

# 2019-2025年中国食品饮料行业市场运营现状及投资规划研究建议报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2019-2025年中国食品饮料行业市场运营现状及投资规划研究建议报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/411910.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

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 中国食品饮料行业宏观环境分析

#### 第一节 食品饮料行业定义分析

一、行业定义

二、行业产品分类

#### 第二节 食品饮料行业宏观环境分析

一、政策环境

二、经济环境

三、技术环境

四、社会环境

### 第二章 全球食品饮料所属行业现状及发展预测分析

#### 第一节 全球食品饮料行业概述

#### 第二节 全球食品饮料行业市场格局分析

一、全球食品饮料贸易动向分析

二、全球食品饮料生产概况

三、国内外食品饮料工厂化生产模式及效益

#### 第三节 全球食品饮料产业主要国家运行形势分析

一、美国

二、欧洲

三、日本

#### 第四节 2019-2025年全球食品饮料产业市场走势预测分析

### 第三章 2013-2018年中国食品饮料所属行业经济指标分析

#### 第一节 2013-2018年食品饮料所属行业发展概述

#### 第二节 2013-2018年食品饮料所属行业经济运行状况

一、食品饮料行业企业数量分析

二、食品饮料行业资产规模分析

三、食品饮料行业销售收入分析

四、食品饮料行业利润总额分析

第三节 2013-2018年食品饮料所属行业成本费用分析

一、食品饮料行业销售成本分析

二、食品饮料行业销售费用分析

三、食品饮料行业管理费用分析

四、食品饮料行业财务费用分析

第四节 2013-2018年食品饮料所属行业运营效益分析

一、食品饮料行业盈利能力分析

二、食品饮料行业运营能力分析

四、食品饮料行业偿债能力分析

五、食品饮料行业成长能力分析

第四章 中国食品饮料所属行业市场与竞争分析

第一节 食品饮料行业上下游市场分析

一、食品饮料行业产业链简介

二、上游市场供给分析

三、下游市场需求分析

第二节 食品饮料行业市场供需分析

一、食品饮料行业生产总量

二、食品饮料行业市场总量

1、市场需求总量

2、各产品市场容量及变化

三、食品饮料行业产品价格分析

第三节 食品饮料行业竞争力分析

一、上游议价能力分析

二、下游议价能力分析

三、替代品威胁分析

四、新进入者威胁分析

五、行业竞争现状分析

第四节 食品饮料行业市场集中度分析

一、行业市场集中度分析

二、行业主要竞争者分析

## 第五章 中国食品饮料行业传统商业模式分析

### 第一节 食品饮料行业原料采购模式

### 第二节 食品饮料行业经营模式

### 第三节 食品饮料行业盈利模式

### 第四节 OEM、ODM、OBM模式分析

## 第六章 中国食品饮料行业商业模式构建与实施策略

### 第一节 食品饮料行业商业模式要素与特征

#### 一、商业模式的构成要素

#### 二、商业模式的模式要素

##### 1、产品价值模式

##### 2、战略模式

##### 3、市场模式

##### 4、营销模式

##### 5、管理模式

##### 6、资源整合模式

##### 7、资本运作模式

##### 8、成本模式

##### 9、营收模式

#### 三、成功商业模式的特征

### 第二节 食品饮料行业企业商业模式构建步骤

#### 一、挖掘客户价值需求

##### 1、转变商业思维

##### 2、客户隐性需求

##### 3、客户价值主张

#### 二、产业价值链再定位

##### 1、客户价值公式

##### 2、产业价值定位

##### 3、商业形态定位

#### 三、寻找利益相关者

#### 四、构建盈利模式

### 第三节 食品饮料行业商业模式的实施策略

#### 一、企业价值链管理的目标

##### 1、高效率

##### 2、高品质

- 3、持续创新
- 4、快速客户响应
- 二、企业价值链管理系统建设
- 1、组织结构系统
- 2、企业控制系统
- 三、企业文化建设

## 第七章 中国食品饮料行业商业模式创新转型分析

### 第一节 互联网思维对行业的影响

- 一、互联网思维三大特征
- 二、基于互联网思维的行业发展

### 第二节 互联网时代七大商业模式

- 一、平台模式
- 1、构成平台模式的6个条件
- 2、平台模式的战略定位
- 3、平台模式成功的四大要素
- 4、平台模式案例
- 二、免费模式
- 1、免费商业模式解析
- 2、免费战略的实施条件
- 3、免费战略的类型
- (1) 产品模式创新型
- (2) 伙伴模式创新型
- (3) 族群模式创新型
- (4) 渠道模式创新型
- (5) 沟通模式创新型
- (6) 客户模式创新型
- (7) 成本模式创新型
- (8) 壁垒模式创新型
- 三、软硬一体化模式
- 1、软硬一体化商业模式案例
- 2、软硬一体化模式受到市场追捧
- 3、软硬一体化模式是一项系统工程
- 4、成功打造软硬一体化商业模式的关键举措
- 四、O2O模式

