

2022年中国饮料制造行业分析报告- 产业竞争现状与发展商机研究

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《2022年中国饮料制造行业分析报告-产业竞争现状与发展商机研究》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://www.chinabaogao.com/baogao/202201/566983.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

根据中国证监会《上市公司行业分类指引（2012年修订）》，饮料制造行业属于“制造业”之“酒、饮料和精制茶制造业”（行业分类代码C15）。

根据《国民经济行业分类标准》（GB/T4754-2017），饮料制造行业属于“制造业”之“酒、饮料和精制茶制造业”之“饮料制造”（行业分类代码C152）。

根据《饮料通则》（GB/T10789—2015），饮料指经过定量包装的，供直接饮用或按一定比例用水冲调或冲泡饮用的，乙醇含量（质量分数）不超过0.5%的制品，也可为饮料浓浆或固体形态。按原料和产品性状，饮料划分为包装饮用水、果蔬汁类及其饮料、蛋白饮料、碳酸饮料（汽水）、特殊用途饮料、风味饮料、茶（类）饮料、咖啡（类）饮料、植物饮料、固体饮料，以及其他类饮料等11个类别，每一类别又包括若干种类。

1、行业主管部门与监管体制

目前国内饮料行业遵循市场化发展模式，自主经营。监管主要分为以政府部门为主导的强制监管以及以行业协会为主导的自律监管。饮料行业监管部门主要由国务院食品安全委员会、国家市场监督管理总局、国家卫生健康委员会等共同构成。饮料加工行业自律组织为中国食品工业协会及中国饮料工业协会。行业监管体制具体如下：

（1）国务院食品安全委员会：统筹指导、提出政策、督促落实

2010年2月6日，国务院设立食品安全委员会，作为国务院食品安全工作的高层次议事协调机构，其主要职责是分析食品安全形势，研究部署、统筹指导食品安全工作；提出食品安全监管的重大政策措施；督促落实食品安全监管责任。2013年3月14日，经十二届全国人大一次会议表决通过，保留国务院食品安全委员会，其具体工作由国家食药监总局（职能现已整合至国家市场监督管理总局）承担。

（2）国家市场监督管理总局：负责食品安全监督管理及综合协调

国家市场监督管理总局为国务院直属机构，下设食品安全协调司、食品生产安全监督管理司、食品经营安全监督管理司、特殊食品安全监督管理司、食品安全抽检监测司等多个食品安全监管机构，其主要职责包括：

负责食品安全监督管理综合协调。组织制定食品安全重大政策并组织实施。负责食品安全应急体系建设，组织指导重大食品安全事件应急处置和调查处理工作。建立健全食品安全重要信息直报制度。承担国务院食品安全委员会日常工作。

负责食品安全监督管理。建立覆盖食品生产、流通、消费全过程的监督检查制度和隐患排查治理机制并组织实施，防范区域性、系统性食品安全风险。推动建立食品生产经营者落实主体责任的机制，健全食品安全追溯体系。组织开展食品安全监督抽检、风险监测、核查处置和风险预警、风险交流工作。组织实施特殊食品注册、备案和监督管理。

（3）国家卫生健康委员会：负责检查和评估食品安全风险，制定食品安全国家标准

国家卫生健康委员会为国务院组成部门，下设食品安全标准与监测评估司，其主要职责是

组织拟订食品安全国家标准，开展食品安全风险监测、评估和交流，承担新食品原料、食品添加剂新品种、食品相关产品新品种的安全性审查。

（4）中国食品工业协会、中国饮料工业协会：行业自律

全国性行业自律性组织包括中国食品工业协会、中国饮料工业协会。

中国食品工业协会于1981年经国务院批准成立，是全国食品工业的行业组织，其主要职责包括：协助政府在食品工业领域开展统筹、规划、协调工作，加强对食品工业企业的指导和服务，促进交流与合作，推动行业标准化，推动科技发展与应用，约束行业行为，帮助企业成长，推动全民营养，发展公益事业，推动中国食品工业持续健康发展。

中国饮料工业协会成立于1993年，是饮料行业及相关企业、事业单位自愿参加的非营利性、全国性社团组织，是经民政部批准的国家一级协会。其主要职责是：对饮料行业基础资料进行调查、统计，掌握行业全面情况，开展市场调查和行业研究；提出饮料行业发展规划、经济技术政策、扶优限劣政策及经济立法等方面的建议；组织和参与制（修）订饮料行业的国家食品安全标准和产品的国家标准、行业标准；组织制定社团标准；围绕产品质量与安全开展行业自律和质量评价工作等。

