

2020年中国软饮料市场前景研究报告- 市场运营现状与未来趋势研究

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《2020年中国软饮料市场前景研究报告-市场运营现状与未来趋势研究》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/478719478719.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

软饮料又被称为清凉饮料，其一般是指酒精含量低于0.5%的天然或人工调配的饮料。近年来，我国软饮料行业整体向好发展。在产量方面，据中国饮料工业协会数据统计，2018年我国软饮料产量为15679万吨；2019年软饮料产量达到17763万吨，同比增长13.3%。

2012-2019年中国软饮料产量及增长

数据来源：中国饮料工业协会

从销量方面来看，据统计，2018年我国软饮料销量为15635万吨；2019年软饮料销量达到17165万吨，同比增长9.8%。2019年我国软饮料行业产销率则为99.8%，同2018年相比下降约0.6个百分点。

2012-2019年中国软饮料销量及增长

数据来源：中国饮料工业协会

2012-2019年中国软饮料行业产销率统计

数据来源：中国饮料工业协会（LSM）【报告大纲】

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 软饮料行业研究方法及数据来源说明

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 行业相关政策

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 中国软饮料行业发展状况分析

2.1 中国软饮料所属行业总体规模分析

2.1.1 企业数量结构分析

2.1.2 行业资产规模分析

2.2 中国软饮料所属行业产销与费用分析

2.2.1 产成品分析

2.2.2 销售收入分析

2.2.3 负债分析

2.2.4 利润规模分析

2.2.5 产值分析

2.2.6 销售成本分析

2.2.7 销售费用分析

2.2.8 管理费用分析

2.2.9 财务费用分析

2.2.10 其他运营数据分析

2.2 中国软饮料所属行业财务指标分析

2.2.1 行业盈利能力分析

2.2.2 行业偿债能力分析

2.2.3 行业营运能力分析

2.2.4 行业发展能力分析

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 行业产品消费特征分析

3.2.4 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 国内软饮料行业集中度分析

4.2.2 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

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 碳酸饮料行业地域特征

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行业地域特征

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）装饮用水行业地域特性

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 醋饮料行业发展分析

5.7.1 醋饮料行业发展规模

5.7.2 醋饮料行业产销情况

5.7.3 醋饮料行业地位分析

5.7.4 醋饮料行业竞争情况

5.7.5 醋饮料消费区域特性

5.7.6 醋饮料行业发展前景

5.8 气泡水行业发展分析

5.8.1 气泡水行业发展规模

5.8.2 气泡水行业产销情况

5.8.3 气泡水行业地位分析

5.8.4 气泡水行业竞争情况

5.8.5 气泡水行业发展前景

5.9 奶茶行业发展分析

5.9.1 奶茶行业发展规模

5.9.2 奶茶行业产销情况

5.9.3 奶茶行业地位分析

5.9.4 奶茶行业竞争情况

5.9.5 奶茶行业消费区域特性

5.9.6 奶茶行业发展前景

5.10 固体饮料行业发展分析

5.10.1 固体饮料行业发展规模

5.10.2 固体饮料行业产销情况

5.10.3 固体饮料行业地位分析

5.10.4 固体饮料行业竞争情况

5.10.5 固体饮料消费区域特性

5.10.6 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 行业总体区域结构分析

7.2 广东省软饮料行业产销情况分析

7.2.1 软饮料产量统计

7.2.2 软饮料消费环境分析

(1) 广东省人口数统计

(2) 广东省消费情况分析

7.2.3 广东省饮料需求分析

7.3 四川省软饮料行业产销情况分析

7.3.1 软饮料产量统计

7.3.2 软饮料消费环境分析

(1) 四川省人口数统计

(2) 四川省消费情况统计

7.3.3 四川省饮料需求分析

7.4 湖北省软饮料行业产销情况分析

7.4.1 软饮料产量统计

7.4.2 软饮料消费环境分析

(1) 湖北省人口数统计

(2) 湖北省消费情况分析

7.4.3 湖北省饮料需求分析

7.5 河南省软饮料行业产销情况分析

7.5.1 软饮料产量统计

7.5.2 软饮料消费环境分析

(1) 河南省人口数统计

(2) 河南省消费情况分析

7.5.3 河南省饮料需求分析

7.6 浙江省软饮料行业产销情况分析

7.6.1 软饮料产量统计

7.6.2 软饮料消费环境分析

(1) 浙江省人口数统计

(2) 浙江省消费情况分析

7.6.3 浙江省饮料需求分析

7.7 陕西省软饮料行业产销情况分析

7.7.1 软饮料产量统计

7.7.2 软饮料消费环境分析

(1) 陕西省人口数统计

(2) 陕西省消费情况分析

7.7.3 陕西省饮料需求分析

7.8 福建省软饮料行业产销情况分析

7.8.1 软饮料产量统计

7.8.2 软饮料消费环境分析

(1) 福建省人口数统计

(2) 福建省消费情况分析

7.8.3 福建省饮料需求分析

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 可口可乐饮料（上海）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 浙江太古可口可乐饮料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

8.2 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 武汉统一企业食品有限公司经营情况分析

8.2.4 中国汇源果汁集团有限公司经营情况分析

8.2.5 椰树集团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

8.4 中国瓶（罐）装饮用水行业领先企业个案分析

8.4.1 华润怡宝饮料（中国）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 达能（中国）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

（1）企业发展简况分析

（2）主要经济指标分析

（3）企业产品结构分析

（4）企业销售渠道与网络

（5）企业经营状况优劣势分析

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 广州臻饮咖啡有限公司经营情况分析

8.6.3 香飘飘食品股份有限公司经营情况分析

8.6.4 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：主要数据来源

图表3：2017-2020年全球贸易增长情况（单位：%）

图表4：2017-2020年全球经济增长变化趋势（单位：%）

- 图表5：2017-2020年中国国内生产总值及其增长（单位：万亿元，%）
- 图表6：2017-2020年全国规模以上工业增加值同比增速（单位：%）
- 图表7：2017-2020年中国制造业PMI指数（单位：%）
- 图表8：至2020年我国软饮料行业相关政策汇总
- 图表9：我国软饮料产品保质期标准
- 图表10：我国软饮料产品卫生标准
- 图表11：软饮料产品相关标准
- 图表12：《中华人民共和国食品安全法》主要内容
- 图表13：2017-2020年全国奶业发展规划主要目标
- 图表14：2020年中国软饮料行业发展总体情况（单位：万元，万吨，%）
- 图表15：2017-2020软饮料规模以上企业行业经营效益分析（单位：家，万元，%）
- 图表16：2017-2020中国软饮料行业盈利能力分析（单位：%）
- 图表17：2017-2020年中国软饮料行业运营能力分析（单位：次）
- 图表18：2017-2020年中国软饮料行业偿债能力分析（单位：% ，倍）
- 图表19：2017-2020年中国软饮料行业发展能力分析（单位：%）
- 图表20：2017-2020年我国软饮料产品总产量（单位：万吨，%）

图表详见报告正文 (GYSYL)

【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国软饮料市场前景研究报告-市场运营现状与未来趋势研究》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。

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。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、阿里巴巴、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。

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/478719478719.html>