

2020-2026年中国饮料行业 前景展望与行业竞争对手分析报告

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年中国饮料行业前景展望与行业竞争对手分析报告》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/202005/165357.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

饮料即饮品，是供人或者牲畜饮用的液体，它是经过定量包装的，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（质量分量）不超过0.5%的制品，饮料也可分为饮料浓浆或固体形态，它的作用是解渴、提供营养或提神。

夏季是饮料行业的传统销售旺季，已有者的激烈竞争、新进入者、新产品的出现等接连不断。作为中国粗粮饮品领导品牌，一榨鲜粗粮饮品在这个夏季隆重推出一榨鲜绿豆汁饮品，清热解毒，消暑解渴，是夏季必备健康饮品。

2019年4月份，社会消费品零售总额28542亿元，同比名义增长9.4%（扣除价格因素实际增长7.9%，以下除特殊说明外均为名义增长）。其中，限额以上单位消费品零售额11241亿元，增长7.8%。2019年1-4月份，社会消费品零售总额118817亿元，同比增长9.7%。其中，限额以上单位消费品零售额46137亿元，增长8.4%。

在饮料零售方面，2019年4月份饮料类零售总额达153亿元，与去年同期增长10.4%。2019年1-4月中国饮料类零售总额达636亿元，与去年同期增长9.4%2017-2019年中国饮料类零售总额及同比增速2017-2019年中国饮料类累计总额及同比增速

中企顾问网发布的《2020-2026年中国饮料行业前景展望与行业竞争对手分析报告》共十四章。首先介绍了中国饮料行业市场发展环境、饮料整体运行态势等，接着分析了中国饮料行业市场运行的现状，然后介绍了饮料市场竞争格局。随后，报告对饮料做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国饮料行业发展趋势与投资预测。您若想对饮料产业有个系统的了解或者想投资中国饮料行业，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：

第一部分产业环境透视

第一章饮料行业发展概述

第一节行业概述

一、行业定义

二、饮料对于人体的重要性

三、饮料的应用

第二节行业特征分析

一、行业基本特点

二、行业分类

三、行业生命周期分析

第三节饮料行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒／退出机制

五、风险性

第四节2014-2019年行业发展现状分析

一、现状分析

二、存在问题分析

三、问题成因及对策

第二章2014-2019年中国饮料行业发展环境分析

第一节宏观经济环境分析

一、国际宏观经济运行分析

二、国内宏观经济运行分析

- (1) 工业生产平稳增长，企业效益明显好转
- (2) 固定资产投资缓中趋稳，商品房待售面积减少
- (3) 市场销售平稳较快增长，消费升级类商品增长较快
- (4) 出口降幅收窄，进口由负转正
- (5) 居民消费价格温和上涨，工业生产者价格月度同比由降转升
- (6) 居民收入稳定增长，城乡差距继续缩小
- (7) 供给侧结构性改革取得积极进展，经济结构继续优化
- (8) 货币信贷平稳增长，新增贷款同比多增