2、行业主要法律法规及政策

（1）行业主要法律法规

法律法规名称

颁布单位

文号

实施时间

《食品生产许可管理办法》

国家市场监督管

理总局

总局令第 24 号

2020 年

《中华人民共和国食品安全法实施条例》（2019年修订）

国务院

国务院令第 721 号

2019 年

《食品安全抽样检验管理办法》

国家市场监督管理总局

总局令第 15 号

2019 年

《中华人民共和国食品安全法》（2018修正）

全国人大常委会

主席令第 22 号

2018 年

《中华人民共和国产品质量法》（2018修正）

全国人大常委会

主席令第 22 号

2018 年

《中华人民共和国广告法》（2018年修订）

全国人大常委会

主席令第 22 号

2018 年

《国家食品安全监督抽检实施细则》（2018年版）

国家食品药品监督管理总局

食药监办食监三〔2018〕14号

2018 年

《饮料生产许可审查细则》（2017年版）

国家食品药品监督管理总局

总局公告 2017 年第166 号

2017 年

《关于食品生产经营企业建立食品安全追溯体系的若干规定》

国家食品药品监督管理总局

总局公告 2017 年第39 号

2017 年

《食品、保健食品欺诈和虚假宣传整治方案》

国务院食品安全办等9部门

食安办〔2017〕20

号

2017 年

《关于贯彻实施 食品生产许可管理办法 有关问题的通知》

国家食品药品监督管理总局

食药监食监一〔2017〕53 号

2017 年

《食品安全工作评议考核办法》

国务院

国办发〔2016〕65

号

2016 年

《食品生产经营日常监督检查管理办法》

国家食品药品监督管理总局

总局令第 23 号

2016 年

《网络食品安全违法行为查处办法》

国家食品药品监督管理总局

总局令第 27 号

2016 年

《食品药品投诉举报管理办法》

国家食品药品监督管理总局

总局令第 21 号

2016 年

《食品经营许可审查通则（试行）》

国家食品药品监督管理总局

食药监食监二〔2015〕228 号

2015 年

《关于贯彻落实 食品召回管理办法 的实施意见》

国家食品药品监督管理总局

食药监法〔2015〕227 号

2015 年

《食品召回管理办法》

国家食品药品监督管理总局

总局令第 12 号

2015 年

《中华人民共和国消费者权益保护法》（2013年修订）

全国人大常委会

主席令第 7 号

2014 年

《食品标识管理规定》（2009年修订）

国家质检总局

总局令第 123 号

2009 年

《中华人民共和国农产品质量安全法》

全国人大常委会

主席令第 49 号

2006 年

《定量包装商品计量监督管理办法》

国家质检总局

总局令第 75 号

2006 年

资料来源：观研天下整理

(2) 行业主要标准

行业标准名称

颁布单位

文号

实施时间

《食品安全国家标准食品中农药最大残留限量》

农业农村部、国家卫生健康委员会、国家市场监督管理总局

GB2763-2019

2020 年

《食品安全国家标准饮料生产卫生规范》

国家卫计委、国家食品药品监督管理总局

GB12695-2016

2017 年

《食品安全国家标准食品中真菌毒素限量》

国家卫计委、国家食品药品监督管理总局

GB2761-2017

2017 年

《食品安全国家标准食品中污染物限量》

国家卫计委、国家食品药品监督管理总局

GB2762-2017

2017 年

《食品安全国家标准饮料》

国家卫计委

GB7101-2015

2016 年

《饮料通则》

国家质检总局、国家标准化管理委员会

GB/T10789-2015

2016 年

《食品安全国家标准食品添加剂使用标准》

国家卫计委

GB2760-2014

2015 年

《食品安全国家标准食品生产通用卫生规范》

国家卫计委

GB14881-2013

2014 年

《食品安全国家标准食品中致病菌限量》

国家卫计委

GB29921-2013

2014 年

《食品安全国家标准预包装食品营养标签通则》

卫生部

GB28050-2011

2013 年

《食品安全国家标准预包装食品标签通则》

卫生部

GB7718-2011

2012 年

资料来源：观研天下整理

（3）行业主要政策

发布时间

发布单位

政策名称

重点内容

2016年3月

全国人民代表大会

《中华人民共和国国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》（2016-2020年）

实施食品安全战略。完善食品安全法规制度，提高食品安全标准，强化源头治理，全面落实企业主体责任，实施网格化监管，提高监督检查频次和抽检监测覆盖面，实行全产业链可追溯管理。

