

中国饮料包装市场发展深度分析与投资前景预测 报告（2022-2029年）

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《中国饮料包装市场发展深度分析与投资前景预测报告（2022-2029年）》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：<https://www.chinabaogao.com/baogao/202202/576260.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：sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

饮料包装主要是指用合适的材料、容器、工艺、装潢、结构设计等手段将饮料包裹和装饰，以便在饮料的加工、运输、贮存、销售过程中保持饮料品质或增加其商品价值。

饮料包装分类多样。按包装材料的品种分，可分为纸包装、金属包装、玻璃和陶瓷容器包装、塑料包装、复合材料包装等；按饮料包装方式分，可分为真空包装、气体置换包装(充气包装)、无菌包装、收缩包装；按饮料的流通状态分类，可分为冷藏包装(0~10℃流通销售)、冷冻包装和常温包装；按包装食品的状态分，可分为液体包装和固体包装。

饮料包装分类

按包装层次分类

内包装

内包装是指直接包裹饮料的包装，也就是销售包装。采用适当的包装材料、容器和包装技术把饮料包裹成一瓶、一袋或一罐。

外包装

外包装指包装货物外层的包装，将物品装入箱、袋、桶(带盖)、罐等容器中，或直接捆扎起来，并标明符号、商标等标志的状态。

按饮料包装功能要求分

销售包装

销售包装具有个体包装和内包装的功能，是一种促进销售，方便消费者选购的包装形式；它具有保护和美化商品的作用。包装的食品作为整体销售，在这种包装上附有商标、图案、文字、说明等食品标签内容。

运输包装

运输包装类似于外包装，通常是将若干个体包装按规定数量组成一个整体。如将27包软包装饮料组成一纸箱，24瓶(罐)装饮料组成一箱；或采用集装包、集装袋、集装箱、托盘等集合包装形式，把几个较小的包装单元集合起来，成为一个更大的包装单元的方式。这种包装便于商品长途运输、装卸、暂时存放，以提高商品流通效率，缩短运输时间并减少包装食品的损坏。

按包装材料的品种分

可分为纸包装、金属包装、玻璃和陶瓷容器包装、塑料包装、复合材料包装等

按包装容器的柔韧性分

可分为软包装和硬包装；按包装的外形状态可分为有角度包装及圆筒形包装

按包装材料的阻隔性分

可分为防湿(潮)包装、阻气包装、隔光包装等

按包装容器的使用次数分

可分为一次性包装，如纸、塑料、金属、复合材料构成的容器和复用性包装，如可直接清洗、消毒、灭菌再使用的玻璃

按包装食品的状态分

可分为液体包装和固体包装

按其性质分类

可分为新鲜饮料包装、热杀菌饮料包装、冷冻饮料包装、干燥饮料包装、微波或辐照饮料包装等。

按饮料包装方式分

可分为真空包装、气体置换包装(充气包装)、无菌包装、收缩包装

按饮料的流通状态分

可分为冷藏包装(0~10℃流通销售)、冷冻包装和常温包装

资料来源：观研天下整理

近年来，随着国民经济持续稳定增长、居民消费水平的不断提升及消费结构的升级，中国饮料行业呈现出良好的增长态势。数据显示，2021年，我国饮料制造业营业收入达到16034.0亿元，同比增长13.1%，行业实现利润总额达到2643.7亿元，同比增长24.1%。

虽然在2020年受疫情影响，饮料产量有所下滑。但进入2021年，随着疫情得到有效控制，企业开工率提升，产量恢复增长。数据显示，2021年全国饮料产量为18333.8万吨，同比增长12%。

数据来源：观研天下整理

与此同时，近年来随着经济生活水平的提高、消费结构的变化以及购买渠道的多元化，让能量饮料、即饮咖啡、包装饮用水、运动饮料、亚洲特色饮料增速格外明显。

以能量饮料为例，根据中国能量饮料第一股东鹏饮料发布2021年度业绩快报显示，2021年实现的营业总收入约69.78亿元，同比增长40.72%；归属于上市公司股东的净利润11.93亿元，同比增长46.90%。而这可见我国能量饮料市场有着较大的空间。

