2024-2030年中国饮料市场研究与市场供需预测报告

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

《2024-2030年中国饮料市场研究与市场供需预测报告》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.chinairr.org/report/R07/R0702/202408/27-623655.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

饮料一般可分为含酒精饮料和无酒精饮料，无酒精饮料又称软饮料。酒精饮料系指供人们饮用且乙醇(酒精)含量在百分之0.5—65(v/v)的饮料，包括各种发酵酒、蒸馏酒及配制酒。无酒精饮料是指酒精含量小于百分之0.5(v/v)，以补充人体水分为主要目的的流质食品，包括固体饮料。

产业研究报告网发布的《2024-2030年中国饮料市场研究与市场供需预测报告》共十六章。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：

第一章饮料行业概述
1.1饮料的相关概念
1.1.1软饮料
1.1.2功能饮料
1.1.3运动饮料
1.1.4酒饮料
1.1.5茶饮料
1.2饮料的分类
1.2.1软饮料的分类
1.2.2酒饮料的分类
1.2.3茶饮料分类

第二章2019-2023年国际饮料市场
2.12019-2023年国际饮料市场总体概况
2.1.1全球饮料消费状况
2.1.2全球食品饮料行业热点

2.1.3全球软饮料市场现状
2.1.4全球啤酒市场状况
2.22019-2023年美国饮料市场的发展
2.2.1美国碳酸饮料市场分析
2.2.2美国啤酒市场分析
2.2.3美国葡萄酒市场分析
2.32019-2023年欧洲饮料市场的发展
2.3.1德国
2.3.2俄罗斯
2.3.3法国
2.3.4西班牙
2.3.5拉脱维亚
2.42019-2023年亚洲饮料市场的发展
2.4.1日本
2.4.2韩国
2.4.3越南
2.4.4印度
2.4.5泰国

第三章2019-2023年中国饮料所属行业分析
3.1中国饮料行业总体概述
3.1.1行业国际地位
3.1.2行业现状综述
3.1.3行业新常态特点
3.1.4行业发展因素
3.22019-2023年中国饮料所属行业运行状况
3.2.12023年行业发展特点
3.2.22023年行业运行分析
3.2.32023年行业运行简析
3.32019-2023年中国饮料所属行业景气指数分析
3.3.12023年景气指数分析
3.3.22023年景气指数分析

3.3.32023年景气指数分析
3.42019-2023年饮料行业存在的问题及策略
3.4.1产业面临的挑战
3.4.2行业遇新门槛
3.4.3企业制胜策略
3.4.4企业创新策略

第四章2019-2023年中国饮料所属行业市场分析
4.12019-2023年中国饮料市场概况
4.1.1市场的显著特征
4.1.2市场运作规律分析
4.1.3市场盛行高端风潮
4.1.4产品发展的特性与走向
4.22019-2023年中国饮料品牌口碑分析
4.2.12023年饮料品牌口碑分析
4.2.22023年饮料品牌口碑分析
4.2.32023年饮料品牌口碑分析
4.32019-2023年中国饮料市场消费者购买行为分析
4.3.1消费者购买意愿和品牌爱好
4.3.2消费者选择饮料关注的因素
4.3.3饮料消费者的购买习惯

第五章中国饮料制造所属行业财务状况
5.12019-2023年中国饮料制造所属行业经济规模
5.1.1行业销售规模
5.1.2行业利润规模
5.1.3行业资产规模
5.22019-2023年中国饮料制造所属行业盈利能力指标分析
5.2.1行业亏损面
5.2.2行业销售毛利率
5.2.3行业成本费用利润率
5.2.4行业销售利润率

5.32019-2023年中国饮料制造所属行业营运能力指标分析
5.3.1行业应收账款周转率
5.3.2行业流动资产周转率
5.3.3行业总资产周转率
5.42019-2023年中国饮料制造所属行业偿债能力指标分析
5.4.1行业资产负债率
5.4.2行业利息保障倍数
5.5中国饮料制造所属行业财务状况综合评价
5.5.1行业财务状况综合评价
5.5.2影响行业财务状况的经济因素分析

