

2021-2026年中国软饮料行业市场供需格局及行业 前景展望报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2021-2026年中国软饮料行业市场供需格局及行业前景展望报告》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/channel/beverage/692287.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

软饮料 (softdrink)：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。

2020年1-2月中国软饮料产量为1674.21万吨，相比2019年同期减少了493.0万吨；3-12月期间，中国软饮料产量于6月达到最高值，为1803.66万吨；在11月达到最低值，为1041.04万吨。

2016-2020年中国软饮料产量月度对比

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 中国软饮料行业发展综述

1.1软饮料行业定义及分类

1.1.1行业概念及定义

1.1.2行业主要产品大类

1.2软饮料行业统计标准

1.2.1软饮料行业统计部门和统计口径

1.2.2软饮料行业统计方法

1.2.3软饮料行业数据种类

1.3行业经济环境分析

1.3.1国际宏观经济环境分析

1.3.2国内宏观经济环境分析

1.4行业政策环境分析

1.4.1行业相关政策标准

(1) 《饮料通则》

(2) 卫生部批准夏枯草等为凉茶饮料原料

(3) 首个果醋饮料国标将发布

(4) 《浓缩果蔬汁浆加工行业准入条件》

1.4.2行业质量安全法规

1.4.3行业贸易环境分析

1.4.4行业“十四五”发展规划

- (1) 饮料行业“十四五”发展规划
- (2) 乳制品行业发展“十四五”规划
- (3) 果汁行业相关产业“十四五”规划

1.5行业社会环境分析

- 1.5.1消费观念变化的影响
- 1.5.2行业发展面临的资源瓶颈
- 1.5.3行业发展面临的安全问题

第二章 2016-2020年中国软饮料行业发展状况分析

2.1中国软饮料行业发展状况分析

- 2.1.1中国软饮料行业发展总体概况
- 2.1.2中国软饮料行业发展主要特点
- 2.1.3 2016-2020年软饮料行业经营情况分析

- (1) 软饮料行业经营效益分析
- (2) 软饮料行业盈利能力分析
- (3) 软饮料行业运营能力分析
- (4) 软饮料行业偿债能力分析
- (5) 软饮料行业发展能力分析

2.2 2016-2020年软饮料行业经济指标分析

- 2.2.1 2016-2020年软饮料行业经济指标分析
- 2.2.2 2016-2020年不同规模企业经济指标分析
- 2.2.3 2016-2020年不同性质企业经济指标分析