三、十三五国内经济形势预测

四、宏观经济对产业影响分析

第二节饮料行业政策环境分析

一、饮料行业的管理体制

二、饮料行业主要政策内容

三、产业政策风险

四、政策环境对行业的影响分析

第三节饮料行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、中国城镇化率

六、居民的各种消费观念和习惯

七、社会环境对行业的影响分析

第四节技术环境

一、主要生产技术分析

二、技术发展趋势分析

第三章2014-2019年饮料所属行业总体发展状况

第一节中国饮料所属行业规模情况分析

一、行业单位规模情况分析

二、行业人员规模状况分析

三、行业资产规模状况分析

四、行业利润总额状况分析

第二节中国饮料所属行业产销情况分析

一、行业生产情况分析

二、行业销售情况分析

三、行业产销情况分析

第三节中国饮料所属行业财务能力分析

一、所属行业盈利能力分析

二、所属行业偿债能力分析

三、所属行业营运能力分析

四、所属行业发展能力分析

第四节饮料营销渠道分析

一、厂家直销渠道

1、渠道结构与特征

- 2、渠道发展应用现状
- 3、渠道销售规模与占有率

二、网络销售渠道

- 1、渠道结构与特征
- 2、渠道发展应用现状
- 3、渠道销售规模与占有率

三、平台式销售（电商）

- 1、渠道结构与特征
- 2、渠道发展应用现状
- 3、渠道销售规模与占有率

四、渠道问题与选择建议

- 1、渠道问题及选择对策
- 2、渠道结构发展趋势

第四章2014-2019年饮料所属行业供需分析

第一节饮料市场现状分析及预测

- 一、2014-2019年我国饮料行业产值分析
- 二、2020-2026年我国饮料行业规模预测

第二节饮料产品销售收入分析及预测

- 一、2014-2019年我国饮料销售收入分析2019年1-4月，中国限额以上单位商品零售43248亿元，同比增长8.4%。消费升级类商品快速增长，限额以上单位化妆品类、日用品类、石油及制品类、家用电器音像器材类零售额同比分别增长15.9%、12.2%、10.2%、10.1%。其中，化妆品类增速最快。2019年1-4月中国饮料类零售总额达636亿元，同比增长9.4%，低于同期社会消费品零售总额增速9.7%。2017-2019年中国饮料类零售额增速情况
- 二、2020-2026年我国饮料销售收入预测

