

2016-2022年中国软饮料产业发展态势与运行态势 预测报告

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《2016-2022年中国软饮料产业发展态势与运行态势预测报告》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/238359238359.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

中国报告网发布的《2016-2022年中国软饮料产业发展态势与运行态势预测报告》首先介绍了软饮料行业市场相关概念、分类、应用、经营模式，行业全球及中国市场现状，产业政策生产工艺技术等，接着统计了行业部分企业盈利、负债、成长能力等详细数据，对行业现有竞争格局与态势做了深度剖析；结合产业上下游市场、营销渠道及中国政策环境，经济环境，对行业未来投资前景作出审慎分析与预测。

第一章：中国软饮料行业发展综述

1.1 软饮料行业定义及分类

1.1.1 行业概念及定义

1.1.2 行业主要产品大类

1.2 软饮料行业统计标准

1.2.1 软饮料行业统计部门和统计口径

1.2.2 软饮料行业统计方法

1.2.3 软饮料行业数据种类

1.3 行业经济环境分析

1.3.1 国际宏观经济环境分析

1.3.2 国家宏观经济环境分析

1.4 行业政策环境分析

1.4.1 行业最新政策动态

1.4.2 行业相关行业标准

1.4.3 行业质量安全法规

1.4.4 行业贸易环境分析

1.4.5 行业“十三五”发展规划

1.5 行业社会环境分析

1.5.1 社会消费观念变化的影响

1.5.2 行业发展面临的资源瓶颈

1.5.3 行业发展面临的安全问题

第二章：2013-2015年中国软饮料行业发展状况分析

2.1 中国软饮料行业发展状况分析

2.1.1 中国软饮料行业发展总体概况

2.1.2 2013-2015年软饮料行业经营情况分析

2.2 2013-2015年软饮料行业经济指标分析

2.2.1 中国软饮料行业经济效益影响因素分析

2.2.2 2013-2015年软饮料行业经济指标分析

2.3 2013-2015年软饮料行业供需平衡分析

2.3.1 2013-2015年全国软饮料行业供给情况分析

2.3.2 2013-2015年各地区软饮料行业供给情况分析

2.3.3 2013-2015年全国软饮料行业需求情况分析

2.3.4 2013-2015年各地区软饮料行业需求情况分析

2.3.5 2013-2015年全国软饮料行业产销率分析

第三章：中国软饮料行业产业链分析

3.1 软饮料行业产业链简介

3.2 行业消费需求分析

3.2.1 居民收入水平分析

3.2.2 居民消费水平分析

3.2.3 软饮料消费量分析

3.2.4 行业产品消费特征分析

3.2.5 行业产品消费趋势分析

3.3 行业上游相关市场分析

3.3.1 水果行业发展分析

3.3.2 蔬菜行业发展分析

3.3.3 乳制品行业发展分析

3.3.4 食糖行业发展分析

3.3.5 食品添加剂行业发展分析

3.3.6 饮料包装行业发展分析

3.3.7 冷链物流行业发展分析

第四章：中国软饮料行业市场竞争状况分析

4.1 行业国际市场竞争状况分析

4.1.1 主要国家软饮料市场发展状况

4.1.2 国际软饮料市场竞争状况分析

4.1.3 国际软饮料市场发展趋势分析

4.2 行业国内市场竞争状况分析

4.2.1 软饮料行业市场规模分析

4.2.2 国内软饮料行业集中度分析

4.2.3 软饮料行业五力模型分析

4.3 行业投资兼并与重组整合分析

4.3.1 行业投资兼并与重组整合概况

4.3.2 行业投资兼并与重组整合特征

4.3.3 行业投资兼并与重组整合趋势

4.4 行业不同经济类型企业竞争分析

4.4.1 不同经济类型企业特征情况

4.4.2 行业经济类型集中度分析

第五章：中国软饮料行业主要市场分析

5.1 软饮料市场发展情况

5.2 碳酸饮料行业发展分析

5.2.1 碳酸饮料行业发展规模

5.2.2 碳酸饮料行业产销分析

5.2.3 碳酸饮料行业地位分析

5.2.4 碳酸饮料消费地域特征

5.2.5 碳酸饮料行业竞争情况

5.2.6 碳酸饮料行业发展前景

5.3 果菜汁及果菜汁饮料行业发展分析

5.3.1 果菜汁及果菜汁饮料行业发展规模

5.3.2 果菜汁及果菜汁饮料行业产量分析

5.3.3 果菜汁及果菜汁饮料行业地位分析

5.3.4 果菜汁及果菜汁饮料消费地域特征

5.3.5 果菜汁及果菜汁饮料行业竞争情况

5.3.6 果菜汁及果菜汁饮料行业发展前景

5.4 茶饮料及其他软饮料行业发展分析

