

2020-2026年中国软饮料市 场深度评估与市场需求预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国软饮料市场深度评估与市场需求预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202009/188496.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

中国软饮料市场曾实现了持续两位数的快速增长，但近几年软饮料市场增速开始下滑。

一方面是行业逐渐臻于成熟，但另一方面更主要的原因在于中国消费群体的消费理念以及消费习惯正逐步发生转变。传统软饮料市场中的高碳水化合物、高能量的成分逐步受到扬弃，绿色、有机、健康的消费理念逐步成为趋势。2011-2020年中国软饮料行业整体销售规模走势数据来源：公开资料整理

2011-2016年，饮料产量及主营业务收入增速放缓，2017年、2018年1-5月较上年同期有所下降。饮料制造是食品添加剂的重要下游运用之一，2017年、2019年一季度软饮料产量分别为1.8亿吨、0.52亿吨，较上年同期分别下降1.6%和13.59%。主营业务收入整体情况与产量相符合，2018年1-5月收入6479亿元，较2017年同期下降12.66%。调味料行业作为食品添加剂的重要下游之一，近年销量稳定增长，销售收入首次突破3300亿元。2017年我国调味品累计销量达1323万吨，同比增长4.7%；销售收入规模达到3322.1亿元，同比增长8.08%。2016年调味品行业规模达3132亿元，同比增长8.64%。在内部消费升级趋势加快以及外部餐饮行业回暖的大背景下，预计未来行业将以10%左右的增速稳健增长，2020年行业规模有望突破4000亿元大关。

中企顾问网发布的《2020-2026年中国软饮料市场深度评估与市场需求预测报告》共十四章。首先介绍了中国软饮料行业市场发展环境、软饮料整体运行态势等，接着分析了中国软饮料行业市场运行的现状，然后介绍了软饮料市场竞争格局。随后，报告对软饮料做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国软饮料行业发展趋势与投资预测。您若想对软饮料产业有个系统的了解或者想投资中国软饮料行业，本报告是您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。

