

2016-2022年中国软饮料行业市场研究及发展前景 预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2016-2022年中国软饮料行业市场研究及发展前景预测报告》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/285967.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

软饮料是酒精含量低于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。

饮料市场前景广阔。2001年至2010年,我国饮料行业的产量快速增长,至2010年已经达到9,800万吨;2014年,我国饮料行业产量达16,600万吨,近10年间年复合增长率19.71%。我国的人均饮料消费量(70升/年)尚低于世界平均水平(90升/年),随着国民收入的不断增长和生活水平质量的不断提高,饮料市场潜力巨大。2005年全国软饮料产量为3,380万吨;到2015年,全国软饮料产量为17,661万吨,较2005年增长422.45%,2005-2015年年均复合增长率为17.98%。2005-2015年全国软饮料产品产量

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:

第一章软饮料行业相关概况 1

第一节软饮料行业介绍 1

一、软饮料定义 1

二、软饮料组成 1

三、软饮料分类 1

四、软饮料工艺 4

第二节软饮料行业政策分析 8

一、《饮料通则》分析 8

二、含乳饮料政策分析 9

三、果汁饮料政策分析 9

四、茶饮料国家标准发展情况 11

五、乳与乳制品中蛋白质测定标准发布 12

六、天然矿泉水新标准实施情况 13

七、饮料行业技术政策 14

第二章国外软饮料行业发展分析 16

第一节世界软饮料行业概况 16

- 一、中东软饮料市场现状及展望 16
- 二、西欧软饮料市场分析 18
- 三、亚洲和中东地区软饮料和果汁市场发展分析 18
- 四、全球保健型饮料市场前景广阔 19
- 第二节部分国家软饮料行业概况 20
 - 一、意大利 20
 - 二、美国 22
 - 三、印度 23
 - 四、英国 25
 - 五、乌克兰 26
 - 六、日本 28

第三章中国饮料行业分析 30

- 第一节中国饮料行业总体概述 30
 - 一、中国饮料行业的发展历程回顾 30
 - 二、中国饮料业发展规律及特点 33
 - 三、中国饮料行业竞争激烈 37
- 第二节2014-2015年中国饮料行业运行状况 39
 - 二、2014年中国饮料行业运行情况 39
 - 三、2015年中国饮料行业发展情况 42
 - 三、2016年中国饮料行业发展情况及预测 44
- 第三节中国饮料市场分析 45
 - 一、中国饮料市场内困外忧 45
 - 二、中国饮料市场争夺正酣 47
 - 三、2015年饮料市场分析 49
- 第四节中国饮料行业品牌分析 50
 - 一、中国饮料市场大众品牌分析 50
 - 二、中国民族饮料品牌高歌猛进 54
 - 三、中国饮料市场品牌格局剖析 55
 - 四、中国饮料市场品牌发展战略 58
 - 五、中国饮料市场品牌发展趋势 59
- 第五节饮料行业存在的问题及策略 61
 - 一、我国饮料生产企业面临八大挑战 61
 - 二、新国标出台运动饮料和茶饮料遇新门槛 63
 - 三、中国饮料企业市场竞争策略 64