5.4.1 茶饮料及其他软饮料行业发展规模

5.4.2 茶饮料及其他软饮料行业产销情况

5.4.3 茶饮料及其他软饮料行业地位分析

5.4.4 茶饮料及其他软饮料消费地域特征

5.4.5 茶饮料及其他软饮料行业竞争情况

5.4.6 茶饮料及其他软饮料行业发展前景

5.5 瓶（罐）装饮用水行业发展分析

5.5.1 瓶（罐）装饮用水行业发展规模

5.5.2 瓶（罐）装饮用水行业地位分析

5.5.3 瓶（罐）装饮用水行业竞争情况

5.5.4 瓶（罐）装饮用水消费地域特性

5.5.5 瓶（罐）装饮用水行业发展前景

5.6 含乳饮料和植物蛋白饮料行业发展分析

5.6.1 含乳饮料和植物蛋白饮料行业发展规模

5.6.2 含乳饮料和植物蛋白饮料行业产销情况

5.6.3 含乳饮料和植物蛋白饮料行业地位分析

5.6.4 含乳饮料和植物蛋白饮料行业竞争情况

5.6.5 含乳饮料和植物蛋白饮料消费地域特性

5.6.6 含乳饮料和植物蛋白饮料行业发展趋势

5.7 固体饮料行业发展分析

5.7.1 固体饮料行业发展规模

5.7.2 固体饮料行业产销情况

5.7.3 固体饮料行业地位分析

5.7.4 固体饮料行业竞争情况

5.7.5 固体饮料消费区域特性

5.7.6 固体饮料行业发展前景

第六章：中国软饮料行业市场营销分析

6.1 中国软饮料行业销售渠道分析

6.1.1 商超渠道

6.1.2 餐饮渠道

6.1.3 食杂店渠道

6.1.4 摊点渠道

6.1.5 自动售货机渠道

6.1.6 其他销售渠道

6.2 中国软饮料行业营销策略分析

6.2.1 产品策略

6.2.2 品牌形象策略

6.2.3 定价策略

6.2.4 促销策略

6.2.5 异业联合营销

6.3 中国软饮料行业营销案例分析

6.3.1 可口可乐营销案例分析

6.3.2 汇源营销案例分析

6.3.3 加多宝营销案例分析

6.3.4 美汁源营销分析

6.3.5 康师傅营销案例分析

第七章：软饮料行业重点区域市场分析

7.1 行业总体区域结构特征分析

7.1.1 行业区域结构总体特征

7.1.2 行业区域集中度分析

7.2 华北地区软饮料行业产销情况分析

7.2.1 2013-2015年北京市软饮料行业产销情况分析

7.2.2 2013-2015年天津市软饮料行业产销情况分析

7.2.3 2013-2015年河北省软饮料行业产销情况分析

7.2.4 2013-2015年山西省软饮料行业产销情况分析

7.2.5 2013-2015年内蒙古软饮料行业产销情况分析

7.3 华南地区软饮料行业产销情况分析

7.3.1 2013-2015年广东省软饮料行业产销情况分析

7.3.2 2013-2015年广西软饮料行业产销情况分析

7.3.3 2013-2015年海南省软饮料行业产销情况分析

7.4 华东地区软饮料行业产销情况分析

7.4.1 2013-2015年上海市软饮料行业产销情况分析

7.4.2 2013-2015年江苏省软饮料行业产销情况分析

7.4.3 2013-2015年浙江省软饮料行业产销情况分析

7.4.4 2013-2015年山东省软饮料行业产销情况分析

7.4.5 2013-2015年福建省软饮料行业产销情况分析

7.4.6 2013-2015年安徽省软饮料行业产销情况分析

7.4.7 2013-2015年江西省软饮料行业产销情况分析

7.5 华中地区软饮料行业产销情况分析

7.5.1 2013-2015年湖南省软饮料行业产销情况分析

7.5.2 2013-2015年湖北省软饮料行业产销情况分析

7.5.3 2013-2015年河南省软饮料行业产销情况分析

7.6 西南地区软饮料行业产销情况分析

7.6.1 2013-2015年重庆市软饮料行业产销情况分析

7.6.2 2013-2015年四川省软饮料行业产销情况分析

7.6.3 2013-2015年贵州省软饮料行业产销情况分析

7.6.4 2013-2015年云南省软饮料行业产销情况分析

7.7 东北地区软饮料行业产销情况分析

7.7.1 2013-2015年吉林省软饮料行业产销情况分析

7.7.2 2013-2015年辽宁省软饮料行业产销情况分析

7.7.3 2013-2015年黑龙江省软饮料行业产销情况分析

7.8 西北地区软饮料行业产销情况分析

7.8.1 2013-2015年陕西省软饮料行业产销情况分析

7.8.2 2013-2015年甘肃省软饮料行业产销情况分析

7.8.3 2013-2015年青海省软饮料行业产销情况分析

7.8.4 2013-2015年宁夏软饮料行业产销情况分析

7.8.5 2013-2015年新疆软饮料行业产销情况分析

第八章：软饮料行业主要企业生产经营分析

8.1 中国碳酸饮料行业领先企业个案分析