2.3 2016-2020年软饮料行业供需平衡分析

2.3.1 2016-2020年全国软饮料行业供给情况分析

2020年中国软饮料产量为16347.33万吨，同比下降1416.2万吨；2020年中国软饮料月均产量为1362.3万吨，同比下降118.0万吨。

2015-2020年中国软饮料产量统计图

- (1) 2016-2020年全国软饮料行业总产值分析
- (2) 2016-2020年全国软饮料行业产成品分析

2.3.2 2020年各地区软饮料行业供给情况分析

- (1) 总产值排名前10个地区分析
- (2) 产成品排名前10个地区分析

2.3.3 2016-2020年全国软饮料行业需求情况分析

- (1) 2016-2020年全国软饮料行业销售产值分析
- (2) 2016-2020年全国软饮料行业销售收入分析

2.3.4 2020年各地区软饮料行业需求情况分析

- (1) 销售产值排名前10个地区分析
- (2) 销售收入排名前10个地区分析

2.3.5 2016-2020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

3.1 软饮料行业产业链简介

3.2 行业下游消费需求分析

3.2.1 居民收入水平分析

3.2.2 居民消费水平分析

3.2.3 行业产品消费特征分析

3.2.4 行业产品消费趋势预测

3.3 行业上游相关市场分析

3.3.1 饮用水资源状况分析

- (1) 饮用水资源情况分析
- (2) 水价走势及预测分析

3.3.2 水果行业发展分析

- (1) 水果种植面积及地区分布
- (2) 水果产量及产品结构

3.3.3 蔬菜行业发展分析

- (1) 蔬菜供需现状调研
- (2) 蔬菜价格走势

3.3.4 乳制品行业发展分析

- (1) 行业产销状况分析
- (2) 行业发展趋势预测分析

3.3.5 食糖行业发展分析

- (1) 食糖供需
- (2) 食糖价格走势

3.3.6 食品添加剂行业发展分析

- (1) 行业发展情况分析
- (2) 行业发展趋势预测分析

3.3.7 饮料包装行业发展分析

- (1) 塑料包装行业分析
- (2) 金属包装行业分析
- (3) 玻璃包装行业分析
- (4) 纸包装行业分析

3.3.8 冷链物流行业发展分析

(1) 行业发展情况分析

(2) 行业发展趋势预测分析

第四章 中国软饮料行业市场竞争状况分析

4.1 行业国际市场竞争状况分析

4.1.1 主要国家软饮料市场发展情况分析

(1) 美国软饮料市场分析

(2) 欧洲软饮料市场分析

(3) 日本软饮料市场分析

4.1.2 国际软饮料市场竞争状况分析

4.1.3 国际软饮料市场发展趋势预测

4.2 行业国内市场竞争状况分析

4.2.1 软饮料行业市场规模分析

4.2.2 国内软饮料行业集中度分析

(1) 行业销售集中度分析

(2) 行业资产集中度分析

(3) 行业利润集中度分析

4.2.3 软饮料行业五力模型分析

(1) 行业上游议价能力分析

(2) 行业下游议价能力分析

(3) 行业替代品威胁分析

(4) 行业新进入者威胁分析

(5) 行业竞争格局分析

4.3 行业投资兼并与重组整合分析

4.3.1 行业投资兼并与重组整合概况

4.3.2 行业投资兼并与重组整合特征

4.3.3 行业投资兼并与重组整合趋势预测分析

4.4 行业不同经济类型企业竞争分析

4.4.1 不同经济类型企业特征状况分析

4.4.2 行业经济类型集中度分析

第五章 中国软饮料行业主要市场分析

5.1 软饮料市场发展状况分析

5.2 碳酸饮料行业发展分析

5.2.1 碳酸饮料行业发展规模

5.2.2 碳酸饮料行业产销分析

(1) 碳酸饮料产品结构

(2) 碳酸饮料生产状况分析

(3) 碳酸饮料消费状况分析

5.2.3碳酸饮料行业地位分析

5.2.4碳酸饮料消费地域特征

5.2.5碳酸饮料行业竞争状况分析

5.2.6碳酸饮料行业发展前景

5.3果菜汁及果菜汁饮料行业发展分析

5.3.1果菜汁及果菜汁饮料行业发展规模

5.3.2果菜汁及果菜汁饮料行业产量分析

(1) 果菜汁及果菜汁饮料产品结构

(2) 果菜汁及果菜汁饮料生产状况分析

5.3.3果菜汁及果菜汁饮料行业地位分析

5.3.4果菜汁及果菜汁饮料消费地域特征

5.3.5果菜汁及果菜汁饮料行业竞争状况分析

5.3.6果菜汁及果菜汁饮料行业发展前景

5.4茶饮料及其他软饮料行业发展分析

5.4.1茶饮料及其他软饮料行业发展规模

5.4.2茶饮料及其他软饮料行业产销状况分析

(1) 茶饮料及其他软饮料产品结构

(2) 茶饮料及其他软饮料生产状况分析

(3) 茶饮料及其他软饮料消费状况分析

5.4.3茶饮料及其他饮料行业地位分析

5.4.4茶饮料及其他软饮料消费地域特征

1、上游行业

2、下游行业

5.4.5茶饮料及其他软饮料行业竞争状况分析

5.4.6茶饮料及其他软饮料行业发展前景

5.5瓶（罐）装饮用水行业发展分析

5.5.1瓶（罐）装饮用水行业发展规模

5.5.2瓶（罐）装饮用水行业产销状况分析

(1) 瓶（罐）装饮用水产品结构

(2) 瓶（罐）装饮用水生产状况分析

5.5.3瓶（罐）装饮用水行业地位分析

5.5.4瓶（罐）装饮用水行业竞争状况分析

5.5.5瓶（罐）装饮用水消费地域特性

5.5.6瓶（罐）装饮用水行业发展前景

5.6含乳饮料和植物蛋白饮料行业发展分析

5.6.1含乳饮料和植物蛋白饮料行业发展规模

5.6.2含乳饮料和植物蛋白饮料行业产销状况分析

（1）含乳饮料和植物蛋白饮料产品结构

（2）含乳饮料和植物蛋白饮料生产状况分析

（3）含乳饮料和植物蛋白饮料消费状况分析

5.6.3含乳饮料和植物蛋白饮料行业地位分析

5.6.4含乳饮料和植物蛋白饮料行业竞争状况分析

5.6.5含乳饮料和植物蛋白饮料消费地域特性

5.6.6含乳饮料和植物蛋白饮料行业发展趋势预测分析

5.7固体饮料行业发展分析

