

# 2021年中国碳酸饮料行业分析报告- 市场竞争格局与运营规划研究

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《2021年中国碳酸饮料行业分析报告-市场竞争格局与运营规划研究》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/544529544529.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

碳酸饮料类由大量的食品添加剂构成，部分碳酸饮料会导致人体细胞严重受损，在一定条件下充入二氧化碳气的饮料。碳酸饮料可分为果汁型、果味型、可乐型、低热量型、其他型等。

碳酸饮料主要分类 资料来源：观研天下整理

碳酸饮料类由大量的食品添加剂构成，部分碳酸饮料会导致碳酸饮料类由大量的食品添加剂构成，部分碳酸饮料会导致碳酸饮料产业链上游为碳酸饮料加工及灌装层。中游为碳酸饮料的流通，碳酸饮料主要出现在超市、商场、电子商务等场景售卖，肯德基、麦当劳等餐饮企业直接供应。下游则为碳酸饮料消费者。

碳酸饮料产业链 资料来源：观研天下整理

碳酸饮料类由大量的食品添加剂构成，部分碳酸饮料会导致当下消费者口味不断变化，碳酸饮料市场低迷。我国碳酸饮料的市场规模整体下滑，2013年约为782亿元，期间历经增长再下降，至2019年约为864亿元，2013-2019年的年均复合增长率为-1.65%。

2014-2019年我国碳酸饮料市场规模及增速 数据来源：观研天下整理

### 一、供应商的议价能力

对于碳酸饮料行业涑水，碳酸饮料产业链上游为碳酸饮料加工及灌装层。碳酸饮料生产设备技术水平较高的国家有德国、美国、意大利和瑞典等，主要厂商有利乐拉伐(瑞士)、GE A Group Aktiengesellschaft(德国)、阿法拉伐(瑞典)、克朗斯(德国)、斯必克流体(美国)、KH S(德国)等。亚洲的日本虽起步比较晚，却发展很快，在国际市场也占有一定地位，议价能力也比较强。

### 二、购买者的议价能力

购买者主要通过压价与要求提供较高的产品或服务质量的的能力，来影响行业中现有企业的盈利能力。碳酸饮料行业企业众多，集中度不高，而且行业内产品存在互相替代性，同质化程度高，竞争非常激烈，购买者的讨价还价能力强。

### 三、新进入者的威胁

碳酸饮料在消费升级、健康观念意识越来越强以及被贴上“不健康”标签的背景下，市场每况愈下，碳酸饮料“双雄”业绩惨淡。由于过量的糖分摄会导致健康问题，全球已经有数十个国家和地区实施“糖税”。在此推动下，碳酸饮料厂商开始争夺无糖市场。根据数据显示，2016年来我国无糖碳酸饮料市场规模持续上升，从11.7亿元增长至2019年的53.6亿元，复合年增长率达到66.08%；预计到2020年中国无糖碳酸饮料市场规模将达到69.6亿元，到2022年将达到109.3亿元。

2016-2022年中国无糖碳酸饮料市场规模及预测 数据来源：观研天下整理

### 四、替代品的威胁

碳酸饮料行业细分行业众多，没有被完全取代的可能。但是碳酸饮料行业中的细分行业

存在较多替代关系，例如瓶装水与其他饮料。

曾经风靡全球的碳酸饮料，在居民健康意识不断提高以及碳酸饮料替代品日益更新的情况下，市场日渐低迷，在消费者心中逐渐失宠。根据数据显示，2019年碳酸饮料在软饮料行业中市场份额从曾经的前三下滑至第四位，占比为14.94%。

2019年我国饮料细分市场市场份额分布情况 数据来源：观研天下整理

## 五、 同业竞争者的竞争程度

我国碳酸饮料工业起步较晚，20世纪初，随着帝国主义入侵，汽水设备和生产技术进入我国，1927年可口可乐公司在上海及天津设厂生产，打开了中国碳酸饮料的市场。随后，百事可乐加入竞争，至今，碳酸饮料市场仍然是可口可乐和百事可乐的天下。

2019年我国碳酸饮料市场竞争格局 数据来源：观研天下整理

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。（TJL）

我国碳酸饮料主要品牌

品牌

所属公司

概述

Coca-Cola可口可乐

可口可乐（中国）投资有限公司

可口可乐公司成立于1892年，总部设在美国乔治亚州亚特兰大，是全球最大的饮料公司,拥有全球48%市场占有率以及全球前三大饮料，可口可乐在200个国家拥有160种饮料品牌,包括汽水、运动饮料、乳类饮品、果汁、茶和咖啡，亦是全球最大的果汁饮料经销商。

