化营销策略分析
13.4.5康师傅茶饮料的营销策略
第十四章2016-2019年软饮料业竞争分析
14.1软饮料行业竞争力分析
14.1.1现有竞争者之间的竞争
14.1.2潜在进入者
14.1.3替代品的威胁
14.1.4供应商议价能力
14.1.5需求客户议价能力
14.2软饮料竞争市场的基本结构
14.2.1市场集中度
14.2.2行业竞争程度
14.2.3进入和退出壁垒
14.32016-2019年软饮料行业竞争状况分析
14.3.1中国软饮料行业竞争规则简析
14.3.2我国软饮料行业企业竞争格局分析
14.3.32019年我国软饮料业竞争特点
14.3.42019年我国软饮料业竞争分析
14.3.52019年我国软饮料业竞争动态
14.4中国软饮料业竞争策略与趋势
14.4.1我国软饮料行业竞争策略分析
14.4.2“十三五”软饮料行业竞争格局展望
14.4.3未来竞争和发展的五大关键主题
第十五章2020-2026年中国软饮料业投资分析及前景展望
15.1中国软饮料行业SWOT分析
15.1.1优势/机会点
15.1.2劣势/威胁点
15.2投资风险
15.2.1宏观经济波动风险
15.2.2政策风险
15.2.3技术风险

15.2.4供求结构风险
15.2.5区域风险
15.2.6产品结构风险
15.2.7生产规模及所有制风险
15.3投资策略与建议
15.3.1充分发挥资源优势进行产品创新
15.3.2软饮料产品开发思路
15.3.3软饮料品牌的培养与经营
15.3.4产品开发投资方向
15.4软饮料市场前景分析
15.4.1中国软饮料市场的投资潜力剖析
15.4.2中国软饮料行业的主要发展趋势
15.4.3未来中国软饮料业将步入重构时期
15.4.4我国西部软饮料市场增长潜力巨大
15.52020-2026年中国软饮料制造业预测分析
15.5.1影响中国软饮料行业发展因素分析
15.5.22020-2026年中国软饮料制造行业产品销售收入预测
15.5.32020-2026年中国软饮料制造业累计利润总额预测
15.5.42020-2026年中国软饮料制造行业工业总产值预测
15.5.52020-2026年中国软饮料制造行业产量预测
附录
附录一：中华人民共和国食品卫生法
附录二：中华人民共和国农产品质量安全法
附录三：饮料产品生产许可证审查细则
附录四：中国调整碳酸饮料管理办法
附录五：出口饮料加工企业注册卫生规范
附录六：含乳饮料卫生标准
图表目录
图表软饮料产量结构表
图表软饮料制造企业销售产值
图表软饮料及各子行业销售收入
图表软饮料各子行业销售收入比重
图表软饮料各子行业销售收入比重变化趋势图
图表中国软饮料产销量规模趋势图
图表中国软饮料市场重大并购交易

图表软饮料行业企业VC/PE融资典型案例
图表国内已上市软饮料企业
图表不同性别网民对软饮料品类的偏好
图表不同年龄网民对软饮料品类的偏好
图表不同收入网民对软饮料品类的偏好
图表不同地域网民对软饮料品类的偏好
图表详见报告正文……（GY YXY）

【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。《2020年中国软饮料行业分析报告-行业规模与市场商机研究》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。

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：http://baogao.chinabaogao.com/shipin/467704467704.html