

2019-2025年中国软饮料市 场竞争格局与投资前景发展战略规划研究报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2019-2025年中国软饮料市场竞争格局与投资前景发展战略规划研究报告》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.chinairr.org/report/R07/R0702/201908/12-308386.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

软饮料 (soft drink) : 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。

2018年4月份饮料类零售总额达153亿元,2018年1-4月全国饮料类零售总额达636亿元

。2017-2018年中国饮料类零售总额及同比增速 2017-2018年中国饮料类累计总额及同比增速

中国产业研究报告网发布的《2019-2025年中国软饮料市场竞争格局与投资前景发展战略规划研究报告》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:

第一部分产业环境透视

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

一、行业概念及定义

二、行业主要产品大类

第二节 软饮料行业上游相关市场分析

- 一、水果行业发展分析
- 二、蔬菜行业发展分析
- 三、乳制品行业发展分析
- 四、食糖行业发展分析
- 五、食品添加剂行业发展分析
- 六、饮料包装行业发展分析
- 七、冷链物流行业发展分析

第二章软饮料所属行业市场环境及影响分析（PEST）

第一节 软饮料行业政治法律环境（P）

- 一、行业管理体制分析
- 二、行业主要法律法规
- 三、软饮料行业标准
- 四、行业相关发展规划
 - 1、软饮料行业国家发展规划
 - 2、软饮料行业地方发展规划
- 五、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析（E）

- 一、宏观经济形势分析
 - 1、国际宏观经济形势分析
 - 2、国内宏观经济形势分析
 - 3、产业宏观经济环境分析
- 二、宏观经济环境对行业的影响分析
 - 1、经济复苏对行业的影响
 - 2、货币政策对行业的影响
 - 3、区域规划对行业的影响

第三节 行业社会环境分析（S）

- 一、软饮料产业社会环境
 - 1、人口环境分析
 - 2、教育环境分析
 - 3、文化环境分析
 - 4、中国城镇化率

二、社会环境对行业的影响

三、软饮料产业发展对社会发展的影响

第四节 行业技术环境分析（T）

一、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

二、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

三、软饮料技术发展分析

四、行业主要技术发展趋势

五、技术环境对行业的影响

第二部分行业深度分析

第三章中国软饮料所属行业运行现状分析

第一节 中国软饮料行业发展状况分析

一、中国软饮料行业发展阶段

二、中国软饮料行业发展概况及特点

三、中国软饮料行业发展存在的问题

四、中国软饮料行业商业模式分析

第二节 中国软饮料行业市场运行现状分析

一、中国软饮料行业市场规模

二、中国软饮料产品结构分析

三、中国软饮料行业产销分析

四、中国软饮料行业利润总额分析

第三节 中国软饮料企业发展分析

一、企业数量及增长分析

二、不同规模企业结构分析

三、行业从业人员数量分析

第四节 中国软饮料行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第五节 中国软饮料市场价格走势分析

一、软饮料市场定价机制组成

二、软饮料市场价格影响因素

三、软饮料产品价格走势分析

四、2019-2025年软饮料产品价格走势预测

第四章 中国软饮料所属行业市场供需形势及进出口分析

第一节 中国软饮料行业市场供需平衡分析

一、中国软饮料行业市场供给分析

1、中国软饮料产量分析 2017年1-7月中国软饮料产量为11632万吨，同比增长7.3%；2016年中国软饮料产量为18345.24万吨，同比增长1.9%。2013-2017年中国软饮料产量走势