PEPSI百事可乐

百事（中国）投资有限公司

主要业务包括桂格麦片食品、纯果乐果汁、佳得乐运动饮料、菲多利休闲食品和百事可乐饮料,以及其它数百种美味健康、全球消费者喜爱的食品及饮料产品。

雪碧

可口可乐（中国）投资有限公司

是全球较大的饮料公司之一，可口可乐在200个国家拥有160种饮料品牌，包括汽水、运动饮料、乳类饮品、果汁、茶和咖啡，亦是果汁饮料经销商(包括Minute Maid品牌)。

7-UP七喜

百事（中国）投资有限公司

百事旗下知名柠檬汽水品牌,始于1987年美国,专业食品和饮料制造销售的综合型企业。七喜由Howdy Corporation的创始人查尔斯格利戈创造。它在这之前的产品叫作Howdy橙味汽水。经过2年多时间对不同配方的尝试。查尔斯希望这一新的配方可以给消费者带来不同的感

受。

Mirinda美年达

百事（中国）投资有限公司

美年达是百事公司推出的一种果味碳酸饮料，百事公司的荣誉产品之一，主要于北美地区发行。美年达的口味包括有苹果、葡萄、橙、草莓、热情果、菠萝及西柚等，以橙味作为主要口味。

Fanta芬达

可口可乐（中国）投资有限公司

Fanta芬达，1940年代在欧洲开始风行的饮料，1960年被可口可乐公司并购,以橘子汽水为核心口味的软性碳酸饮料

健力宝

广东健力宝集团有限公司

一种橙黄色的可口饮料在三水酒厂开发出来。渗透着运动基因的健力宝能量配方横空出世。与碳酸饮料的本质区别是——健力宝的问世填补了国内含碱性电解质运动饮料的产品空白，含气是它为优化口感而特设的表现形式。

Schweppes怡泉

可口可乐（中国）投资有限公司

【怡泉】+C是可口可乐大家族全新上市的一款柠檬味汽水。清新的柠檬味口味汽水，添加维生素C，是消费者新的饮料选择。

北冰洋

北京市北冰洋食品公司

始于1936年,风靡八、九十年代的汽水品牌,北京市较早的人工制冰企业,专业从事饮料、罐头、冷食的生产。资料来源：观研天下整理

观研报告网发布的《2021年中国碳酸饮料行业分析报告-市场竞争格局与运营规划研究》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。

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年中国碳酸饮料行业发展概述

#### 第一节 碳酸饮料行业发展情况概述

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

#### 第二节 中国碳酸饮料行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、碳酸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、中国碳酸饮料行业产业链环节分析
  - 1、上游产业
  - 2、下游产业

#### 第三节 中国碳酸饮料行业生命周期分析

- 一、碳酸饮料行业生命周期理论概述
- 二、碳酸饮料行业所属的生命周期分析

#### 第四节 碳酸饮料行业经济指标分析

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

#### 第五节 中国碳酸饮料行业进入壁垒分析

- 一、碳酸饮料行业资金壁垒分析
- 二、碳酸饮料行业技术壁垒分析
- 三、碳酸饮料行业人才壁垒分析
- 四、碳酸饮料行业品牌壁垒分析
- 五、碳酸饮料行业其他壁垒分析

### 第二章 2017-2021年全球碳酸饮料行业市场发展现状分析

#### 第一节 全球碳酸饮料行业发展历程回顾

#### 第二节 全球碳酸饮料行业市场区域分布情况

#### 第三节 亚洲碳酸饮料行业地区市场分析

- 一、亚洲碳酸饮料行业市场现状分析
- 二、亚洲碳酸饮料行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲碳酸饮料行业市场前景分析

#### 第四节 北美碳酸饮料行业地区市场分析

- 一、北美碳酸饮料行业市场现状分析
- 二、北美碳酸饮料行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美碳酸饮料行业市场前景分析

#### 第五节 欧洲碳酸饮料行业地区市场分析

- 一、欧洲碳酸饮料行业市场现状分析
- 二、欧洲碳酸饮料行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲碳酸饮料行业市场前景分析

