

# 2022-2028年中国饮料产业 发展现状与市场前景预测报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2022-2028年中国饮料产业发展现状与市场前景预测报告》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/202201/265716.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&mdash;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。

2019年1-9月全国饮料零售额同比增长9.8%，高于同期社会消费品零售总额增速1.6个百分点。2019年1-9月全国饮料零售额及社会消费品零售总额增速对比 中企顾问网发布的《2022-2028年中国饮料产业发展现状与市场前景预测报告》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 2015-2019年所属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 2015-2019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 2015-2019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2015-2019年饮料所属行业供需分析

第一节饮料所属行业市场现状分析及预测一、2015-2019年我国饮料行业产值分析二、2022-2028年我国饮料行业规模预测

第二节饮料产品所属行业销售收入分析及预测一、2015-2019年我国饮料销售收入分析二、2022-2028年我国饮料销售收入预测

第三节饮料所属行业进出口数据分析一、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

第五章我国饮料所属行业运行现状分析

第一节2015-2019年饮料行业发展现状一、2015-2019年我国饮料行业市场规模二、2015-2019年我国饮料行业发展分析2019年各月饮料类零售额情况三、2015-2019年中国饮料企业发展分析

第二节2015-2019年饮料所属行业市场情况分析一、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2015-2019年饮料所属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2022-2028年饮料行业市场发展趋势

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、2022-2028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、2022-2028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、2015-2019年市场规模分析三、2022-2028年行业发展前景预测

第二节碳酸饮料一、发展现状分析二、2015-2019年市场规模分析三、2022-2028年行业发展前景预测

第三节茶饮料一、发展现状分析二、2015-2019年市场规模分析三、2022-2028年行业发展前景预测

第四节固体饮料一、发展现状分析二、2015-2019年市场规模分析三、2022-2028年行业发展前景预测

第五节功能饮料一、发展现状分析二、2015-2019年市场规模分析三、2022-2028年行业发展前景预测

第六节果蔬饮料一、发展现状分析二、2015-2019年市场规模分析三、2022-2028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

第九章2022-2028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、经营效益分析三、财务状况分析四、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、经营效益分析三、财务状况分析四、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、经营效益分析三、财务状况分析四、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、经营效益分析三、财务状况分析四、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、经营效益分析三、财务状况分析四、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、经营效益分析三、财务状况分析四、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、经营效益分析三、财务状况分析四、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、经营效益分析三、财务状况分析四、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、经营效益分析三、财务状况分析四、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、经营效益分析三、财务状况分析四、企业竞争优势分析五、发展战略与规划

第十一章2022-2028年饮料行业前景及趋势预测第一节2022-2028年饮料市场发展前景一、2022-2028年饮料市场发展潜力二、2022-2028年饮料行业发展前景分析三、2022-2028年饮料细分行业发展前景分析第二节2022-2028年饮料市场发展趋势预测一、2022-2028年饮料行业发展趋势二、2022-2028年饮料售市场规模预测三、2022-2028年细分市场发展趋势预测第三节2022-2028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2022-2028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2022-2028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2022-2028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、2022-2028年饮料行业投资战略二、2022-2028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 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：2015-2019年国内饮料行业现状分析 图表：2015-2019年美国实际GDP环比折年率（经季节性调整，单位：%） 图表：2015-2019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：2015-2019年欧元区19国GDP季调折年率（单位：%） 图表：2015-2019年日本GDP环比变化情况（经季节性调整，单位：%） 图表：2015-2019年中国规模以上工业增加值 图表：2015-2019年中国固定资产投资（不含农户）统计 图表：2015-2019年中国民间固定资产投资统计 图表：2015-2019年中国房地产开发投资统计 图表：2015-2019年中国社会消费品零售总额统计 图表：2015-2019年中国进出口总额统计 图表：2015-2019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年年末各年龄段人口数占比 图表：民间教育固定资产投资完成额 图表：2015-2019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：2015-2019年我国饮料行业企业数量规模 图表：2015-2019年我国饮料行业企业数量规模 图表：2015-2019年我国规模以上饮料生产企业资产总计 图表：2015-2019年中国规模以上饮料生产企业利润总额 图表：2015-2019年中国饮料行业总产量情况 图表：2015-2019年中国饮料行业消费量情况 更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202201/265716.html>