第三节饮料进出口数据分析

- 一、2015-2019年我国饮料出口数据分析
- 二、2015-2019年我国饮料进口数据分析

第二部分行业深度分析

第五章我国饮料行业运行现状分析

第一节2014-2019年饮料行业发展现状

一、2014-2019年我国饮料行业市场规模2014-2019年中国饮料市场规模走势

二、2014-2019年我国饮料行业发展分析

三、2014-2019年中国饮料企业发展分析

第二节2014-2019年饮料市场情况分析

一、行业发展阶段

二、发展热点回顾

三、市场存在的问题及策略分析

第三节2014-2019年饮料行业消费市场分析

一、消费特征分析

二、消费需求趋势

三、品牌市场消费结构

第四节2020-2026年饮料行业市场发展趋势

第三部分市场全景调研

第六章我国饮料行业产业链分析

第一节产业价值链条的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

一、产业价值链条的构成

二、产业链条的竞争优势与劣势分析

第二节产业结构发展预测

一、产业结构调整指导政策分析

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、中国饮料行业参与国际竞争的战略市场定位

四、产业结构调整方向分析

第三节饮料行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

三、与上下游行业之间的关联性

第四节饮料上游行业分析

一、饮料产品成本构成

二、上游行业发展现状

三、2020-2026年上游行业发展趋势

四、上游供给对饮料行业的影响

第五节 饮料下游分析

一、饮料下游分布

二、下游重点区域分析

三、2020-2026年下游发展趋势

四、下游需求对饮料行业的影响

第七章 中国饮料细分产品分析

第一节 饮用水

一、发展现状分析

二、2014-2019年市场规模分析

三、2020-2026年行业发展前景预测

第二节 碳酸饮料

一、发展现状分析

二、2014-2019年市场规模分析

三、2020-2026年行业发展前景预测

第三节 茶饮料

一、发展现状分析

二、2014-2019年市场规模分析

三、2020-2026年行业发展前景预测

第四节 固体饮料

一、发展现状分析

二、2014-2019年市场规模分析

三、2020-2026年行业发展前景预测

第五节 功能饮料

一、发展现状分析

二、2014-2019年市场规模分析

三、2020-2026年行业发展前景预测

第六节 果蔬饮料

一、发展现状分析

二、2014-2019年市场规模分析

三、2020-2026年行业发展前景预测

第八章饮料行业区域市场分析

第一节行业总体区域结构特征分析

- 一、行业区域结构总体特征
- 二、行业区域分布特点分析
- 三、行业规模指标区域分布分析
- 四、行业企业数的区域分布分析

第二节华东地区饮料行业分析

- 一、行业发展现状分析
- 二、市场规模情况分析
- 三、行业发展前景预测

第三节华北地区饮料行业分析

- 一、行业发展现状分析
- 二、市场规模情况分析
- 三、行业发展前景预测

第四节东北地区饮料行业分析

- 一、行业发展现状分析
- 二、市场规模情况分析
- 三、行业发展前景预测

第五节华中地区饮料行业分析

- 一、行业发展现状分析
- 二、市场规模情况分析
- 三、行业发展前景预测

第六节华南地区饮料行业分析

- 一、行业发展现状分析
- 二、市场规模情况分析
- 三、行业发展前景预测

第七节西南地区饮料行业分析

- 一、行业发展现状分析
- 二、市场规模情况分析
- 三、行业发展前景预测

第八节西北地区饮料行业分析

- 一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

第四部分竞争格局分析

第九章2020-2026年饮料行业竞争形势及策略

第一节行业总体市场竞争状况分析

一、饮料行业竞争结构分析

1、现有企业间竞争

2、潜在进入者分析

3、替代品威胁分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

二、饮料行业企业间竞争格局分析

三、饮料行业集中度分析

四、饮料行业SWOT分析

第二节中国饮料行业竞争格局综述

一、饮料行业竞争概况

二、中国饮料行业竞争力分析

三、中国饮料竞争力优势分析

四、饮料行业主要企业竞争力分析

第三节饮料市场竞争格局总结

一、提高饮料企业竞争力的有力措施

二、提高饮料企业竞争力的几点建议

三、饮料提高核心竞争力的建议

第十章饮料行业相关企业经营形势分析

第一节伊利

一、企业发展概况

二、经营效益分析（2014-2019年）

三、财务状况分析（2014-2019年）

四、企业竞争优势分析

五、发展战略与规划

第二节光明

- 一、企业发展概况
- 二、经营效益分析（2014-2019年）
- 三、财务状况分析（2014-2019年）
- 四、企业竞争优势分析
- 五、发展战略与规划

第三节蒙牛乳业

- 一、企业发展概况
- 二、经营效益分析（2014-2019年）
- 三、财务状况分析（2014-2019年）
- 四、企业竞争优势分析
- 五、发展战略与规划

第四节百事

- 一、企业发展概况
- 二、经营效益分析（2014-2019年）
- 三、财务状况分析（2014-2019年）
- 四、企业竞争优势分析
- 五、发展战略与规划

第五节可口可乐

- 一、企业发展概况
- 二、经营效益分析（2014-2019年）
- 三、财务状况分析（2014-2019年）
- 四、企业竞争优势分析
- 五、发展战略与规划

第六节三元

- 一、企业发展概况
- 二、经营效益分析（2014-2019年）
- 三、财务状况分析（2014-2019年）
- 四、企业竞争优势分析
- 五、发展战略与规划

第七节皇氏

- 一、企业发展概况
- 二、经营效益分析（2014-2019年）

三、财务状况分析（2014-2019年）

四、企业竞争优势分析

五、发展战略与规划

第八节维维

一、企业发展概况

二、经营效益分析（2014-2019年）

三、财务状况分析（2014-2019年）

四、企业竞争优势分析

五、发展战略与规划

第九节露露

一、企业发展概况

二、经营效益分析（2014-2019年）

三、财务状况分析（2014-2019年）

四、企业竞争优势分析

五、发展战略与规划

第十节椰岛

一、企业发展概况

二、经营效益分析（2014-2019年）

三、财务状况分析（2014-2019年）

四、企业竞争优势分析

五、发展战略与规划

第五部分发展前景展望

第十一章2020-2026年饮料行业前景及趋势预测

第一节2020-2026年饮料市场发展前景

一、2020-2026年饮料市场发展潜力

二、2020-2026年饮料行业发展前景分析

三、2020-2026年饮料细分行业发展前景分析

第二节2020-2026年饮料市场发展趋势预测

一、2020-2026年饮料行业发展趋势

二、2020-2026年饮料售市场规模预测

三、2020-2026年细分市场发展趋势预测

第三节2020-2026年中国饮料行业投资规模预测

第四节影响企业生产与经营的关键趋势

- 一、市场整合成长趋势
- 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测
- 三、科研开发趋势及替代技术进展
- 四、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章2020-2026年饮料行业投资机会与风险防范

