

2017-2022年中国碳酸饮料行业市场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年中国碳酸饮料行业市场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/yinliao/279353279353.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

随着人们健康消费意识的升级，果汁饮料、茶饮料等市场出现快速增长的态势，而碳酸饮料市场则出现了萎缩。中投顾问发布的《2014-2016年中国饮料行业投资分析及前景预测报告》显示，2008年，可口可乐的碳酸类饮料在北美地区销售量同比减少3%，但是非碳酸类饮料销售量同比增长5%。

2014-2016年7月可口可乐公司利润表摘要单位（亿元）

纵观碳酸饮料的发展史，它诞生于美国，短时间内已经成就了风靡全球的辉煌，而如今，该市场也出现疲软状态，逐渐被其他饮料所追赶抑或超越。在日本，以绿茶饮料为主的无糖茶饮料市场在不断扩大；在美国，高级水果饮料盛行；在韩国，非碳酸饮料增长迅猛，茶饮料逐渐占主流。面对市场逐渐萎缩的局面，碳酸饮料两大巨头也开始寻找别的出路，纷纷开发新口味，发力其他软饮料市场。

碳酸饮料行业正遭遇着前所未有的困境，而扭转消费者的消费倾向难度太大，那最佳的方法只能是改变自身，一方面企业不断研发出低热量、低糖的碳酸饮料，另一方面企业开发别的饮料，不仅丰富产品线，也增加了另一个赢利点。针对此点，表现最突出的应属可口可乐公司旗下的“美汁源”系列，自从推出以后，发展至今已经稳居低浓度果汁饮料市场的前列。在中低浓度果汁市场上，2009年一季度可口可乐“美汁源”的市场份额为25.1%，康师傅旗下的“每日C”和“康师傅果汁”双品牌共占20.5%，统一的“多果汁”系列占18.3%，百事可乐的“果缤纷”占7.2%。另外，碳酸饮料市场虽然呈萎缩态势，但我们仍然应该看到它的巨大威力，周思然如此指出。首先，碳酸饮料市场份额虽有所下降，但在各地的表现仍然值得称赞。如在我国软饮料年总产量中，碳酸饮料居第二位，位于饮用水之后；在台湾仅次于茶饮料，在日本饮料市场则名列前茅。这些排名都直观地展示了碳酸饮料市场巨大的容量，这也从另一个侧面揭示了此前汇源果汁大力推出“果汁果乐”碳酸饮料的原因。从消费者市场分析，碳酸饮料的消费人群主要集中在16-25岁，这部分年轻人追求时尚、潮流，而对营养、健康的诉求则相对会少些，因此，这部分消费群体并不会出现大面积的流失，碳酸饮料消费市场仍然巨大。

我国碳酸饮料市场分布情况

夏季最受消费者青睐的饮料统计

2000-2014年我国软饮料销售额与同比增长

中国报告网发布的《2017-2022年中国碳酸饮料行业市场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。

第一章碳酸饮料的相关概述

第一节饮料的相关概述

- 一、饮料和软饮料简介
- 二、饮料的国家标准分类
- 三、饮料其他分类法介绍

第二节碳酸饮料的相关概述

- 一、碳酸饮料的定义
- 二、碳酸饮料的分类
- 三、碳酸饮料的选择与饮用
- 四、碳酸饮料的生产工艺

第二章中国碳酸饮料行业发展环境分析

第一节宏观经济环境

- 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、城乡居民收入增长分析
- 五、居民消费价格变化分析

第二节产业政策环境

- 一、《新食品安全法》修订
- 二、《饮料通则》国家标准正式发布
- 三、《冷饮食品卫生管理办法》
- 四、食品添加剂标识新规正式实施
- 五、卫计委拟允许磷酸用于可乐型碳酸饮料
- 六、碳酸饮料（汽水）国家标准