第六章中国饮料制造所属行业产量数据分析
6.12019-2023年全国及主要省份发酵酒精产量分析
6.1.12023年产量分析
6.1.22023年产量分析
6.1.32023年产量分析
6.22019-2023年全国及主要省份饮料酒产量分析
6.2.12023年产量分析
6.2.22023年产量分析
6.2.32023年产量分析
6.32019-2023年全国及主要省份软饮料产量分析
6.3.12023年产量分析
6.3.22023年产量分析
6.3.32023年产量分析
6.42019-2023年全国及主要省份液体乳产量分析
6.4.12023年产量分析
6.4.22023年产量分析
6.4.32023年产量分析
6.52019-2023年全国及主要省份精制茶产量分析
6.5.12023年产量分析
6.5.22023年产量分析
6.5.32023年产量分析

第七章2019-2023年中国饮料所属行业进出口数据分析
7.12019-2023年中国未加味、加糖或其他甜物质的矿泉水及汽水所属行业进出口数据分析
7.1.1进出口总量数据分析
7.1.2主要贸易国进出口情况分析
7.1.3主要省市进出口情况分析
7.22019-2023年中国其他未加味、加糖或其他甜物质的水；冰及雪所属行业进出口数据分析
7.2.1进出口总量数据分析
7.2.2主要贸易国进出口情况分析
7.2.3主要省市进出口情况分析
7.32019-2023年中国加味、加糖或其他甜物质的水所属行业进出口数据分析
7.3.1进出口总量数据分析
7.3.2主要贸易国进出口情况分析
7.3.3主要省市进出口情况分析
7.42019-2023年中国其他无酒精饮料所属行业进出口数据分析
7.4.1进出口总量数据分析
7.4.2主要贸易国进出口情况分析
7.4.3主要省市进出口情况分析

第八章2019-2023年软饮料细分市场分析
8.1碳酸饮料
8.1.1行业供给规模
8.1.2行业运行规模
8.1.3市场消费分析
8.1.4市场下滑态势
8.1.5产品创新动态
8.2果汁饮料
8.2.1行业运行现状
8.2.2市场特征现状
8.2.3市场发展规模
8.2.4产品发展格局
8.2.5行业发展瓶颈
8.2.6企业竞争策略

8.2.7行业发展建议
8.2.8产品发展方向
8.3乳饮料
8.3.1市场发展概况
8.3.2重点品牌情况
8.3.3行业经营现状
8.3.4细分市场分析
8.3.5市场前景展望
8.3.6行业发展趋势
8.4功能饮料
8.4.1市场需求情况
8.4.2品牌竞争格局
8.4.3市场竞争动态
8.4.4市场运行现状
8.4.5广告投放情况
8.4.6市场发展潜力
8.5饮用水
8.5.1行业供给态势
8.5.2行业生产现状
8.5.3行业格局生变
8.5.4行业新标出台
8.5.5市场潜力看好
8.6其它软饮料
8.6.1大健康饮料
8.6.2粗粮饮料
8.6.3鲜花饮料
8.6.4森林饮料

第九章2019-2023年酒饮料市场分析
9.1啤酒
9.1.1市场发展态势
9.1.2市场竞争格局

9.1.3区域发展格局
9.1.4产品发展格局
9.1.5市场前景展望
9.1.6未来发展趋势
9.2白酒
9.2.1行业发展现状
9.2.2产品产量规模
9.2.3市场消费特征
9.2.4市场渠道变革
9.2.5行业转型态势
9.2.6行业整合动态
9.3葡萄酒
9.3.1行业现状特征
9.3.2产品产销情况
9.3.3行业运行规模
9.3.4市场消费情况
9.3.5市场消费特征
9.3.6未来发展规划
9.4黄酒
9.4.1行业发展态势
9.4.2品牌竞争格局
9.4.3市场销售渠道
9.4.4市场发展策略
9.4.5未来发展规划

第十章2019-2023年中国茶饮料市场分析
10.1茶饮料行业发展综述
10.1.1行业发展变化
10.1.2行业特征分析
10.1.3行业发展现状
10.1.4行业影响因素
10.2茶饮料市场发展总体分析