自2016年以来，我国能量饮料市场呈现快速增长态势。数据显示，2020年我国能量饮料市场规模从2016年的711亿元增长到了1224亿元，预计2021年我国能量饮料市场规模将达到1339亿元。

数据来源：观研天下整理

虽然市场呈现快速增长，但由于我国能量饮料市场起步晚，能量饮料的人均消费水平仍显著偏低，因此未来仍有着较大的发展空间。根据相关数据显示，2017年中国大陆功能饮料4人平均消费量为2.2升，消费金额为6.2美元，人均消费金额不足中国香港的50%，与英国、日本和美国差距更大，约10%-20%。虽然现在已到2022年，我国功能饮料人均消费量与消费金额均有所增长，但估计仍旧与英美日等国家有着一定的差距。

数据来源：观研天下整理

数据来源：观研天下整理

在此背景下，随着饮料消费市场的稳步增长，我国饮料包装市场也在不断发展。根据数据显示，2021年我国包装专用设备产量为754335台，同比增长57.1%，产量大幅增长。

数据来源：观研天下整理

目前我国饮料包装技术主要有热灌装、水灌装技术、PET无菌冷灌装、无菌灌装。其中我国在热灌装技术较为成熟，PET无菌冷灌装市场需求主要依赖进口。

我国饮料包装主要技术

热灌装技术

主要应用在茶饮、低浓度果汁、功能饮料领域

水灌装技术

主要应用在包装饮用水领域

PET无菌冷灌装技术

主要应用在气泡水领域

无菌灌装技术

主要应用在乳品饮料领域

资料来源：观研天下整理

无菌灌装技术由于当前饮料行业逐渐向无糖无添加方向发展，低糖/无糖饮料和含乳饮料市场需求持续攀升，无菌罐装无需添加防腐剂，能够保留产品的营养和口感，因此行业得到快速发展，未来将成饮料包装主要方式。

据了解，无菌灌装设备是将经过灭菌的饮料产品在无菌环境中灌装进入无菌的容器中，进行封口，过程不添加防腐剂，让产品在常温的条件下获得较长的保存期。对比传统热灌装，无菌冷灌装技术工艺要求复杂，产品也具有一定的风险性，但是其产品在饮料营养与保鲜方面，具有热灌装无法比拟的优势，随着现代灌装技术日趋完善，无菌冷灌装将会逐步替代热灌装成为饮料包装最主要方式。目前在实际应用中，乳品饮料行业使用较多，其中低温产品灌装多使用超洁净灌装设备，常温产品多使用无菌灌装设备。

无菌冷灌装技术工艺与传统热灌装工艺对比情况

传统热灌装

无菌冷灌装

优点

工艺成熟，产品风险性小，操作比较简单，对员工的技能要求不是很高

在饮料营养与保鲜方面优势明显

缺点

饮料保鲜方面的缺点无法彻底解决

技术工艺要求复杂，产品具有一定的风险性

资料来源：观研天下整理（WW）

受益于无菌灌装技术发展向好，资本也先后布局该赛道。例如在2014年7月，常州斯开龙包装机械有限公司由上海斯开龙有限公司投资10亿元建设，是全球唯一拥有生产无菌屋顶包冷灌装30（常温灌装）设备技术的厂家，研发生产的全自动高速无菌灌装机、无菌复合包装材料，拥有完全自主知识产权，填补了国内空白。

2020年4月，三元股份发布关于公司瀛海工业园新建无菌灌装生产线的公告。宣布公司在瀛海工业园现有液奶车间内新建一条产能约9700吨的无菌灌装生产线，该项目总投资额约2125万元，资金来源为公司自筹资金。项目建设期预计12个月，投资回收期约4年。

到2021年初，由中亚机械生产的杯装无菌磁悬浮生产线正式交付鹤壁李子园工业园并投入使用，这是该公司在与伊利、蒙牛、光明、今麦郎、元气森林等国内知名乳制品、饮料供应商达成合作之后，对食品饮料无菌灌装领域的又一布局。截至目前，该公司订单中有30多条无菌瓶装及杯装灌装设备生产线，国产无菌灌装设备在食品饮料领域广泛应用。