报告目录：

第一章软饮料行业相关基础概述及研究机构

1.1 软饮料的定义及分类

1.1.1 软饮料的界定

1.1.2 软饮料的分类

1、碳酸饮料

- 2、果汁饮料
- 3、蔬菜汁饮料
- 4、含乳饮料
- 5、植物蛋白饮料
- 6、瓶装饮用水
- 7、茶饮料
- 8、固体饮料
- 9、特殊用途饮料

1.1.3 软饮料的特性

1.2 软饮料行业特点分析

1.2.1 市场特点分析

1.2.2 行业经济特性

1.2.3 行业发展周期分析

1.2.4 行业进入风险

1.2.5 行业成熟度分析

第二章 2014-2019年中国软饮料所属行业市场发展环境分析

2.1 中国软饮料行业经济环境分析

2.1.1 中国经济运行情况

- 1、国民经济运行情况GDP
- 2、消费价格指数CPI、PPI
- 3、全国居民收入情况
- 4、恩格尔系数
- 5、饮料工业发展形势

2.1.2 经济环境对行业的影响分析

2.2 中国软饮料行业政策环境分析

2.2.1 行业监管环境

- 1、国务院食品安全委员会
- 2、国家卫生计生委
- 3、国家食品药品监督管理总局
- 4、国家质量监督检验检疫总局
- 5、国家工商行政管理总局

6、中国食品工业协会及中国饮料工业协会

2.2.2 行业法规政策分析

- 1、《中华人民共和国食品安全法》
- 2、《食品经营许可证管理办法》
- 3、《食品生产许可管理办法》
- 4、《饮料行业“十三五”发展规划建议》

2.2.3 政策环境对行业的影响分析

2.3 中国软饮料行业社会环境分析

2.3.1 行业社会环境

- 1、人口环境分析
- 2、教育环境分析
- 3、文化环境分析
- 4、生态环境分析
- 5、中国城镇化率
- 6、居民消费观念和习惯发展趋势

2.3.2 社会环境对行业的影响分析

2.4 中国软饮料行业技术环境分析

2.4.1 软饮料技术分析

- 1、技术水平总体发展情况
- 2、中国软饮料行业新技术研究

2.4.2 软饮料技术发展水平

- 1、中国软饮料行业技术水平所处阶段
- 2、与国外软饮料行业的技术差距

2.4.3 行业主要技术发展趋势

2.4.4 技术环境对行业的影响

第三章中国软饮料行业上、下游产业链分析

3.1 软饮料行业产业链概述

3.1.1 产业链定义

3.1.2 软饮料行业产业链

3.2 软饮料行业上游-原材料产业发展分析

3.2.1 原材料种植产业发展现状

1、水果种植产业发展现状

2017年我国水果总产量为25241.9万吨，产量较2016年同期的24405.2万吨增长3.43%。2011-2017年中国水果产量走势情况

2、坚果种植产业发展现状

3、蔬菜种植产业发展现状

4、奶牛养殖产业发展现状

5、茶叶种植产业发展现状

3.2.2 原材料种植产业供给分析

1、水果种植产业供给分析

2、坚果种植产业供给分析

3、蔬菜种植产业供给分析

4、奶牛养殖产业供给分析

5、茶叶种植产业供给分析

3.2.3 原材料种植供给区域分析

1、水果种植产业供给区域分析

2、坚果种植产业供给区域分析

3、蔬菜种植产业供给区域分析

4、奶牛养殖产业供给区域分析

5、茶叶种植产业供给区域分析

3.3 软饮料行业下游-经销商发展情况分析

3.3.1 经销商发展现状分析

3.3.2 经销商发展规模分析

3.3.3 经销商区域分布情况

3.3.4 经销商发展趋势分析

第四章国际软饮料所属行业市场发展分析

4.1 2014-2019年国际软饮料行业发展现状

4.1.1 国际软饮料行业发展现状

4.1.2 国际软饮料行业发展规模

4.1.3 国际软饮料主要技术水平

4.2 2014-2019年国际软饮料市场需求研究

- 4.2.1 国际软饮料市场需求特点
- 4.2.2 国际软饮料市场需求结构
- 4.2.3 国际软饮料市场需求规模
- 4.3 2014-2019年国际区域软饮料行业研究
 - 4.3.1 欧洲软饮料市场
 - 1、市场现状分析
 - 2、市场规模分析
 - 3、发展趋势分析
 - 4.3.2 美国软饮料市场
 - 1、市场现状分析
 - 2、市场规模分析
 - 3、发展趋势分析
 - 4.3.3 日韩软饮料市场
 - 1、市场现状分析
 - 2、市场规模分析
 - 3、发展趋势分析
- 4.4 2020-2026年国际软饮料行业发展展望
 - 4.4.1 国际软饮料行业发展趋势
 - 4.4.2 国际软饮料行业规模预测
 - 4.4.3 国际软饮料行业发展机会

第五章 2014-2019年中国软饮料所属行业发展概述

- 5.1 中国软饮料行业发展状况分析
 - 5.1.1 中国软饮料行业发展阶段
 - 5.1.2 中国软饮料行业发展总体概况
 - 5.1.3 中国软饮料行业发展特点分析
- 5.2 2014-2019年软饮料行业发展现状
 - 5.2.1 2014-2019年中国软饮料行业发展热点
 - 1、健康营养成消费趋势
 - 2、功能性软饮料受到追捧
 - 3、植物蛋白饮料快速崛起
 - 4、高端植物蛋白产品成发展趋势

