

2023-2029年中国软饮料产业 发展现状与投资战略咨询报告

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

《2023-2029年中国软饮料产业发展现状与投资战略咨询报告》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/202304/352889.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

中企顾问网发布的《2023-2029年中国软饮料产业发展现状与投资战略咨询报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：

第一章 中国软饮料行业发展综述

第一节 软饮料行业定义及分类

第二节 软饮料行业统计标准

第三节 行业经济环境分析

第四节 行业政策环境分析

第五节 行业社会环境分析

第二章 2018-2022年中国软饮料行业发展状况分析

第一节 中国软饮料行业发展状况分析

第二节 2018-2022年软饮料行业经济指标分析

第三节 2018-2022年软饮料行业供需平衡分析

一、2018-2022年全国软饮料行业供给情况分析

二、各地区软饮料行业供给情况分析

三、2018-2022年全国软饮料行业需求情况分析

四、2022-2023年各地区软饮料行业需求情况分析

五、2018-2022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

第一节 软饮料行业产业链简介

第二节 行业下游消费需求分析

一、居民收入水平分析

二、居民消费水平分析

三、行业产品消费特征分析

四、行业产品消费趋势分析

第三节 行业上游相关市场分析

一、饮用水资源状况分析

（一）饮用水资源状况

（二）水价走势及预测

二、水果行业发展分析

（一）水果种植面积及地区分布

（二）水果产量及产品结构

三、蔬菜行业发展分析

（一）蔬菜供需现状

（二）蔬菜价格走势

四、乳制品行业发展分析

（一）行业产销情况

（二）行业发展趋势

五、食糖行业发展分析

（一）食糖供需

（二）食糖价格走势

六、食品添加剂行业发展分析

（一）行业发展状况

（二）行业发展趋势

七、饮料包装行业发展分析

（一）塑料包装行业分析

（二）金属包装行业分析

（三）玻璃包装行业分析

（四）纸包装行业分析

八、冷链物流行业发展分析

（一）行业发展状况

（二）行业发展趋势

第四章 中国软饮料行业市场竞争状况分析

第一节 行业国际市场竞争状况分析

一、主要国家软饮料市场发展状况

(一) 美国软饮料市场分析

(二) 欧洲软饮料市场分析

(三) 日本软饮料市场分析

二、国际软饮料市场竞争状况分析

三、国际软饮料市场发展趋势分析

第二节 行业中国市场竞争状况分析

第三节 行业投资兼并与重组整合分析

第四节 行业不同经济类型企业竞争分析

第五章 中国软饮料行业主要市场分析

第一节 软饮料市场发展情况

第二节 碳酸饮料行业发展分析

一、碳酸饮料行业发展规模

二、碳酸饮料行业产销分析

三、碳酸饮料行业地位分析

四、碳酸饮料消费地域特征

五、碳酸饮料行业竞争情况

六、碳酸饮料行业发展前景

第三节 果菜汁及果菜汁饮料行业发展分析

一、果菜汁及果菜汁饮料行业发展规模

二、果菜汁及果菜汁饮料行业产量分析

三、果菜汁及果菜汁饮料行业地位分析

四、果菜汁及果菜汁饮料消费地域特征

五、果菜汁及果菜汁饮料行业竞争情况

六、果菜汁及果菜汁饮料行业发展前景

第四节 茶饮料及其他软饮料行业发展分析

一、茶饮料及其他软饮料行业发展规模

二、茶饮料及其他软饮料行业产销情况

三、茶饮料及其他软饮料行业地位分析

四、茶饮料及其他软饮料消费地域特征

五、茶饮料及其他软饮料行业竞争情况

六、茶饮料及其他软饮料行业发展前景

第五节 瓶（罐）装饮用水行业发展分析

一、瓶（罐）装饮用水行业发展规模

二、瓶（罐）装饮用水行业产销情况

三、瓶（罐）装饮用水行业地位分析

四、瓶（罐）装饮用水行业竞争情况

五、瓶（罐）装饮用水消费地域特性

六、瓶（罐）装饮用水行业发展前景

第六节 含乳饮料和植物蛋白饮料行业发展分析

一、含乳饮料和植物蛋白饮料行业发展规模

二、含乳饮料和植物蛋白饮料行业产销情况

三、含乳饮料和植物蛋白饮料行业地位分析

四、含乳饮料和植物蛋白饮料行业竞争情况

五、含乳饮料和植物蛋白饮料消费地域特性

六、含乳饮料和植物蛋白饮料行业发展趋势

第七节 固体饮料行业发展分析

一、固体饮料行业发展规模

二、固体饮料行业产销情况

三、固体饮料行业地位分析

四、固体饮料行业竞争情况

五、固体饮料消费区域特性

六、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

第一节 中国软饮料行业销售渠道分析

一、商超渠道

二、餐饮渠道