另外中亚股份目前也向市场投入了无菌灌装设备包括直线式无菌瓶装灌装设备、无菌联杯灌装设备、无菌预制杯灌装设备、旋转式多功能无菌吹灌旋一体设备和无菌软袋灌装设备五大

类。

观研报告网发布的《中国饮料包装市场发展深度分析与投资前景预测报告（2022-2029年）》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，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 2018-2022年中国饮料包装行业发展概述

第一节 饮料包装行业发展情况概述

一、饮料包装行业相关定义

二、饮料包装行业基本情况介绍

三、饮料包装行业发展特点分析

四、饮料包装行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、饮料包装行业需求主体分析

第二节中国饮料包装行业生命周期分析

一、饮料包装行业生命周期理论概述

二、饮料包装行业所属的生命周期分析

第三节饮料包装行业经济指标分析

一、饮料包装行业的赢利性分析

二、饮料包装行业的经济周期分析

三、饮料包装行业附加值的提升空间分析

第二章 2018-2022年全球饮料包装行业市场发展现状分析

第一节全球饮料包装行业发展历程回顾

第二节全球饮料包装行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲饮料包装行业地区市场分析

一、亚洲饮料包装行业市场现状分析

二、亚洲饮料包装行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲饮料包装行业市场前景分析

第四节北美饮料包装行业地区市场分析

一、北美饮料包装行业市场现状分析

二、北美饮料包装行业市场规模与市场需求分析

三、北美饮料包装行业市场前景分析

第五节欧洲饮料包装行业地区市场分析

一、欧洲饮料包装行业市场现状分析

二、欧洲饮料包装行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲饮料包装行业市场前景分析

第六节 2022-2029年世界饮料包装行业分布走势预测

第七节 2022-2029年全球饮料包装行业市场规模预测

第三章 中国饮料包装行业产业发展环境分析

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、全社会消费品零售总额

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 我国宏观经济环境对饮料包装行业的影响分析

第三节 中国饮料包装行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节 政策环境对饮料包装行业的影响分析

第五节 中国饮料包装行业产业社会环境分析

第四章 中国饮料包装行业运行情况

第一节 中国饮料包装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

三、行业发展特点分析

第二节 中国饮料包装行业市场规模分析

一、影响中国饮料包装行业市场规模的因素

二、中国饮料包装行业市场规模

三、中国饮料包装行业市场规模解析

第三节 中国饮料包装行业供应情况分析

一、中国饮料包装行业供应规模

二、中国饮料包装行业供应特点

第四节 中国饮料包装行业需求情况分析

一、中国饮料包装行业需求规模

二、中国饮料包装行业需求特点

第五节 中国饮料包装行业供需平衡分析

第五章 中国饮料包装行业产业链和细分市场分析

第一节 中国饮料包装行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、饮料包装行业产业链图解

第二节 中国饮料包装行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对饮料包装行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对饮料包装行业的影响分析

第三节 我国饮料包装行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2018-2022年中国饮料包装行业市场竞争分析

第一节 中国饮料包装行业竞争要素分析

一、产品竞争

二、服务竞争

三、渠道竞争

四、其他竞争

第二节 中国饮料包装行业竞争现状分析

一、中国饮料包装行业竞争格局分析

二、中国饮料包装行业主要品牌分析

第三节 中国饮料包装行业集中度分析

一、中国饮料包装行业市场集中度影响因素分析

二、中国饮料包装行业市场集中度分析

第七章 2018-2022年中国饮料包装行业模型分析

第一节 中国饮料包装行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节 中国饮料包装行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国饮料包装行业SWOT分析结论

第三节中国饮料包装行业竞争环境分析(PEST)