5、凉茶市场硝烟弥漫

5.2.2 2014-2019年中国软饮料行业发展现状

5.2.3 2014-2019年中国软饮料企业发展分析

5.3 中国软饮料市场品牌存活率分析

5.3.1 中国软饮料市场品牌数量

5.3.2 中国软饮料市场品牌存活率

5.4 中国软饮料行业细分市场概况

5.4.1 市场细分充分程度

5.4.2 细分市场结构分析

5.4.3 软饮料细分市场分析

1、碳酸饮料市场分析

2、果汁饮料市场分析

3、蔬菜汁饮料市场分析

4、含乳饮料市场分析

5、植物蛋白饮料市场分析

6、瓶装饮用水市场分析

7、茶饮料市场分析

8、固体饮料市场分析

9、功能性饮料市场分析

5.5 中国软饮料行业发展问题及对策建议

5.5.1 中国软饮料行业发展制约因素

5.5.2 中国软饮料行业存在问题分析

5.5.3 中国软饮料行业发展对策建议

第六章中国软饮料所属行业运行指标分析及预测

6.1 中国软饮料行业企业数量分析

6.1.1 2014-2019年中国软饮料行业企业数量情况

6.1.2 2014-2019年中国软饮料行业企业竞争结构

6.2 2014-2019年中国软饮料行业财务指标总体分析

6.2.1 行业盈利能力分析

6.2.2 行业偿债能力分析

6.2.3 行业营运能力分析

6.2.4 行业发展能力分析

6.3 中国软饮料行业市场规模分析及预测

6.3.1 2014-2019年中国软饮料行业市场规模分析

6.3.2 2020-2026年中国软饮料行业市场规模预测

6.4 中国软饮料行业市场供需分析及预测

6.4.1 中国软饮料行业市场供给分析

1、2014-2019年中国软饮料行业供给规模分析

2、2020-2026年中国软饮料行业供给规模预测

6.4.2 中国软饮料行业市场需求分析

1、2014-2019年中国软饮料行业需求规模分析

2、2020-2026年中国软饮料行业需求规模预测

第七章 中国互联网+软饮料所属行业发展现状及前景

7.1 互联网给软饮料行业带来的冲击和变革分析

7.1.1 互联网时代软饮料行业大环境变化分析

7.1.2 互联网时代软饮料行业挑战与机遇分析

7.1.3 互联网时代软饮料行业营销模式变革分析

7.1.4 互联网时代软饮料行业销售渠道变革分析

7.1.5 互联网+软饮料行业融合创新机会分析

7.2 中国互联网+软饮料行业市场发展现状分析

7.2.1 中国互联网+软饮料行业投资布局分析

1、中国互联网+软饮料行业投资切入方式

2、中国互联网+软饮料行业投资规模分析

3、中国互联网+软饮料行业投资业务布局

7.2.2 软饮料行业目标客户互联网渗透率分析

7.2.3 中国互联网+软饮料行业市场规模分析

7.2.4 中国互联网+软饮料行业竞争格局分析

1、中国互联网+软饮料行业参与者结构

2、中国互联网+软饮料行业竞争者类型

3、中国互联网+软饮料行业市场占有率

7.3 中国互联网+软饮料行业市场发展前景分析

7.3.1 中国互联网+软饮料行业市场增长动力分析

- 7.3.2 中国互联网+软饮料行业市场发展瓶颈剖析
- 7.3.3 中国互联网+软饮料行业市场发展趋势分析
- 7.4 互联网+时代软饮料企业发展战略分析

第八章中国软饮料所属行业消费市场调查

- 8.1 软饮料市场消费需求分析
 - 8.1.1 软饮料市场的消费需求变化
 - 8.1.2 软饮料行业的需求情况分析
 - 8.1.3 软饮料品牌市场消费需求分析
 - 8.1.4 软饮料市场渗透率分析
- 8.2 软饮料消费市场状况分析
 - 8.2.1 软饮料行业消费特点
 - 8.2.2 软饮料行业产品消费结构分析
 - 8.2.3 软饮料行业消费群体分析
 - 8.2.4 软饮料市场的消费方向
- 8.3 软饮料行业产品的品牌市场调查
 - 8.3.1 消费者对行业品牌认知度宏观调查
 - 8.3.2 消费者对行业产品的品牌偏好调查
 - 8.3.3 消费者对行业品牌的首要认知渠道
 - 8.3.4 软饮料行业品牌忠诚度调查
 - 8.3.5 消费者的消费理念调研

第九章中国软饮料行业市场竞争格局分析

- 9.1 中国软饮料行业竞争格局分析
 - 9.1.1 软饮料行业区域分布格局
 - 9.1.2 软饮料行业企业规模格局
 - 9.1.3 软饮料行业企业性质格局
 - 9.1.4 软饮料行业企业竞争格局
- 9.2 中国软饮料行业竞争五力分析
 - 9.2.1 软饮料行业上游议价能力
 - 9.2.2 软饮料行业下游议价能力
 - 9.2.3 软饮料行业新进入者威胁