三、食杂店渠道

四、摊点渠道

五、自动售货机渠道

六、其他销售渠道

（一）网络 + 平台的复合模式

（二）直销 + 网络的复合模式

(三) 农贸批发市场 + 平台式销售或网络销售的复合模式

(四) 网络销售 + 直销的复合模式

第二节 中国软饮料行业营销策略分析

一、产品策略

(一) 产品定位

(二) 产品市场

(三) 产品品类

(四) 产品包装

(五) 产品生产工艺

(六) 产品渠道

二、品牌形象策略

(一) 品牌定位

(二) 品牌命名

(三) 品牌个性

三、定价策略

(一) 定价因素

(二) 定价方法

(三) 变价控制

四、促销策略

(一) 广告策划

(二) 销售促进策划

(三) 公共关系策划

(四) 节日营销策略

五、异业联合营销

第三节 中国软饮料行业营销案例分析

一、可口可乐营销案例分析

(一) 可口可乐营销策略

(二) 市场细分和定位策略

(三) 产品策略

(四) 价格策略

(五) 分销策略

(六) 促销策略

(七) 互联网营销

(八) 微博营销

(九) 跨界合作

二、汇源营销案例分析

(一) 产品分析

(二) 定位策略

(三) 广告策略

三、王老吉营销案例分析

(一) 市场细分和定位策略

(二) 产品策略

(三) 价格策略

(四) 分销策略

(五) 促销策略

(六) 互联网营销

(七) 技术创新助推王老吉行销全球

四、美汁源营销分析

(一) 产品分析

(二) 广告策略

五、康师傅营销案例分析

(一) 产品策略

(二) 价格策略

(三) 渠道策略

(四) 整合营销传播策略

(五) 康师傅营销策略对茶饮企业的启示

第七章 软饮料行业重点区域市场分析

第一节 行业总体区域结构特征分析

第二节 华北地区软饮料行业产销情况分析

第三节 华南地区软饮料行业产销情况分析

第四节 华东地区软饮料行业产销情况分析

第五节 华中地区软饮料行业产销情况分析

第六节 西南地区软饮料行业产销情况分析

第七节 东北地区软饮料行业产销情况分析

第八节 西北地区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

第一节 软饮料企业发展总体状况分析

一、软饮料行业企业规模

二、软饮料行业工业产值状况

三、软饮料行业销售收入和利润

第二节 中国碳酸饮料行业领先企业个案分析

一、可口可乐（中国）饮料有限公司经营情况分析

（一）企业简况

（二）企业产销能力

（三）企业经营情况分析

（四）企业产品结构及新产品动向

（五）企业销售渠道与网络

（六）企业经营状况优劣势

（七）企业发展战略

二、中国海升果汁控股有限公司经营情况分析

（一）企业简况

（二）企业产销能力

（三）企业经营情况分析

（四）企业产品结构及新产品动向

（五）企业销售渠道与网络

（六）企业经营状况优劣势

（七）企业发展战略

三、乐天澳的利饮料有限公司经营情况分析

（一）企业简况

（二）企业产销能力

（三）企业经营情况分析

（四）企业产品结构及新产品动向

（五）企业销售渠道与网络

（六）企业经营状况优劣势

(七) 企业发展战略

四、华润怡宝饮料(中国)有限公司经营情况分析

(一) 企业简况

(二) 企业产销能力

(三) 企业经营情况分析

(四) 企业产品结构及新产品动向

(五) 企业销售渠道与网络

(六) 企业经营状况优劣势

(七) 企业发展战略

五、厦门银鹭食品有限公司经营情况分析

(一) 企业简况

(二) 企业产销能力

(三) 企业经营情况分析

(四) 企业产品结构及新产品动向

(五) 企业销售渠道与网络

(六) 企业经营状况优劣势

(七) 企业发展战略

六、维维食品饮料股份有限公司经营情况分析

(一) 企业简况

(二) 企业产销能力

(三) 企业经营情况分析

(四) 企业产品结构及新产品动向

(五) 企业销售渠道与网络

(六) 企业经营状况优劣势

(七) 企业发展战略

第九章 中国软饮料行业投资与前景分析

第一节 中国软饮料行业投资风险

一、软饮料行业宏观政策风险

二、软饮料行业技术风险

三、软饮料行业供需风险

四、软饮料行业宏观经济波动风险

五、软饮料行业产品结构风险

六、软饮料企业经营管理风险

七、软饮料行业其他风险

第二节 中国软饮料行业投资特性分析

一、软饮料行业进入壁垒分析

二、软饮料行业盈利模式分析

（一）产品金字塔模式

（二）品牌模式

三、软饮料行业盈利因素分析

（一）广阔的市场需求

（二）行业产品延伸

（三）稳定的销售渠道

第三节 中国软饮料行业发展趋势与投资建议

一、软饮料市场发展趋势分析

二、软饮料行业投资建议分析

（一）软饮料行业热点投资地域分析

（二）软饮料行业热点投资方式分析

三、软饮料行业资本运作模式建议分析

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202304/352889.html>