第一节饮料行业投融资情况

- 一、行业资金渠道分析
- 二、固定资产投资分析
- 三、兼并重组情况分析（合生元）
- 四、饮料行业投资现状分析

第二节饮料行业投资机会分析

- 一、饮料投资项目分析
- 二、可以投资的饮料模式
- 三、2019年饮料投资机会

第三节2020-2026年中国饮料行业发展预测分析

- 一、未来饮料发展分析
- 二、未来饮料行业技术开发方向

第四节2020-2026年饮料行业投资风险及防范

- 一、食品安全风险
- 二、经销商管理风险
- 三、消费模式变化风险
- 四、市场竞争风险
- 五、原材料价格波动风险

第六部分发展战略研究

第十三章饮料行业发展战略研究

第一节饮料行业发展战略研究

- 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

第二节对我国饮料品牌的战略思考

一、饮料品牌的重要性

二、饮料实施品牌战略的意义

三、饮料企业品牌的现状分析

四、我国饮料企业的品牌战略

五、饮料品牌战略管理的策略

六、国内外饮料品牌对比及策略建议

第三节饮料经营策略分析

一、饮料市场细分策略

二、饮料市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、饮料新产品差异化战略

第四节饮料行业投资战略研究

一、2020-2026年饮料行业投资战略

二、2020-2026年细分行业投资战略

第十四章研究结论及发展建议

第一节饮料行业研究结论及建议

第二节饮料子行业研究结论及建议

第三节饮料行业发展建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录：

图表：2019年饮料行业毛利率走势

图表：2019年饮料行业净利率同比提升0.45pct（单位：%）

图表：中国饮料行业市场发展

图表：2014-2019年国内饮料行业现状分析

图表：2008-2019年美国实际GDP环比折年率（经季节性调整，单位：%）

图表：2008-2019年美国个人消费、私人投资、政府消费与投资、进出口环比折年率（经季节性调整，单位：%）

图表：2000-2019年欧元区19国GDP季调折年率（单位：%）

图表：2010-2019年日本GDP环比变化情况（经季节性调整，单位：%）

图表：2012-2019年中国规模以上工业增加值

图表：2012-2019年中国固定资产投资（不含农户）统计

图表：2012-2019年中国民间固定资产投资统计

图表：2012-2019年中国房地产开发投资统计

图表：2012-2019年中国社会消费品零售总额统计

图表：2012-2019年中国进出口总额统计

图表：2012-2019年中国居民人均可支配收入

图表：我国人口情况分析（万人）

图表：2019年年末个年龄段人口数占比

图表：民间教育固定资产投资完成额

图表：2012-2019年普通本专科、中等职业教育及普通高中招生人数

图表：2019年中国城镇化率进程

图表：2014-2019年我国饮料行业企业数量规模

图表：2014-2019年我国饮料行业企业数量规模

图表：2014-2019年我国规模以上饮料生产企业资产总计

图表：2012-2019年中国规模以上饮料生产企业利润总额

图表：2014-2019年中国饮料行业总产量情况

图表：2014-2019年中国饮料行业消费量情况

图表：2014-2019年中国饮料行业产销率

图表：2014-2019年我国饮料行业盈利能力

图表：2014-2019年我国饮料行业偿债能力

图表：2014-2019年我国饮料行业营运能力

图表：2014-2019年我国饮料行业成长能力

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202005/165357.html>