2016年5月

国务院

《关于开展消费品工业“三品”专项行动营造良好市场环境的若干意见》（国办发[2016]40号）

要开展消费品工业“三品”专项行动，要增品种、提品质、创品牌，并提出了“到2020年，消费品工业传统优势得到巩固提升，新兴产业不断壮大，市场环境进一步优化，“三品”专项行动取得积极进展，品种丰富度、品质满意度、品牌认可度明显提升，产品和服务对消费升级的适应能力显著增强”

2016年11月

国家卫计委

《食品安全标准与监测评估“十三五”规划》

要不断健全食品安全标准体系，提升标准实用性；提高风险监测工作质量，提升监测科学性；夯实风险评估工作基础，保障风险评估权威性；加强食源性疾病预防报告，提高通报及时性；加强营养与食品安全知识科普宣传，防控食品安全引发的营养健康问题等。

2017年1月

国家发改委、工业和信息化部

《关于促进食品工业健康发展的指导意见》（发改产业[2017]19号）

到2020年，食品工业规模化、智能化、集约化、绿色化发展水平明显提升，供给质量和效率显著提高。产业规模不断壮大，产业结构持续优化，规模以上食品工业企业主营业务收入预期年均增长7%左右等。

2017年2月

国务院

《“十三五”国家食品安全规划》

要全面落实企业主体责任，加快食品安全标准与国际接轨，完善法律法规制度，严格源头治理，严格过程监管，强化抽样检验，严厉处罚违法违规行为，提升技术支撑能力，加快建立职业化检查员队伍，加快形成社会共治格局。

2017年5月

科技部

《“十三五”食品科技创新专项规划》（国科发农[2017]143号）

明确“十三五”时期食品科技创新的发展思路与目标，细化重点任务与措施，全面推进食品科技创新工作和产业化发展。

2019年5月

中共中央、国务院

《关于深化改革加强食品安全工作的意见》

要推动食品产业高质量发展：推动食品产业转型升级，调整优化食品产业布局，鼓励企业获

得认证认可，实施增品种、提品质、创品牌行动。引导食品企业延伸产业链条，建立优质原料生产基地及配套设施，加强与电商平台深度融合，打造有影响力的百年品牌。

资料来源：观研天下整理（YYJ）

行业分析报告是决策者了解行业信息、掌握行业现状、判断行业趋势的重要参考依据。随着国内外经济形势调整，未来我国各行业的发展都将进入新阶段，决策和判断也需要更加谨慎。在信息时代中谁掌握更多的行业信息，谁将在未来竞争和发展中处于更有利的位置。

观研报告网发布的《2022年中国饮料制造行业分析报告-产业竞争现状与发展商机研究》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。

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2018-2022年中国饮料制造行业发展概述

第一节 饮料制造行业发展情况概述

一、饮料制造行业相关定义

二、饮料制造行业基本情况介绍

三、饮料制造行业发展特点分析

四、饮料制造行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、饮料制造行业需求主体分析

第二节 中国饮料制造行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、饮料制造行业产业链条分析

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、中国饮料制造行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国饮料制造行业生命周期分析

一、饮料制造行业生命周期理论概述

二、饮料制造行业所属的生命周期分析

第四节 饮料制造行业经济指标分析

一、饮料制造行业的赢利性分析

二、饮料制造行业的经济周期分析

三、饮料制造行业附加值的提升空间分析

第五节 中国饮料制造行业进入壁垒分析

一、饮料制造行业资金壁垒分析

二、饮料制造行业技术壁垒分析

三、饮料制造行业人才壁垒分析

四、饮料制造行业品牌壁垒分析

五、饮料制造行业其他壁垒分析

第二章2018-2022年全球饮料制造行业市场发展现状分析

第一节 全球饮料制造行业发展历程回顾

第二节 全球饮料制造行业市场区域分布情况

第三节 亚洲饮料制造行业地区市场分析

一、亚洲饮料制造行业市场现状分析

- 二、亚洲饮料制造行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲饮料制造行业市场前景分析
- 第四节 北美饮料制造行业地区市场分析
 - 一、北美饮料制造行业市场现状分析
 - 二、北美饮料制造行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美饮料制造行业市场前景分析
- 第五节 欧洲饮料制造行业地区市场分析
 - 一、欧洲饮料制造行业市场现状分析
 - 二、欧洲饮料制造行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧洲饮料制造行业市场前景分析
- 第六节2022-2027年世界饮料制造行业分布走势预测
- 第七节2022-2027年全球饮料制造行业市场规模预测

