

2017-2022年中国软饮料行业市场发展现状及十三五盈利前景预测报告

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《2017-2022年中国软饮料行业市场发展现状及十三五盈利前景预测报告》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/279116279116.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

软饮料：酒精含量低于0.5%(质量比)的天然的或人工配制的饮料。又称清凉饮料、无醇饮料。所含酒精限指溶解香精、香料、色素等用的乙醇溶剂或乳酸饮料生产过程的副产物。软饮料的主要原料是饮用水或矿泉水，果汁、蔬菜汁或植物的根、茎、叶、花和果实的抽提液。有的含甜味剂、酸味剂、香精、香料、食用色素、乳化剂、起泡剂、稳定剂和防腐剂等食品添加剂。其基本化学成分是水分、碳水化合物和风味物质，有些软饮料还含维生素和矿物质。软饮料的品种很多。按原料和加工工艺分为碳酸饮料、果汁及其饮料、蔬菜汁及其饮料、植物蛋白质饮料、植物抽提液饮料、乳酸饮料、矿泉水和固体饮料8类；按性质和饮用对象分为特种用途饮料、保健饮料、餐桌饮料和大众饮料4类。世界各国通常采用第一种分类方法。但在美国、英国等国家，软饮料不包括果汁和蔬菜汁。

近几年来，随着我国经济的快速增长和城乡消费者收入水平和消费能力的持续提高，软饮料消费需求始终处于较快的增长阶段，至2013年，我国软饮料产量已经达到14926.80万吨。2014年，全国软饮料产量为16,705万吨，2015年17661.1万吨。2013年，我国软饮料行业实现销售收入为5277.91亿元，同比增长11.92%。2015年销售收入达到6501.32亿元。

软饮料产量及累计同比（万吨）

中国报告网发布的《2017-2022年中国软饮料行业市场发展现状及十三五盈利前景预测报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。