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2018-2022年中国饮料包装行业需求特点与动态分析

第一节中国饮料包装行业市场动态情况

第二节中国饮料包装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

第三节饮料包装行业成本结构分析

第四节饮料包装行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国饮料包装行业价格现状分析

第六节中国饮料包装行业平均价格走势预测

一、中国饮料包装行业平均价格趋势分析

二、中国饮料包装行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国饮料包装行业所属行业运行数据监测

第一节中国饮料包装行业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

第二节中国饮料包装行业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

第三节中国饮料包装行业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

第十章 2018-2022年中国饮料包装行业区域市场现状分析

第一节中国饮料包装行业区域市场规模分析

影响饮料包装行业区域市场分布的因素

中国饮料包装行业区域市场分布

第二节中国华东地区饮料包装行业市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区饮料包装行业市场分析
 - (1) 华东地区饮料包装行业市场规模
 - (2) 华南地区饮料包装行业市场现状
 - (3) 华东地区饮料包装行业市场规模预测

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、华中地区饮料包装行业市场分析
 - (1) 华中地区饮料包装行业市场规模
 - (2) 华中地区饮料包装行业市场现状
 - (3) 华中地区饮料包装行业市场规模预测

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、华南地区饮料包装行业市场分析
 - (1) 华南地区饮料包装行业市场规模
 - (2) 华南地区饮料包装行业市场现状
 - (3) 华南地区饮料包装行业市场规模预测

第五节华北地区饮料包装行业市场分析

- 一、华北地区概述
- 二、华北地区经济环境分析

三、华北地区饮料包装行业市场分析

- (1) 华北地区饮料包装行业市场规模
- (2) 华北地区饮料包装行业市场现状
- (3) 华北地区饮料包装行业市场规模预测

第六节东北地区市场分析

- 一、东北地区概述
- 二、东北地区经济环境分析
- 三、东北地区饮料包装行业市场分析
 - (1) 东北地区饮料包装行业市场规模
 - (2) 东北地区饮料包装行业市场现状
 - (3) 东北地区饮料包装行业市场规模预测

第七节西南地区市场分析

- 一、西南地区概述
- 二、西南地区经济环境分析
- 三、西南地区饮料包装行业市场分析
 - (1) 西南地区饮料包装行业市场规模
 - (2) 西南地区饮料包装行业市场现状
 - (3) 西南地区饮料包装行业市场规模预测

第八节西北地区市场分析

- 一、西北地区概述
- 二、西北地区经济环境分析
- 三、西北地区饮料包装行业市场分析
 - (1) 西北地区饮料包装行业市场规模
 - (2) 西北地区饮料包装行业市场现状
 - (3) 西北地区饮料包装行业市场规模预测

第十一章 饮料包装行业企业分析（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、公司优势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十二章 2022-2029年中国饮料包装行业发展前景分析与预测

第一节中国饮料包装行业未来发展前景分析

一、饮料包装行业国内投资环境分析

二、中国饮料包装行业市场机会分析

三、中国饮料包装行业投资增速预测

第二节中国饮料包装行业未来发展趋势预测

第三节中国饮料包装行业规模发展预测

一、中国饮料包装行业市场规模预测

二、中国饮料包装行业市场规模增速预测

三、中国饮料包装行业产值规模预测

四、中国饮料包装行业产值增速预测

五、中国饮料包装行业供需情况预测

第四节中国饮料包装行业盈利走势预测

第十三章 2022-2029年中国饮料包装行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国饮料包装行业进入壁垒分析

一、饮料包装行业资金壁垒分析

二、饮料包装行业技术壁垒分析

三、饮料包装行业人才壁垒分析

四、饮料包装行业品牌壁垒分析

五、饮料包装行业其他壁垒分析

第二节饮料包装行业风险分析

一、饮料包装行业宏观环境风险

二、饮料包装行业技术风险

三、饮料包装行业竞争风险

四、饮料包装行业其他风险

第三节中国饮料包装行业存在的问题

第四节中国饮料包装行业解决问题的策略分析

第十四章 2022-2029年中国饮料包装行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国饮料包装行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国饮料包装行业进入策略分析

一、目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节饮料包装行业营销策略分析

一、饮料包装行业产品营销

二、饮料包装行业定价策略

三、饮料包装行业渠道选择策略

第四节观研天下分析师投资建议

详细请访问：<https://www.chinabaogao.com/baogao/202202/576260.html>