2、前十企业产量占比分析

二、中国软饮料行业市场需求分析

1、中国软饮料销量分析

2、产品需求结构分析

3、地区需求差异分析

三、中国软饮料行业市场供需平衡分析

第二节 中国软饮料所属行业进出口分析

一、软饮料行业出口市场分析

1、行业出口整体情况

2、行业出口总额分析

3、行业出口产品结构

二、软饮料行业进口市场分析

1、行业进口整体情况

2、行业进口总额分析

3、行业进口产品结构

三、中国软饮料出口面临的挑战及对策

四、软饮料行业进出口前景及建议

第三部分 市场全景调研

第五章中国软饮料所属行业主要市场分析

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）装饮用水行业地位分析

三、瓶（罐）装饮用水行业竞争情况

四、瓶（罐）装饮用水消费地域特性

五、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 中国软饮料所属行业市场营销分析

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

第二节 中国软饮料行业营销策略分析

- 一、产品策略
- 二、品牌形象策略
- 三、定价策略
- 四、促销策略
- 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
- 二、汇源营销案例分析
- 三、加多宝营销案例分析
- 四、美汁源营销分析
- 五、康师傅营销案例分析

第四部分竞争格局分析

第七章软饮料所属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

一、行业区域结构总体特征

二、行业区域集中度分析

第二节 行业重点区域销售收入情况分析

一、华北地区软饮料市场分析

1、软饮料产量分析

2、软饮料销售收入分析

3、软饮料供应量分析

4、软饮料主要品牌竞争分析

5、软饮料市场发展趋势分析

二、华南地区软饮料市场分析

1、软饮料产量分析

2、软饮料销售收入分析

3、软饮料供应量分析

4、软饮料主要品牌竞争分析

5、软饮料市场发展趋势分析

三、华东地区软饮料市场分析

1、软饮料产量分析

2、软饮料销售收入分析

3、软饮料供应量分析

4、软饮料主要品牌竞争分析

5、软饮料市场发展趋势分析

四、华中地区软饮料市场分析

1、软饮料产量分析

2、软饮料销售收入分析

3、软饮料供应量分析

4、软饮料主要品牌竞争分析

5、软饮料市场发展趋势分析

五、西南地区软饮料市场分析

- 1、软饮料产量分析
 - 2、软饮料销售收入分析
 - 3、软饮料供应量分析
 - 4、软饮料主要品牌竞争分析
 - 5、软饮料市场发展趋势分析
- 六、西北地区软饮料市场分析
- 1、软饮料产量分析
 - 2、软饮料销售收入分析
 - 3、软饮料供应量分析
 - 4、软饮料主要品牌竞争分析
 - 5、软饮料市场发展趋势分析
- 七、东北地区软饮料市场分析
- 1、软饮料产量分析
 - 2、软饮料销售收入分析
 - 3、软饮料供应量分析
 - 4、软饮料主要品牌竞争分析
 - 5、软饮料市场发展趋势分析

第八章中国软饮料所属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
- 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 行业国内市场竞争状况分析

- 一、软饮料行业市场规模分析
- 二、国内软饮料行业集中度分析
- 三、软饮料行业五力模型分析

第三节 行业投资兼并与重组整合分析

- 一、行业投资兼并与重组整合概况
- 二、行业投资兼并与重组整合特征
- 三、行业投资兼并与重组整合趋势

第四节 行业不同经济类型企业竞争分析

一、不同经济类型企业特征情况

二、行业经济类型集中度分析

第九章 2019-2025年软饮料所属行业领先企业经营形势分析

第一节 中粮可口可乐饮料（中国）投资有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业最新发展动向分析