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。

第一章软饮料行业相关概述

1.1软饮料的概念

1.1.1软饮料的定义

1.1.2软饮料的特点

1.2软饮料的分类

1.2.1按原料和加工工艺分类

1.2.2按性质和饮用对象分类

1.3软饮料的营养价值

1.4软饮料行业工艺

1.4.1果汁和蔬菜汁加工工艺

1.4.2碳酸饮料加工工艺

1.4.3可乐型饮料加工工艺

1.4.4乳酸饮料加工工艺

1.4.5矿泉水加工工艺

1.4.5其他软饮料加工工艺

第二章2014-2016年中国软饮料行业发展环境分析

2.1中国软饮料行业经济发展环境分析

2.1.1中国GDP增长情况分析

2.1.2工业经济发展形势分析

2.1.3全社会固定资产投资分析

2.1.4城乡居民收入与消费分析

2.1.5社会消费品零售总额分析

2.1.6对外贸易的发展形势分析

2.2中国软饮料行业政策环境分析

2.2.1行业监管部门及管理体制

2.2.2产业相关政策分析

2.2.3上下游产业政策影响

2.2.4进出口政策影响分析

2.3中国软饮料行业技术环境分析

2.3.1行业周期分析

2.3.2行业技术水平分析

2.3.3行业技术特点分析

2.3.4行业技术动态分析

第三章全球软饮料行业发展分析

3.12016年全球软饮料市场分析

3.1.12015年全球软饮料市场回顾

3.1.22016年全球软饮料市场环境

3.1.32016年全球软饮料销售分析

3.1.42016年全球软饮料市场规模

3.2部分国家地区软饮料行业发展状况

3.2.12014-2016年美国软饮料行业发展分析

3.2.22014-2016年欧洲软饮料行业发展分析

3.2.32014-2016年日本软饮料行业发展分析

3.2.42014-2016年韩国软饮料行业发展分析

第四章我国软饮料行业发展现状

4.1我国软饮料行业发展现状

4.1.1软饮料行业品牌发展现状

4.1.2软饮料行业消费市场现状

4.1.3软饮料市场消费层次分析

4.1.4我国软饮料市场走向分析

4.2我国软饮料行业发展状况

4.2.12016年中国软饮料行业发展回顾

4.2.22016年软饮料行业发展情况分析

4.2.32016年我国软饮料市场特点分析

4.2.42017-2022年我国软饮料市场发展分析

4.3中国软饮料行业供需分析

4.3.12016年中国软饮料市场供给总量分析

4.3.22016年中国软饮料市场供给结构分析

4.3.32017-2022年中国软饮料市场供需平衡分析

第五章2014-2016年中国软饮料行业进出口指标分析

5.1中国软饮料行业进出口市场分析

5.1.1中国软饮料行业进出口综述

1、中国软饮料进出口的特点分析

2、中国软饮料进出口地区分布状况

3、中国软饮料进出口的贸易方式及经营企业分析

4、中国软饮料进出口政策与国际化经营

5.1.2中国软饮料行业出口市场分析

1、2014-2016年行业出口整体情况

2、2014-2016年行业出口总额分析

3、2014-2016年行业出口结构分析

5.1.3中国软饮料行业进口市场分析

1、2014-2016年行业进口整体情况

2、2014-2016年行业进口总额分析

3、2014-2016年行业进口结构分析

5.2中国软饮料进出口面临的挑战及对策

5.2.1中国软饮料进出口面临的挑战及对策

- 1、软饮料进出口面临的挑战
- 2、软饮料进出口策略分析
- 5.2.2中国软饮料行业进出口前景及建议
 - 1、软饮料进口前景及建议
 - 2、软饮料出口前景及建议
- 第六章中国软饮料消费市场分析
 - 6.1软饮料行业产品目标客户群体调查
 - 6.1.1不同收入水平消费者偏好调查
 - 6.1.2不同年龄的消费者偏好调查
 - 6.1.3不同地区的消费者偏好调查
 - 6.2软饮料市场消费需求分析
 - 6.2.1软饮料市场的消费需求变化
 - 6.2.2软饮料行业的需求情况分析
 - 6.2.32016年软饮料品牌市场消费需求分析
 - 6.3软饮料消费市场状况分析
 - 6.3.1软饮料行业消费特点
 - 6.3.2软饮料消费者分析
 - 6.3.3软饮料消费结构分析
 - 6.3.4软饮料消费的市场变化
 - 6.3.5软饮料市场的消费方向
 - 6.4软饮料行业产品的品牌市场调查
 - 6.4.1消费者对行业品牌认知度宏观调查
 - 6.4.2消费者对行业产品的品牌偏好调查
 - 6.4.3消费者对行业品牌的首要认知渠道
 - 6.4.4消费者经常购买的品牌调查
 - 6.4.5软饮料行业品牌忠诚度调查
 - 6.4.6软饮料行业品牌市场占有率调查
 - 6.4.7消费者的消费理念调研
- 第七章中国软饮料行业细分市场分析
 - 7.1果汁饮料行业分析
 - 7.1.1果汁饮料行业分析
 - 7.1.22016年果汁饮料产销分析
 - 7.1.32017-2022年果汁饮料市场规模预测
 - 7.1.42017-2022年果汁饮料发展趋势预测
 - 7.2包装饮用水行业分析