8.1.1 可口可乐（中国）饮料有限公司经营情况分析

8.1.2 广东太古可口可乐有限公司经营情况分析

8.1.3 上海申美饮料食品有限公司经营情况分析

8.1.4 杭州中萃食品有限公司经营情况分析

8.1.5 百事（中国）有限公司经营情况分析

8.1.6 深圳百事可乐饮料有限公司经营情况分析

8.1.7 佛山市三水健力宝贸易有限公司经营情况分析

8.1.8 天津可口可乐饮料有限公司经营情况分析

8.1.9 南京中萃食品有限公司经营情况分析

8.1.10 上海百事可乐饮料有限公司经营情况分析

8.2 中国果菜汁及果菜汁饮料行业领先企业个案分析

8.2.1 陕西海升果业发展股份有限公司经营情况分析

8.2.2 可口可乐装瓶商生产（东莞）有限公司经营情况分析

8.2.3 山东一品堂实业有限公司经营情况分析

8.2.4 武汉统一企业食品有限公司经营情况分析

8.2.5 国投中鲁果汁股份有限公司经营情况分析

8.2.6 中国汇源果汁集团有限公司经营情况分析

8.2.7 北京统一饮品有限公司经营情况分析

8.2.8 椰树集团有限公司经营情况分析

8.2.9 三门峡湖滨果汁饮品有限责任公司经营情况分析

8.2.10 烟台北方安德利果汁股份有限公司经营情况分析

8.3 中国茶饮料及其他软饮料行业领先企业个案分析

8.3.1 乐天澳的利饮料有限公司经营情况分析

8.3.2 广东加多宝饮料食品有限公司经营情况分析

8.3.3 浙江加多宝饮料有限公司经营情况分析

8.3.4 杭州顶津食品有限公司经营情况分析

8.3.5 广州顶津食品有限公司经营情况分析

8.3.6 西安顶津食品有限公司经营情况分析

8.4 中国瓶（罐）装饮用水行业领先企业个案分析

8.4.1 华润怡宝食品饮料（深圳）有限公司经营情况分析

8.4.2 沈阳润田食品饮料有限公司经营情况分析

- 8.4.3 深圳达能益力泉饮品有限公司经营情况分析
- 8.4.4 广州屈臣氏食品饮料有限公司经营情况分析
- 8.4.5 农夫山泉杭州千岛湖饮用水有限公司经营情况分析
- 8.5 中国含乳饮料和植物蛋白饮料行业领先企业个案分析
 - 8.5.1 厦门银鹭食品集团有限公司经营情况分析
 - 8.5.2 河北承德露露股份有限公司经营情况分析
 - 8.5.3 乐百氏（广东）食品饮料有限公司经营情况分析
 - 8.5.4 广州明旺乳业有限公司经营情况分析
 - 8.5.5 内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司经营情况分析
 - 8.5.6 成都菊乐企业（集团）股份有限公司经营情况分析
- 8.6 中国固体饮料制造行业领先企业个案分析
 - 8.6.1 维维食品饮料股份有限公司经营情况分析
 - 8.6.2 黑牛食品股份有限公司经营情况分析
 - 8.6.3 卡夫广通食品有限公司经营情况分析
 - 8.6.4 浙江香飘飘食品有限公司经营情况分析
 - 8.6.5 广西梧州冰泉实业股份有限公司经营情况分析

第九章：中国软饮料行业投资与前景分析

- 9.1 中国软饮料行业投资风险
 - 9.1.1 软饮料行业外部环境风险
 - 9.1.2 软饮料行业政策环境风险
 - 9.1.3 软饮料行业供需环境风险
 - 9.1.4 软饮料行业技术环境风险
 - 9.1.5 软饮料企业经营管理风险
 - 9.1.6 软饮料行业其他环境风险
- 9.2 中国软饮料行业投资特性分析
 - 9.2.1 软饮料行业进入壁垒分析
 - 9.2.2 软饮料行业盈利模式分析
 - 9.2.3 软饮料行业盈利因素分析
- 9.3 中国软饮料行业发展趋势与投资建议
 - 9.3.1 软饮料市场发展趋势分析
 - 9.3.2 软饮料行业投资建议分析
 - 9.3.3 软饮料行业资本运作模式建议分析

图表目录

图表1：中国软饮料主要产品大类的定义及产品划分

图表2：我国统计上大中小微型企业划分标准（工业类）（单位：人，万元）

图表3：中国企业的市场主体分类

图表4：中国不同所有制性质企业的划分

图表5：2012-2015年OECD商业领先指标（BCI）走势

图表6：2013-2015年波罗的海干散货运指数走势

图表7：2011-2015年七国集团GDP增长率（单位：%）

图表8：2011-2015年金砖国家及部分亚洲经济体GDP同比增长率（单位：%）

图表9：2010-2015年中国国内生产总值走势图（单位：万亿，%）

图表10：2011-2015年中国工业增加值走势图（单位：亿元，%）

特别说明：中国报告网所出具的报告会随时间，市场变化调整更新，帮助用户掌握最新市场行情。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yinliao/238359238359.html>