- 9.2.4 软饮料行业替代产品威胁
- 9.2.5 软饮料行业现有企业竞争
- 9.3 中国软饮料行业竞争SWOT分析
 - 9.3.1 软饮料行业优势分析（S）
 - 9.3.2 软饮料行业劣势分析（W）
 - 9.3.3 软饮料行业机会分析（O）
 - 9.3.4 软饮料行业威胁分析（T）
- 9.4 中国软饮料行业投资兼并重组整合分析
 - 9.4.1 投资兼并重组现状
 - 9.4.2 投资兼并重组案例
- 9.5 中国软饮料行业竞争策略建议

第十章中国软饮料行业领先企业竞争力分析

- 10.1 杭州娃哈哈集团有限公司竞争力分析
 - 10.1.1 企业发展基本情况
 - 10.1.2 企业主要产品分析
 - 10.1.3 企业竞争优势分析
 - 10.1.4 企业经营状况分析
 - 10.1.5 企业最新发展动态
 - 10.1.6 企业发展战略分析
- 10.2 椰树集团有限公司竞争力分析
 - 10.2.1 企业发展基本情况
 - 10.2.2 企业主要产品分析
 - 10.2.3 企业竞争优势分析
 - 10.2.4 企业经营状况分析
 - 10.2.5 企业最新发展动态
 - 10.2.6 企业发展战略分析
- 10.3 红牛维他命饮料有限公司竞争力分析
 - 10.3.1 企业发展基本情况
 - 10.3.2 企业主要产品分析
 - 10.3.3 企业竞争优势分析
 - 10.3.4 企业经营状况分析

- 10.3.5 企业最新发展动态
- 10.3.6 企业发展战略分析
- 10.4 统一企业（中国）投资有限公司竞争力分析
 - 10.4.1 企业发展基本情况
 - 10.4.2 企业主要产品分析
 - 10.4.3 企业竞争优势分析
 - 10.4.4 企业经营状况分析
 - 10.4.5 企业最新发展动态
 - 10.4.6 企业发展战略分析
- 10.5 河北养元智汇饮品股份有限公司竞争力分析
 - 10.5.1 企业发展基本情况
 - 10.5.2 企业主要产品分析
 - 10.5.3 企业竞争优势分析
 - 10.5.4 企业经营状况分析
 - 10.5.5 企业最新发展动态
 - 10.5.6 企业发展战略分析
- 10.6 广州王老吉大健康产业有限公司竞争力分析
 - 10.6.1 企业发展基本情况
 - 10.6.2 企业主要产品分析
 - 10.6.3 企业竞争优势分析
 - 10.6.4 企业经营状况分析
 - 10.6.5 企业最新发展动态
 - 10.6.6 企业发展战略分析
- 10.7 加多宝（中国）饮料有限公司竞争力分析
 - 10.7.1 企业发展基本情况
 - 10.7.2 企业主要产品分析
 - 10.7.3 企业竞争优势分析
 - 10.7.4 企业经营状况分析
 - 10.7.5 企业最新发展动态
 - 10.7.6 企业发展战略分析
- 10.8 内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司竞争力分析
 - 10.8.1 企业发展基本情况

- 10.8.2 企业主要产品分析
- 10.8.3 企业竞争优势分析
- 10.8.4 企业经营状况分析
- 10.8.5 企业最新发展动态
- 10.8.6 企业发展战略分析
- 10.9 农夫山泉股份有限公司竞争力分析
- 10.9.1 企业发展基本情况
- 10.9.2 企业主要产品分析
- 10.9.3 企业竞争优势分析
- 10.9.4 企业经营状况分析
- 10.9.5 企业最新发展动态
- 10.9.6 企业发展战略分析
- 10.10 内蒙古伊利实业股份有限公司竞争力分析
- 10.10.1 企业发展基本情况
- 10.10.2 企业主要产品分析
- 10.10.3 企业竞争优势分析
- 10.10.4 企业经营状况分析
- 10.10.5 企业最新发展动态
- 10.10.6 企业发展战略分析