10.2.1市场格局分析
10.2.2市场新势力分析
10.2.3市场需求特征
10.2.4产品结构分析
10.32019-2023年茶饮料市场运行分析
10.3.12023年市场进入成熟期
10.3.22023年消费者满意度
10.3.32023年市场发展概况
10.3.42023年市场发展状况
10.4茶饮料行业的SWOT剖析
10.4.1优势分析
10.4.2劣势分析
10.4.3机遇分析
10.4.4挑战分析
10.5茶饮料行业存在问题及对策分析
10.5.1行业生产问题
10.5.2技术质量问题
10.5.3行业发展建议
10.5.4市场突围策略
10.6茶饮料市场发展前景分析
10.6.1茶饮料市场未来前景展望
10.6.2无糖茶饮料市场前景分析
10.6.3纯茶饮料的发展趋势预测
10.6.4中草药保健茶发展前景广阔

第十一章2019-2023年饮料行业原料供应分析
11.12019-2023年中国食糖工业概况
11.1.1行业产量规模
11.1.2行业销量规模
11.1.3产品库存规模
11.1.4食糖消费情况
11.1.5国际贸易形势

11.22019-2023年中国水果产业分析
11.2.1水果种植与分布
11.2.2水果供给规模
11.2.3贸易影响因素
11.2.4产业品牌化路径
11.2.5未来发展预测
11.32019-2023年中国蔬菜产业分析
11.3.1产业发展态势
11.3.2产品生产形势
11.3.3产品价格走势
11.3.4城市蔬菜供应现状
11.3.5现代化发展思路

第十二章2019-2023年饮料包装行业发展分析
12.1中国饮料包装行业发展综述
12.1.1行业发展综述
12.1.2主要细分市场
12.1.3行业竞争格局
12.1.4行业利润水平
12.1.5行业存在的问题
12.2PET饮料瓶
12.2.1PET瓶使用优势
12.2.2PET瓶发展态势
12.2.3PET瓶成市场主流
12.2.4PET瓶市场发展前景
12.3饮料包装业发展趋势
12.3.1全球市场规模预测
12.3.2全球市场发展趋势
12.3.3饮料包装市场潜力
12.3.4饮料包装发展方向
12.3.5饮料包装材料趋势

第十三章2019-2023年中国饮料行业营销及案例分析
13.1饮料营销发展概述
13.1.1国内饮料营销的五大派系
13.1.2饮料行业的销售渠道分析
13.1.3饮料营销策略探索
13.1.4饮料业网络营销战略分析
13.2中国饮料市场营销状况分析
13.2.1行业营销现状
13.2.2行业营销新模式
13.2.3市场营销策略
13.2.4行业营销趋势
13.32019-2023年食品饮料品牌广告投放状况
13.3.12023年网络广告投放状况
13.3.22023年电视广告投放状况
13.4中国软饮料市场营销分析
13.4.1软饮料行业营销特征
13.4.2软饮料广告投放状况
13.4.3软饮料市场营销新趋向
13.4.4软饮料娱乐化营销现状
13.4.5软饮料品牌营销问题及对策
13.4.6软饮料差异化营销策略分析
13.5中国茶饮料营销对策分析
13.5.1茶饮料品牌文化营销
13.5.2茶饮料营销竞争策略
13.5.3茶饮料广告策略分析
13.5.4茶饮料产品策略分析
13.5.5茶饮料三优先销售策略
13.6红牛营销案例分析
13.7脉动营销案例分析
13.7.1脉动饮料市场环境分析
13.7.2脉动的内部传播机制
13.7.3脉动成功营销策略透析

13.7.4脉动打造趣味视频营销
13.7.5脉动社交平台互动营销
13.8娃哈哈营销案例分析
13.8.1娃哈哈的品牌营销分析
13.8.2娃哈哈茶饮料推广方法
13.8.3哇哈哈的渠道模式分析
13.8.4娃哈哈的强势娱乐营销
13.9加多宝营销案例分析
13.10王老吉营销案例分析
13.10.1王老吉的营销创新方法
13.10.2王老吉媒体组合拳营销
13.10.3王老吉的体育营销策略
13.10.4王老吉多元化营销策略
13.10.5王老吉的文化营销核心
13.10.6王老吉与加多宝的营销策略对比