第三章 中国饮料制造产业发展环境分析

- 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 中国饮料制造行业政策环境分析
 - 一、行业监管体制现状
 - 二、行业主要政策法规
- 第三节 中国饮料制造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 中国饮料制造行业运行情况

- 第一节 中国饮料制造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 中国饮料制造行业市场规模分析

第三节 中国饮料制造行业供应情况分析

第四节 中国饮料制造行业需求情况分析

第五节 我国饮料制造行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第六节 中国饮料制造行业供需平衡分析

第七节 中国饮料制造行业发展趋势分析

第五章 中国饮料制造所属行业运行数据监测

第一节 中国饮料制造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 中国饮料制造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 中国饮料制造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 2018-2022年中国饮料制造市场格局分析

第一节 中国饮料制造行业竞争现状分析

一、中国饮料制造行业竞争情况分析

二、中国饮料制造行业主要品牌分析

第二节 中国饮料制造行业集中度分析

一、中国饮料制造行业市场集中度影响因素分析

二、中国饮料制造行业市场集中度分析

第三节 中国饮料制造行业存在的问题

第四节 中国饮料制造行业解决问题的策略分析

第五节 中国饮料制造行业钻石模型分析

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2018-2022年中国饮料制造行业需求特点与动态分析

第一节 中国饮料制造行业消费市场动态情况

第二节 中国饮料制造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 饮料制造行业成本结构分析

第四节 饮料制造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 中国饮料制造行业价格现状分析

第六节 中国饮料制造行业平均价格走势预测

一、中国饮料制造行业价格影响因素

二、中国饮料制造行业平均价格走势预测

三、中国饮料制造行业平均价格增速预测

第八章2018-2022年中国饮料制造行业区域市场现状分析

第一节 中国饮料制造行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区饮料制造市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区饮料制造市场规模分析

四、华东地区饮料制造市场规模预测

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、华中地区饮料制造市场规模分析
- 四、华中地区饮料制造市场规模预测

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、华南地区饮料制造市场规模分析
- 四、华南地区饮料制造市场规模预测

第五节 华北地区饮料制造市场分析

- 一、华北地区概述
- 二、华北地区经济环境分析
- 三、华北地区饮料制造市场规模分析
- 四、华北地区饮料制造市场规模预测

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、东北地区饮料制造市场规模分析
- 四、东北地区饮料制造市场规模预测

第七节 西部地区市场分析

- 一、西部地区概述
- 二、西部地区经济环境分析
- 三、西部地区饮料制造市场规模分析
- 四、西部地区饮料制造市场规模预测

第九章2018-2022年中国饮料制造行业竞争情况

第一节 中国饮料制造行业竞争结构分析（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 中国饮料制造行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国饮料制造行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 饮料制造行业企业分析（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2022-2027年中国饮料制造行业发展前景分析与预测

第一节 中国饮料制造行业未来发展前景分析

- 一、饮料制造行业国内投资环境分析
- 二、中国饮料制造行业市场机会分析
- 三、中国饮料制造行业投资增速预测

第二节 中国饮料制造行业未来发展趋势预测

第三节 中国饮料制造行业市场发展预测

- 一、中国饮料制造行业市场规模预测
- 二、中国饮料制造行业市场规模增速预测
- 三、中国饮料制造行业产值规模预测
- 四、中国饮料制造行业产值增速预测
- 五、中国饮料制造行业供需情况预测

第四节 中国饮料制造行业盈利走势预测

- 一、中国饮料制造行业毛利润同比增速预测
- 二、中国饮料制造行业利润总额同比增速预测

第十二章2022-2027年中国饮料制造行业投资风险与营销分析

第一节 饮料制造行业投资风险分析

- 一、饮料制造行业政策风险分析
- 二、饮料制造行业技术风险分析
- 三、饮料制造行业竞争风险
- 四、饮料制造行业其他风险分析

第二节 饮料制造行业应对策略

- 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2022-2027年中国饮料制造行业发展战略及规划建议

第一节 中国饮料制造行业品牌战略分析

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

第二节 中国饮料制造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 中国饮料制造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 2022-2027年中国饮料制造行业发展策略及投资建议

第一节 中国饮料制造行业产品策略分析

- 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 中国饮料制造行业营销渠道策略

- 一、饮料制造行业渠道选择策略
- 二、饮料制造行业营销策略

第三节 中国饮料制造行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国饮料制造行业重点投资区域分析
- 二、中国饮料制造行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202201/566983.html>