第二节 广东太古可口可乐有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业最新发展动向分析

第三节 上海申美饮料食品有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业最新发展动向分析

第四节 陕西海升果业发展股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业最新发展动向分析

第五节 可口可乐装瓶商生产（东莞）有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业最新发展动向分析

第六节 山东一品堂实业有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业最新发展动向分析

第七节 乐天澳的利饮料有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业最新发展动向分析

第八节 广东加多宝饮料食品有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业最新发展动向分析

第九节 浙江加多宝饮料有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业最新发展动向分析

第十节 华润怡宝饮料（中国）有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业最新发展动向分析

第五部分发展前景展望

第十章中国软饮料所属行业发展趋势与前景分析

第一节 中国软饮料行业发展趋势分析

- 一、健康补水
- 二、肠道健康
- 三、成人化
- 四、“冷”成为热门之选
- 五、咸味和香料
- 六、添加风味
- 七、植物能量

第二节 中国软饮料行业发展前景分析

- 一、2019-2025年软饮料市场发展潜力
- 二、2019-2025年软饮料市场发展前景展望
- 三、2019-2025年软饮料细分行业发展前景分析

第三节 2019-2025年中国软饮料行业供需预测

- 一、2019-2025年中国软饮料企业数量预测
- 二、2019-2025年中国软饮料产量预测
- 三、2019-2025年中国软饮料销量预测
- 四、2019-2025年中国软饮料销售收入预测
- 五、2019-2025年中国软饮料行业供需平衡预测

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、企业区域市场拓展的趋势
- 四、科研开发趋势及替代技术进展
- 五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十一章 2019-2025年软饮料行业投资机会与风险防范

第一节 软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

第二节 2019-2025年软饮料行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、软饮料行业投资机遇

第三节 2019-2025年软饮料行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

第四节 中国软饮料行业投资建议

一、软饮料行业未来发展方向

二、软饮料行业主要投资建议

三、中国软饮料企业融资分析

1、中国软饮料企业IPO融资分析

2、中国软饮料企业再融资分析

第六部分发展战略研究

第十二章 2019-2025年软饮料行业面临的困境及对策

第一节 2018年软饮料行业面临的困境

第二节 软饮料企业面临的困境及对策

一、重点软饮料企业面临的困境及对策

1、重点软饮料企业面临的困境

2、重点软饮料企业对策探讨

二、中小软饮料企业发展困境及策略分析

1、中小软饮料企业面临的困境

2、中小软饮料企业对策探讨

三、国内软饮料企业的出路分析

第三节 中国软饮料行业存在的问题及对策

一、中国软饮料行业存在的问题

二、软饮料行业发展的建议对策

1、把握国家投资的契机

2、竞争性战略联盟的实施

3、企业自身应对策略

三、市场的重点客户战略实施

1、实施重点客户战略的必要性

2、合理确立重点客户

3、重点客户战略管理

4、重点客户管理功能

第四节 中国软饮料市场发展面临的挑战与对策

第十三章 软饮料行业发展战略研究

第一节 软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 对中国软饮料品牌的战略思考

一、软饮料品牌的重要性

二、软饮料实施品牌战略的意义

三、软饮料企业品牌的现状分析

四、中国软饮料企业的品牌战略

五、软饮料品牌战略管理的策略

第三节 软饮料经营策略分析

一、软饮料市场细分策略

二、软饮料市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、软饮料新产品差异化战略

第四节 软饮料行业投资战略研究

一、2018年软饮料企业投资战略

二、2019-2025年软饮料行业投资战略

三、2019-2025年细分行业投资战略

第十四章 研究结论及投资建议(ZYGXH)

第一节 软饮料行业研究结论及建议

第二节 软饮料子行业研究结论及建议

第三节 软饮料行业投资建议

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(ZYGXH)

图表目录：

图表：软饮料行业生命周期

图表：软饮料行业产业链结构

图表：2015-2018年全球软饮料行业市场规模

图表：2015-2018年中国软饮料行业市场规模

图表：2015-2018年软饮料行业重要数据指标比较

图表：2015-2018年中国软饮料市场占全球份额比较

图表：2015-2018年软饮料行业工业总产值

图表：2015-2018年软饮料行业销售收入

图表：2015-2018年软饮料行业利润总额

图表：2015-2018年软饮料行业资产总计

图表：2015-2018年软饮料行业负债总计

图表：2015-2018年软饮料行业竞争力分析

图表：2015-2018年软饮料市场价格走势

图表：2015-2018年软饮料行业主营业务收入

图表：2015-2018年软饮料行业产能分析

图表：2015-2018年软饮料行业产量分析

图表：2015-2018年软饮料行业需求分析

图表：2015-2018年软饮料行业进口数据

图表：2015-2018年软饮料行业出口数据

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R07/R0702/201908/12-308386.html>