5.7.1固体饮料行业发展规模

5.7.2固体饮料行业产销状况分析

（1）固体饮料产品结构

（2）固体饮料生产状况分析

（3）固体饮料消费状况分析

5.7.3固体饮料行业地位分析

5.7.4固体饮料行业竞争状况分析

5.7.5固体饮料消费区域特性

5.7.6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

6.1中国软饮料行业销售渠道分析

6.1.1商超渠道

6.1.2餐饮渠道

6.1.3食杂店渠道

6.1.4摊点渠道

6.1.5自动售货机渠道

6.1.6其他销售渠道

1、网络+平台的复合模式

2、直销+网络的复合模式

3、农贸批发市场+平台式销售或网络销售的复合模式

4、网络销售+直销的复合模式

6.2中国软饮料行业营销策略分析

6.2.1产品策略

- (1) 产品定位
- (2) 产品市场
- (3) 产品品类
- (4) 产品包装
- (5) 产品生产工艺
- (6) 产品渠道

6.2.2品牌形象策略

- (1) 品牌定位
- (2) 品牌命名
- (3) 品牌个性

6.2.3定价策略

- (1) 定价因素
- (2) 定价方法
- (3) 变价控制

6.2.4促销策略

- (1) 广告策划
- (2) 销售促进策划
- (3) 公共关系策划
- (4) 节日营销策略

6.2.5异业联合营销

6.3中国软饮料行业营销案例分析

6.3.1可口可乐营销案例分析

- (1) 可口可乐营销策略
- (2) 市场细分和定位策略
- (3) 产品策略
- (4) 价格策略
- (5) 分销策略
- (6) 促销策略
- (7) 互联网营销
- (8) 微博营销
- (9) 跨界合作

6.3.2汇源营销案例分析

- (1) 产品分析
- (2) 定位策略

(3) 广告策略

6.3.3王老吉营销案例分析

(1) 市场细分和定位策略

(2) 产品策略

(3) 价格策略

(4) 分销策略

(5) 促销策略

(6) 互联网营销

(7) 技术创新助推王老吉行销全球

6.3.4美汁源营销分析

(1) 产品分析

(2) 广告策略

6.3.5康师傅营销案例分析

(1) 产品策略

(2) 价格策略

(3) 渠道策略

(4) 整合营销传播策略

(5) 康师傅营销策略对茶饮企业的启示

第七章 软饮料所属行业重点区域市场分析

7.1行业总体区域结构特征分析

7.1.1行业区域结构总体特征

7.1.2行业区域集中度分析

7.2华北地区软饮料行业产销情况分析

7.3华南地区软饮料行业产销情况分析

7.4华东地区软饮料行业产销情况分析

7.5华中地区软饮料行业产销情况分析

7.6西南地区软饮料行业产销情况分析

7.7东北地区软饮料行业产销情况分析

7.8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

8.1软饮料企业发展总体状况分析

8.1.1软饮料行业企业规模

8.1.2软饮料行业工业产值情况分析

8.1.3软饮料行业销售收入和利润

8.2中国碳酸饮料行业领先企业个案分析

8.2.1 可口可乐（中国）饮料有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

8.2.2 中国海升果汁控股有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

8.2.3 乐天澳的利饮料有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

8.2.4 华润怡宝饮料（中国）有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

8.2.5 厦门银鹭食品有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

8.2.6 维维食品饮料股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

第九章 中国软饮料行业投资与前景预测

9.1 中国软饮料行业投资风险「AKLT」

9.1.1 软饮料行业宏观政策风险

9.1.2 软饮料行业技术风险

9.1.3 软饮料行业供需风险

9.1.4 软饮料行业宏观经济波动风险

9.1.5 软饮料行业产品结构风险

9.1.6 软饮料企业经营管理风险

9.1.7 软饮料行业其他风险

9.2 中国软饮料行业投资特性分析

9.2.1 软饮料行业进入壁垒分析

9.2.2软饮料行业盈利模式分析

- 1、产品金字塔模式
- 2、品牌模式

9.2.3软饮料行业盈利因素分析

- 1、广阔的市场需求
- 2、行业产品延伸
- 3、稳定的销售渠道

9.3中国软饮料行业发展趋势与投资建议

9.3.1软饮料市场发展趋势预测

9.3.2软饮料行业投资建议分析

- (1) 软饮料行业热点投资地域分析
- (2) 软饮料行业热点投资方式分析

9.3.3软饮料行业资本运作模式建议分析

- (1) 软饮料行业融资方式与选择建议
- (2) 软饮料行业海外资本市场运作建议

图表目录：

图表1：2016-2020年中国国内生产总值统计分析

图表2：2016-2020年固定资产投资（不含农户）同比增速

图表3：2016-2020年固定资产投资到位资金同比增速

图表4：2016-2020年全国房地产开发投资增速

图表5：质量与安全基本要求

图表6：2016-2020年软体饮料行业经营效益分析

图表7：2016-2020年软饮料行业盈利能力分析

图表8：2016-2020年软体饮料行业运营能力分析

图表9：2016-2020年软体饮料行业偿债能力分析

图表10：2016-2020年软体饮料行业发展能力分析

更多图表见正文……

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/beverage/692287.html>