第十四章2019-2023年中国饮料行业竞争分析
14.12019-2023年中国饮料行业竞争状况
14.1.1市场竞争格局
14.1.2市场竞争日益激烈
14.1.3市场竞争日趋多元化
14.1.4行业竞争规则简析
14.22019-2023年中国软饮料市场竞争分析
14.2.1软饮料行业竞争模型
14.2.2软饮料行业竞争态势
14.2.3软饮料企业战略动向
14.32019-2023年中国茶饮料行业竞争形势分析
14.3.1茶饮料竞争力增强
14.3.2茶饮料市场品牌格局
14.3.3茶饮料市场竞争动态
14.3.4瓶装奶茶竞争升级
14.3.5茶饮料竞争将愈加激烈

14.4中国饮料业竞争存在的问题及策略
14.4.1新品竞争存在的问题
14.4.2行业竞争的主要策略
14.4.3未来竞争与发展的关键主题

第十五章饮料行业重点企业分析
15.1可口可乐公司
15.1.1企业发展概况
15.1.2经营状况分析
15.2百事可乐公司
15.2.1企业发展概况
15.2.2经营状况分析
15.3康师傅控股有限公司
15.3.1企业发展概况
15.3.2经营状况分析
15.4中国汇源果汁集团有限公司
15.4.1企业发展概况
15.4.2经营状况分析
15.5统一企业（中国）控股有限公司
15.5.1企业发展概况
15.5.2经营状况分析

第十六章中国饮料行业投资及前景分析（）
16.1中国饮料行业投资环境分析
16.1.1经济环境
16.1.2政策环境
16.1.3人口环境
16.1.4消费环境
16.2中国饮料行业投资形势分析
16.2.1行业资本并购领域
16.2.2行业面临的风险
16.3中国饮料行业发展展望

16.3.1未来行业发展潜力
16.3.2市场发展趋势分析
16.3.3行业发展方向
16.42024-2030年中国饮料制造行业预测分析
16.4.1影响行业发展的因素
16.4.2行业销售收入预测
16.4.3行业利润总额预测
16.4.4行业软饮料产量预测
附录
附录一：中华人民共和国食品安全法
附录二：食品添加剂使用卫生标准
附录三：冷饮食品卫生管理办法
附录四：果汁饮料总则
附录五：含乳饮料卫生标准
附录六：茶、咖啡、植物饮料允许使用添加剂的原则

部分图表目录：

图表我国饮料制造效益变化分析
图表2023年全国饮料酒产量分省市统计
图表中轻饮料景气指数变化态势
图表饮料制品行业利润景气指数变化态势
图表饮料制品行业出口景气指数变化态势
图表2023年中轻饮料行业景气指数
图表2023年中轻饮料行业景气指数
图表饮料产品外观色彩变化曲线
图表2022中国饮料品牌口碑总指数图
图表2023年饮料行业的品牌知名度指数图
图表2023年饮料行业的消费者互动度指数图
图表2023年饮料行业的质量认可度指数图
图表2023年饮料行业的企业美誉度指数图
图表2023年饮料行业的产品好评度指数排行表
图表2023年饮料行业的产品品牌健康度指数排行表

图表2023年饮料品牌网络口碑指数
图表2023年饮料品牌知名度指数
图表2023年饮料品牌消费者互动度指数
图表2023年饮料品牌质量认可度指数
图表2023年饮料品牌企业美誉度指数
图表2023年饮料品牌产品好评度指数
图表2023年饮料品牌健康度指数
图表2019-2023年饮料制造业销售收入
图表2019-2023年饮料制造业销售收入增长趋势图
图表2019-2023年饮料制造业利润总额
图表2019-2023年饮料制造业利润总额增长趋势图
图表2019-2023年饮料制造业资产总额
图表2019-2023年饮料制造业总资产增长趋势图
图表2019-2023年饮料制造业销售毛利率趋势图
更多图表见正文.....

详细请访问：http://www.chinairr.org/report/R07/R0702/202408/27-623655.html