1、O2O模式爆发巨大力量

2、O2O模式分类

3、O2O模式的盈利点分析

4、O2O模式的思考

五、品牌模式

1、品牌模式的内涵及本质

2、成功的移动互联网品牌

3、如何推进品牌经营

六、双模模式

1、双模模式概述

2、移动互联网：用户规模是关键

3、双模模式案例

七、速度模式

1、什么是速度模式

2、速度模式的主要表现

3、速度模式应注意的几个问题

第三节 互联网背景下食品饮料行业商业模式选择

一、食品饮料行业与互联网思维的结合

二、互联网背景下食品饮料行业商业模式选择

第八章 2013-2018年中国食品饮料进出口数据监测分析

第一节 2013-2018年中国食品饮料进口数据分析

一、进口数量分析

二、进口金额分析

第二节 2013-2018年中国食品饮料出口数据分析

一、出口数量分析

二、出口金额分析

第三节 2013-2018年中国食品饮料进出口平均单价分析

第四节 2013-2018年中国食品饮料进出口国家及地区分析

一、进口国家及地区分析

二、出口国家及地区分析

第九章 食品饮料行业企业经营情况与商业模式分析

第一节 贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司

一、企业发展基本情况

二、企业主营业务产品

三、企业经营情况分析

四、企业销售渠道网络

五、企业经营模式分析

六、企业发展战略规划

## 第二节 上海光明乳业股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主营业务产品

三、企业经营情况分析

四、企业销售渠道网络

五、企业经营模式分析

六、企业发展战略规划

## 第三节 北京三元食品股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主营业务产品

三、企业经营情况分析

四、企业销售渠道网络

五、企业经营模式分析

六、企业发展战略规划

## 第四节 河南省漯河市双汇实业集团有限责任公司

一、企业发展基本情况

二、企业主营业务产品

三、企业经营情况分析

四、企业销售渠道网络

五、企业经营模式分析

六、企业发展战略规划

## 第五节 内蒙古伊利实业集团股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主营业务产品

三、企业经营情况分析

四、企业销售渠道网络

五、企业经营模式分析

六、企业发展战略规划

## 第十章 2019-2025年中国食品饮料行业发展前景预测分析

## 第一节 2019-2025年食品饮料行业发展前景及趋势预测分析

### 第二节 2019-2025年食品饮料行业发展前景预测

- 一、2019-2025年食品饮料行业生产规模预测
- 二、2019-2025年食品饮料行业市场规模预测
- 三、2019-2025年食品饮料行业盈利前景预测

## 第十一章 食品饮料行业投资分析与预测

### 第一节 行业投资特性分析

- 一、行业进入壁垒分析
- 二、盈利模式分析
- 三、盈利因素分析

### 第二节 行业投资风险分析

- 一、投资政策风险分析
- 二、投资技术风险分析
- 三、投资供求风险分析
- 四、宏观经济波动风险

### 第三节 投资机会与建议

- 一、行业投资机会分析
- 二、行业主要投资建议

### 第四节 行业发展趋势与预测分析

- 一、发展趋势分析
- 二、发展前景预测
  - (1) 生产规模预测
  - (2) 市场容量预测
  - (3) 销售收入预测

## 第十二章 2019-2025年中国食品饮料行业投融资战略规划分析

### 第一节 食品饮料行业关键成功要素分析

### 第二节 食品饮料行业投资壁垒分析

- 一、食品饮料行业进入壁垒
- 二、食品饮料行业退出壁垒

### 第三节 食品饮料行业投资风险与规避

- 一、宏观经济风险与规避
- 二、行业政策风险与规避
- 三、原料市场风险与规避

四、市场竞争风险与规避

五、技术风险分析与规避

六、下游需求风险与规避

第四节食品饮料行业融资渠道与策略

一、食品饮料行业融资渠道分析

二、食品饮料行业融资策略分析

图表目录：

图表 食品饮料产业链分析

图表 国际食品饮料市场规模

图表 国际食品饮料生命周期

图表 中国GDP增长情况

图表 中国CPI增长情况

图表 中国人口数及其构成

图表 中国工业增加值及其增长速度

图表 中国城镇居民可支配收入情况

图表 2013-2018年中国食品饮料市场规模

图表 2013-2018年中国食品饮料产能

图表 2013-2018年中国食品饮料产量

图表 2013-2018年中国食品饮料产值

图表 2013-2018年我国食品饮料供应情况

图表 2013-2018年我国食品饮料需求情况

图表 2019-2025年中国食品饮料市场规模预测

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/411910.html>