第十一章2020-2026年中国软饮料行业发展趋势与投资机会研究

- 11.1 2020-2026年中国软饮料行业市场发展潜力分析
- 11.1.1 中国软饮料行业市场空间分析
- 11.1.2 中国软饮料行业竞争格局变化
- 11.1.3 中国软饮料行业互联网+前景
- 11.2 2020-2026年中国软饮料行业发展趋势分析
- 11.2.1 中国软饮料行业品牌格局趋势
- 11.2.2 中国软饮料行业渠道分布趋势
- 11.2.3 中国软饮料行业市场趋势分析
- 11.3 2020-2026年中国软饮料行业投资机会与建议
- 11.3.1 中国软饮料行业投资前景展望
- 11.3.2 中国软饮料行业投资机会分析

11.3.3 中国软饮料行业投资建议

第十二章2020-2026年中国软饮料行业投资分析与风险规避

12.1 中国软饮料行业关键成功要素分析

12.2 中国软饮料行业投资壁垒分析

12.3 中国软饮料行业投资风险与规避

12.3.1 宏观经济风险与规避

12.3.2 行业政策风险与规避

12.3.3 上游市场风险与规避

12.3.4 市场竞争风险与规避

12.3.5 技术风险分析与规避

12.3.6 下游需求风险与规避

12.4 中国软饮料行业融资渠道与策略

12.4.1 软饮料行业融资渠道分析

12.4.2 软饮料行业融资策略分析

第十三章2020-2026年中国软饮料行业盈利模式与投资战略规划分析

13.1 国外软饮料行业投资现状及经营模式分析

13.1.1 境外软饮料行业成长情况调查

13.1.2 经营模式借鉴

13.1.3 国外投资新趋势动向

13.2 中国软饮料行业商业模式探讨

13.2.1 行业主要商业模式分析

13.2.2 软饮料行业商业模式创新分析

13.3 中国软饮料行业投资发展战略规划

13.3.1 战略优势分析

13.3.2 战略机遇分析

13.3.3 战略规划目标

13.3.4 战略措施分析

13.4 最优投资路径设计

13.4.1 投资对象

13.4.2 投资模式

13.4.3 预期财务状况分析

13.4.4 风险资本退出方式

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()

部分图表目录：

图表：软饮料行业特点

图表：软饮料行业生命周期

图表：软饮料行业产业链分析

图表：中国GDP增长情况

图表：中国CPI增长情况

图表：中国人口数量及其构成

图表：中国工业增加值及其增长速度

图表：中国城镇居民可支配收入情况

图表：中国软饮料行业市场渗透率分析

图表：中国软饮料市场消费群体分析

图表：中国软饮料细分产品消费结构分析

图表：中国软饮料行业渠道分析

图表：中国软饮料行业互联网营销模式

图表：中国软饮料企业竞争格局分析

图表：中国软饮料市场品牌存活率分析

图表：2014-2019年软饮料行业市场规模分析

图表：2020-2026年软饮料行业市场规模预测

图表：2014-2019年中国软饮料行业供给规模分析

图表：2020-2026年中国软饮料行业供给规模预测

图表：2014-2019年中国软饮料行业需求规模分析

图表：2020-2026年中国软饮料行业需求规模预测

图表：2014-2019年中国软饮料行业企业数量情况

图表：2014-2019年中国软饮料行业企业竞争结构

图表：中国软饮料行业盈利能力分析

图表：中国软饮料行业运营能力分析

图表：中国软饮料行业偿债能力分析

图表：中国软饮料行业发展能力分析

图表：中国软饮料行业经营效益分析

图表：2014-2019年软饮料行业重要数据指标比较

图表：2014-2019年中国软饮料行业竞争力分析

图表：2020-2026年中国软饮料行业产能预测

图表：2020-2026年中国软饮料行业消费量预测

图表：2020-2026年中国软饮料市场价格走势预测

图表：2020-2026年中国软饮料行业发展趋势预测

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202009/188496.html>