第三节市场消费环境

- 一、中国人口及分布总体情况
- 二、全社会消费品零售总额

三、中国城镇化率

第四节 饮料行业环境

一、中国软饮料资产规模分析

二、中国软饮料销售收入分析

三、中国软饮料利润总额分析

四、中国软饮料行业经营效益

第三章 中国碳酸饮料市场现状分析

第一节 中国碳酸饮料市场现状

一、中国碳酸饮料市场现状简述

二、碳酸饮料发展现状分析

三、中国无糖碳酸饮料盛行

四、碳酸饮料发展措施分析

五、碳酸饮料发展趋势分析

第二节 中国碳酸饮料生产状况

一、碳酸饮料产量情况分析

二、主要区域碳酸饮料产量

第三节 碳酸饮料零售市场分析

一、中国碳酸饮料零售规模分析

二、可乐型碳酸饮料零售规模分析

三、果味型碳酸饮料零售规模分析

四、低热量型碳酸饮料零售规模分析

五、中国碳酸饮料市场口味分布情况

第四节 饮料行业存在的问题及策略

一、我国饮料生产企业面临八大挑战

二、饮料企业抢占市场创新是关键

三、国内中小饮料企业制胜策略

第四章 2014-2016年中国碳酸饮料行业经济运行状况

第一节 2014-2016年中国碳酸饮料行业发展分析

一、2013年中国碳酸饮料行业发展概况

二、2014年中国碳酸饮料行业发展概况

三、2015年中国碳酸饮料行业发展概况

第二节 2014-2016年中国碳酸饮料行业总体运行情况

一、中国碳酸饮料行业企业数量统计

二、中国碳酸饮料行业销售收入分析

三、中国碳酸饮料行业利润总额分析

四、中国碳酸饮料行业亏损情况分析

第三节2014-2016年中国碳酸饮料制造行业资产负债状况

- 一、中国碳酸饮料制造行业资产状况分析
- 二、中国碳酸饮料制造行业应收账款分析
- 三、中国碳酸饮料制造行业流动资产状况
- 四、中国碳酸饮料制造行业负债总额分析

第四节2014-2016年中国碳酸饮料制造行业经营效益分析

- 一、中国碳酸饮料制造行业盈利能力分析
- 二、中国碳酸饮料制造行业偿债能力分析
- 三、中国碳酸饮料制造行业营运能力分析

第五节2014-2016年碳酸饮料制造行业成本费用结构分析

- 一、中国碳酸饮料制造行业销售成本分析
- 二、中国碳酸饮料制造行业销售费用分析
- 三、中国碳酸饮料制造行业管理费用统计
- 四、中国碳酸饮料制造行业财务费用统计

第五章中国碳酸饮料市场竞争分析

第一节饮料行业市场竞争结构

- 一、饮料市场格局发展综述
- 二、饮料市场供给规模分析
- 三、饮料市场需求规模分析
- 四、中国饮料市场价格分析

第二节饮料行业细分市场竞争对手分析

- 一、中国茶饮料市场竞争格局分析
- 二、中国凉茶市场的竞争局势分析
- 三、中国瓶装水市场竞争现状分析
- 四、中国果汁饮料业整体竞争格局
- 五、中国乳酸菌饮料市场竞争情况