7.2.1包装饮用水市场分析

7.2.22016年包装饮用水产量分析

7.2.32017-2022年包装饮用水销量预测

7.2.42017-2022年包装饮用水发展趋势预测

7.3茶饮料行业分析

7.3.1茶饮料行业分析

7.3.22016年茶饮料市场分析

7.3.32016年茶饮料市场发展潜力分析

7.3.42017-2022年茶饮料发展趋势预测

7.4碳酸饮料行业分析

7.4.1碳酸饮料行业发展现状

7.4.2碳酸饮料市场挑战与机会分析

7.4.32016年碳酸饮料产量分析

7.4.42017-2022年碳酸饮料发展趋势预测

7.5植物蛋白饮料行业分析

7.5.1植物蛋白饮料市场分析

7.5.2植物蛋白饮料市场规模分析

7.5.32017-2022年植物蛋白饮料发展潜力分析

7.5.42017-2022年植物蛋白饮料发展趋势预测

7.6含乳饮料行业分析

7.6.1含乳饮料市场分析

7.6.2含乳饮料品牌分析

7.6.32016年含乳饮料发展问题分析

7.6.42017-2022年含乳饮料发展趋势预测

7.7功能饮料行业分析

7.7.1功能性饮料市场分析

7.7.2功能饮料发展面临的问题分析

7.7.3功能饮料市场前景分析

7.7.42017-2022年功能饮料发展趋势预测

7.6SanshengConsulting建议

7.6.1细分市场研究结论

7.6.2细分市场建议

第八章中国软饮料行业上、下游产业链分析

8.1软饮料行业产业链概述

8.1.1产业链定义

8.1.2软饮料行业产业链

8.2软饮料行业主要上游产业发展分析

8.2.1上游产业发展现状

8.2.2上游产业供给分析

8.2.3上游供给价格分析

8.2.4主要供给企业分析

8.3软饮料行业主要下游产业发展分析

8.3.1下游（应用行业）产业发展现状

8.3.2下游（应用行业）产业需求分析

8.3.3下游（应用行业）主要需求企业分析

8.3.4下游（应用行业）最具前景产品/行业分析

第九章中国软饮料行业市场竞争格局分析

9.1软饮料行业集中度分析

9.1.1软饮料市场集中度分析

9.1.2软饮料企业集中度分析

9.1.3软饮料区域集中度分析

9.2软饮料行业主要企业竞争力分析

9.2.1重点企业资产总计对比分析

9.2.2重点企业从业人员对比分析

9.2.3重点企业全年营业收入对比分析

9.2.4重点企业利润总额对比分析

9.2.5重点企业综合竞争力对比分析

9.3软饮料行业竞争格局分析

9.3.1软饮料行业竞争格局分析

9.3.22014-2016年我国软饮料市场竞争力分析

9.3.32017-2022年国内主要软饮料企业动向

第十章中国软饮料行业领先企业竞争力分析

10.1可口可乐公司

（1）企业概况

（2）主营产品概况

（3）公司运营情况

（4）公司优劣势分析

10.2百事可乐公司

（1）企业概况

（2）主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

10.3台湾统一企业集团

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

10.4台湾顶新集团

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

10.5北京汇源饮料食品有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

10.6娃哈哈集团

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

10.7农夫山泉股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

10.8加多宝集团

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

10.9内蒙古蒙牛乳业股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

10.10内蒙古伊利实业集团股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

第十一章软饮料行业发展趋势分析

11.12017-2022年中国软饮料市场趋势分析

11.1.12014-2016年我国软饮料市场趋势总结

11.1.22017-2022年我国软饮料发展趋势分析

11.22017-2022年中国软饮料市场发展趋势预测

11.2.12017-2022年软饮料产品技术趋势分析

11.2.22017-2022年软饮料产品价格趋势分析

11.32017-2022年中国软饮料行业供需预测

11.3.12017-2022年中国软饮料供给预测

11.3.22017-2022年中国软饮料需求预测

11.3.32017-2022年中国软饮料价格预测

11.42017-2022年软饮料行业规划建议

11.4.1软饮料行业“十三五”整体规划

11.4.2软饮料行业“十三五”规划预测

11.4.32017-2022年软饮料行业规划建议

第十二章软饮料行业投资风险预警

12.1影响软饮料行业发展的主要因素

12.1.12017-2022年影响软饮料行业运行的有利因素

12.1.22017-2022年影响软饮料行业运行的稳定因素

12.1.32017-2022年影响软饮料行业运行的不利因素

12.1.42017-2022年我国软饮料行业发展面临的挑战

12.1.52017-2022年我国软饮料行业发展面临的机遇

12.2软饮料行业投资风险预警

12.2.12017-2022年软饮料行业市场风险预测

12.2.22017-2022年软饮料行业政策风险预测

12.2.32017-2022年软饮料行业经营风险预测

12.2.42017-2022年软饮料行业技术风险预测

12.2.52017-2022年软饮料行业竞争风险预测

12.2.6 2017-2022年软饮料行业其他风险预测

第十三章软饮料企业管理策略建议

13.1 市场策略分析

13.1.1 软饮料价格策略分析

13.1.2 软饮料渠道策略分析

13.2 销售策略分析

13.2.1 媒介选择策略分析

13.2.2 产品定位策略分析

13.2.3 企业宣传策略分析

13.3 提高软饮料企业竞争力的策略

13.3.1 提高中国软饮料企业核心竞争力的对策

13.3.2 软饮料企业提升竞争力的主要方向

13.3.3 影响软饮料企业核心竞争力的因素及提升途径

13.3.4 提高软饮料企业竞争力的策略

13.4 对我国软饮料品牌的战略思考

13.4.1 软饮料实施品牌战略的意义

13.4.2 软饮料企业品牌的现状分析

13.4.3 我国软饮料企业的品牌战略

13.4.4 软饮料品牌战略管理的策略

第十四章研究结论及建议

14.1 研究结论

14.2 建议

14.2.1 行业发展策略建议

14.2.2 行业投资方向建议

14.2.3 行业投资方式建议

图表目录：

图表：软饮料产业链分析

图表：软饮料行业生命周期

图表：SanshengConsulting投资建议

图表：2014-2016年中国软饮料行业市场规模

图表：2014-2016年中国软饮料行业重要数据指标比较

图表：2014-2016年中国软饮料行业销售情况分析

图表：2014-2016年中国软饮料行业利润情况分析

图表：2014-2016年中国软饮料行业资产情况分析

图表：2014-2016年中国软饮料行业竞争力分析

图表：2014-2016年中国软饮料行业销售成本分析

图表：2014-2016年中国软饮料行业销售费用分析

图表：2014-2016年中国软饮料行业管理费用分析

图表：2014-2016年中国软饮料行业财务费用分析

图表：2014-2016年中国软饮料行业销售及利润分析

图表：2014-2016年中国软饮料行业销售毛利率分析

图表：2014-2016年中国软饮料行业销售利润率分析

图表：2014-2016年中国软饮料行业成本费用利润率分析

图表：2014-2016年中国软饮料行业总资产利润率分析

图表：2014-2016年中国软饮料行业资产分析

图表：2014-2016年中国软饮料行业负债分析

图表：2014-2016年中国软饮料行业偿债能力分析

图表：2014-2016年国内生产总值及其增长速度

(GYZX)

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yinliao/279116279116.html>