#### 第六节 2021-2026年世界碳酸饮料行业分布走势预测

#### 第七节 2021-2026年全球碳酸饮料行业市场规模预测

### 第三章 中国碳酸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、全社会消费品碳酸饮料总额

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 中国碳酸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 中国碳酸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 中国碳酸饮料行业运行情况

第一节 中国碳酸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 中国碳酸饮料行业市场规模分析

第三节 中国碳酸饮料行业供应情况分析

第四节 中国碳酸饮料行业需求情况分析

第五节 我国碳酸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、我国碳酸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 中国碳酸饮料行业供需平衡分析

第八节 中国碳酸饮料行业发展趋势分析

## 第五章 中国碳酸饮料所属行业运行数据监测

### 第一节 中国碳酸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 中国碳酸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 中国碳酸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年中国碳酸饮料市场格局分析

### 第一节 中国碳酸饮料行业竞争现状分析

#### 一、中国碳酸饮料行业竞争情况分析

#### 二、中国碳酸饮料行业主要品牌分析

### 第二节 中国碳酸饮料行业集中度分析

#### 一、中国碳酸饮料行业市场集中度影响因素分析

#### 二、中国碳酸饮料行业市场集中度分析

### 第三节 中国碳酸饮料行业存在的问题

### 第四节 中国碳酸饮料行业解决问题的策略分析

### 第五节 中国碳酸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年中国碳酸饮料行业需求特点与动态分析

### 第一节 中国碳酸饮料行业消费市场动态情况

### 第二节 中国碳酸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 碳酸饮料行业成本结构分析

第四节 碳酸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 中国碳酸饮料行业价格现状分析

第六节 中国碳酸饮料行业平均价格走势预测

一、中国碳酸饮料行业价格影响因素

二、中国碳酸饮料行业平均价格走势预测

三、中国碳酸饮料行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国碳酸饮料行业区域市场现状分析

第一节 中国碳酸饮料行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区碳酸饮料市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区碳酸饮料市场规模分析

四、华东地区碳酸饮料市场规模预测

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、华中地区碳酸饮料市场规模分析

四、华中地区碳酸饮料市场规模预测

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、华南地区碳酸饮料市场规模分析

四、华南地区碳酸饮料市场规模预测

第九章 2017-2021年中国碳酸饮料行业竞争情况

## 第一节 中国碳酸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 中国碳酸饮料行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

## 第三节 中国碳酸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 碳酸饮料行业企业分析（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年中国碳酸饮料行业发展前景分析与预测

### 第一节 中国碳酸饮料行业未来发展前景分析

#### 一、碳酸饮料行业国内投资环境分析

#### 二、中国碳酸饮料行业市场机会分析

#### 三、中国碳酸饮料行业投资增速预测

### 第二节 中国碳酸饮料行业未来发展趋势预测

### 第三节 中国碳酸饮料行业市场发展预测

#### 一、中国碳酸饮料行业市场规模预测

#### 二、中国碳酸饮料行业市场规模增速预测

#### 三、中国碳酸饮料行业产值规模预测

#### 四、中国碳酸饮料行业产值增速预测

#### 五、中国碳酸饮料行业供需情况预测

### 第四节 中国碳酸饮料行业盈利走势预测

#### 一、中国碳酸饮料行业毛利润同比增速预测

#### 二、中国碳酸饮料行业利润总额同比增速预测

## 第十二章 2021-2026年中国碳酸饮料行业投资风险与营销分析

### 第一节 碳酸饮料行业投资风险分析

#### 一、碳酸饮料行业政策风险分析

#### 二、碳酸饮料行业技术风险分析

#### 三、碳酸饮料行业竞争风险分析

#### 四、碳酸饮料行业其他风险分析

## 第二节 碳酸饮料行业应对策略

- 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年中国碳酸饮料行业发展战略及规划建议

### 第一节 中国碳酸饮料行业品牌战略分析

- 一、碳酸饮料企业品牌的重要性
- 二、碳酸饮料企业实施品牌战略的意义
- 三、碳酸饮料企业品牌的现状分析
- 四、碳酸饮料企业的品牌战略
- 五、碳酸饮料品牌战略管理的策略

### 第二节 中国碳酸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 中国碳酸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年中国碳酸饮料行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国碳酸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 中国碳酸饮料行业营销渠道策略

- 一、碳酸饮料行业渠道选择策略
- 二、碳酸饮料行业营销策略

第三节 中国碳酸饮料行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国碳酸饮料行业重点投资区域分析

二、中国碳酸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/544529544529.html>