第三节中国饮料业竞争存在的问题及策略方向

- 一、中国饮料业新产品推出现状
- 二、中国饮料行业竞争策略探讨
- 三、软饮料行业竞争的战略群组
- 四、饮料业发展趋势与竞争规划

第四节碳酸饮料市场竞争态势

- 一、中国碳酸饮料企业竞争分析
- 二、中国碳酸饮料品牌竞争分析

三、“两乐”对中国碳酸饮料企业的启示

第六章中国碳酸饮料消费者调研分析

第一节中国碳酸饮料主要消费市场分析

一、中国碳酸饮料市场消费者调查分析

二、中国碳酸饮料消费者生活态度分析

三、中国碳酸饮料消费者体育及休闲活动

第二节华北地区碳酸饮料消费者调查分析

一、北京碳酸饮料消费调查分析

二、天津碳酸饮料消费调查分析

三、太原碳酸饮料消费调查分析

第三节东北地区碳酸饮料消费者调查分析

一、长春碳酸饮料消费调查分析

二、沈阳碳酸饮料消费调查分析

三、大连碳酸饮料消费调查分析

四、哈尔滨碳酸饮料消费调查分析

第四节华东地区碳酸饮料消费者调查分析

一、济南碳酸饮料消费调查分析

二、青岛碳酸饮料消费调查分析

三、南京碳酸饮料消费调查分析

四、苏州碳酸饮料消费调查分析

五、上海碳酸饮料消费调查分析

六、杭州碳酸饮料消费调查分析

七、宁波碳酸饮料消费调查分析

八、福州碳酸饮料消费调查分析

九、厦门碳酸饮料消费调查分析

第五节中部地区碳酸饮料消费者调查分析

一、合肥碳酸饮料消费调查分析

二、南昌碳酸饮料消费调查分析

三、郑州碳酸饮料消费调查分析

四、长沙碳酸饮料消费调查分析

五、武汉碳酸饮料消费调查分析

第六节华南地区碳酸饮料消费者调查分析

一、广州碳酸饮料消费调查分析

二、深圳碳酸饮料消费调查分析

三、佛山碳酸饮料消费调查分析

四、南宁碳酸饮料消费调查分析

五、海口碳酸饮料消费调查分析

第七节西部地区碳酸饮料消费者调查分析

一、成都碳酸饮料消费调查分析

二、重庆碳酸饮料消费调查分析

三、昆明碳酸饮料消费调查分析

四、西安碳酸饮料消费调查分析

第七章碳酸饮料重点企业经营状况分析

第一节可口可乐公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第二节百事可乐公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第三节杭州娃哈哈非常可乐饮料有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第八章2017-2022年中国碳酸饮料制造行业发展前景预测分析

第一节2017-2022年中国饮料行业发展前景分析

一、中国饮料市场走势和消费倾向分析

二、中国饮料市场消费增长潜力分析

三、未来中国饮料行业发展趋势分析

第二节2017-2022年中国碳酸饮料市场前景分析

一、碳酸饮料逐渐步入成熟生命周期

二、碳酸饮料市场面临新兴饮料挑战

三、碳酸饮料健康化发展趋势将加速

第三节2017-2022年中国碳酸饮料市场预测分析

一、2017-2022年中国碳酸饮料市场供给预测分析

二、2017-2022年中国碳酸饮料市场规模预测分析

三、2017-2022年中国碳酸饮料零售规模预测分析

图表目录：

图表1碳酸饮料主要品种类型

图表22014-2016年中国国内生产总值及增长速度

图表32014-2016年中国国内生产总值及构成

图表42014-2016年中国工业增加值及增长速度

图表52014-2016年中国固定资产投资及增长速度

图表62014-2016年中国居民人均可支配收入及增长速度

图表7磷酸可用于可乐型碳酸饮料的用量及使用范围情况

图表82014-2016年中国人口总量趋势图

图表92015年中国人口数及构成情况

图表102014-2016年中国社会消费品零售总额统计

图表112014-2016年中国城镇化率变化趋势图

图表122014-2016年中国饮料制造行业资产总额统计

图表132014-2016年中国饮料制造行业销售收入统计

图表142014-2016年中国饮料制造行业利润总额统计

图表152014-2016年中国饮料制造行业毛利率趋势图

图表162014-2016年中国碳酸饮料类（汽水）产量统计

图表172015年碳酸饮料类（汽水）产量占比结构图

图表182014-2016年中国碳酸饮料零售量统计

图表192014-2016年中国碳酸饮料零售额统计

图表202014-2016年中国可乐型碳酸饮料零售量统计

图表212014-2016年中国可乐型碳酸饮料零售额统计

图表222014-2016年中国果味型碳酸饮料零售量统计

图表232014-2016年中国果味型碳酸饮料零售额统计

图表242014-2016年中国低热量型碳酸饮料零售量统计

图表252014-2016年中国低热量型碳酸饮料零售额统计

图表262014-2016年中国可乐型碳酸饮料口味分布结构
(GYZX)

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/yinliao/279353279353.html>