四、饮料行业产品和渠道创新是关键 69

第四章2014-2015年中国饮料制造业经济运行数据分析 71

第一节2014-2015年全国饮料制造业主要经济指标 71

一、2014年全国饮料制造业主要经济指标 71

二、2015年全国饮料制造业主要经济指标 72

第二节2014-2015年全国及各省市饮料制造业产销数据分析 74

一、2014年全国及各省市饮料制造业产销数据分析 74

二、2015年全国及各省市饮料制造业产销数据分析 79

第三节2014-2015年全国及各省市饮料制造业资产负债分析 85

一、2014年全国及各省市饮料制造业资产负债分析 85

二、2015年全国及各省市饮料制造业资产负债分析 90

第四节2014-2015年全国及中国各省市饮料制造业行业规模分析 96

一、2014年全国及各省市饮料制造业行业规模分析 96

二、2015年全国及各省市饮料制造业行业规模分析 98

第五节2014-2015年全国及各省市饮料制造业盈利能力分析 101

一、2014年全国及各省市饮料制造业盈利能力分析 101

二、2015年全国及各省市饮料制造业盈利能力分析 106

第五章2014-2015年中国软饮料制造业经济运行数据分析 111

第一节2014-2015年全国软饮料制造业主要经济指标 111

一、2014年全国软饮料制造业主要经济指标 111

二、2015年全国软饮料制造业主要经济指标 112

第二节2014-2015年全国及各省市软饮料制造业产销数据分析 113

一、2014年全国及各省市软饮料制造业产销数据分析 113

二、2015年全国及各省市软饮料制造业产销数据分析 119

第三节2014-2015年全国及各省市软饮料制造业资产负债分析 124

一、2014年全国及各省市软饮料制造业资产负债分析 124

二、2015年全国及各省市软饮料制造业资产负债分析 130

第四节2014-2015年全国及中国各省市软饮料制造业行业规模分析 135

一、2014年全国及各省市软饮料制造业行业规模分析 135

二、2015年全国及各省市软饮料制造业行业规模分析 138

第五节2014-2015年全国及各省市软饮料制造业盈利能力分析 141

一、2014年全国及各省市软饮料制造业盈利能力分析 141

二、2015年全国及各省市软饮料制造业盈利能力分析 145

第六章我国软饮料行业发展分析 150

第一节中国软饮料行业发展综述 150

- 一、中国软饮料工业的发展回顾 150
 - 二、2013年中国软饮料市场发展分析 151
 - 三、2014年我国软饮料行业发展运行分析 152
 - 四、2015年我国软饮料行业发展运行分析 152
 - 五、我国软饮料市场的品牌效应分析 153
 - 六、我国软饮料制造行业结构分析 153
- ### 第二节2010-2015年全国及重点省市软饮料产量分析 154
- 一、2013年全国及重点省市软饮料产量分析 154
 - 二、2014年全国及重点省市软饮料产量分析 155
 - 三、2015年全国及重点省市软饮料产量分析 156
- ### 第三节我国PET软饮料包装产品市场分析 157
- 一、行业环境及发展趋势分析 157
 - 二、市场状况分析 158
 - 三、五种竞争力分析 158

第七章我国软饮料行业细分市场分析 161

第一节碳酸饮料 161

- 一、碳酸饮料的利与弊 161
- 二、碳酸饮料市场的挑战与机会 162
- 三、2014年全国及重点省市碳酸饮料产量分析 163
- 四、2014年全国及重点省市碳酸饮料产量分析 164
- 五、2015年全国及重点省市碳酸饮料产量分析 165
- 六、2015年碳酸饮料市场发展分析 166
- 七、我国碳酸饮料业发展问题及未来趋势分析 167

第二节饮用水 169

- 一、2014年全国及重点省市包装饮用水类产量分析 169
- 二、2014年全国及重点省市包装饮用水类产量分析 170
- 三、2015年全国及重点省市包装饮用水类产量分析 171
- 四、饮用水市场面临第五次升级革命 172
- 五、中国饮用水产业进入“生态时代” 173
- 六、包装饮用水市场格局分析 174
- 七、我国饮水机行业的优劣势及发展趋势 175

第三节茶饮料 178

- 一、我国茶饮料市场现状分析 178
- 二、茶饮料引领饮料市场新潮流 178
- 三、2013年全国及重点省市精制茶产量分析 179
- 四、2014年全国及重点省市精制茶产量分析 180
- 五、2015年全国及重点省市精制茶产量分析 181
- 六、2015年中国茶饮料市场分析 182
- 七、中国茶饮料行业的发展瓶颈 183
- 八、中国茶饮料行业发展趋势分析 184

第四节果汁饮料 186

- 一、中国果汁饮料市场发展现状 186
- 2005-2015年果蔬汁饮料及即饮茶市场产量

- 二、2014年全国及重点省市果汁和蔬菜汁饮料类产量分析 190
- 三、2014年全国及重点省市果汁和蔬菜汁饮料类产量分析 191
- 四、2015年全国及重点省市果汁和蔬菜汁饮料类产量分析 192
- 五、我国果汁饮料消费群体分析 193
- 六、中国纯果汁消费市场潜力大 194
- 七、我国果汁饮料业发展趋势预测 196

第五节含乳饮料 198

- 一、中国含乳饮料市场发展分析 198
- 二、2013年全国及重点省市液体乳产量分析 202
- 三、2014年全国及重点省市液体乳产量分析 203
- 四、2015年全国及重点省市液体乳产量分析 204
- 五、2015年乳饮料迎来黄金时代 205
- 六、果粒酸乳饮料市场前景广阔 208
- 七、2015年乳制品工业发展预测 210
- 八、含乳饮料的流行趋势 211

第六节功能饮料 214

- 一、功能饮料市场概况 214
- 二、功能饮料市场发展特征 215
- 三、影响功能饮料发展的主要因素 216
- 四、2008年《饮料通则》对国功能性饮料的影响 217
- 五、2015年功能饮料再次进入发展高峰期 218
- 六、功能性饮料市场潜力巨大 219

第七节固体饮料 220

- 一、定义及配料 220
- 二、我国固体饮料发展现状分析 220
- 三、低聚麦芽糖助推固体饮料升级 222
- 四、2015年固体饮料受推崇 223

第八章软饮料相关行业分析 225

第一节茶叶市场分析 225

- 一、2014年中国茶叶生产情况 225
- 二、2015年中国茶叶产销预计 226
- 三、中国茶叶消费市场潜力巨大 227

第二节我国奶业市场分析 228

- 一、2014年中国奶业发展分析 228
- 三、2014年国产奶业完成产业升级 230
- 四、2010-2015年全国奶业发展规划 231
- 五、2011-2020年我国奶业发展目标 232

第三节食糖行业市场分析 233

- 一、中国食糖市场需求加速增长 233
- 二、2014-2015年我国成品糖产量情况 233
- 三、201112年制糖期国内食糖市场回顾 235
- 四、201213年制糖期国内食糖市场分析 235
- 五、中国食糖行业调控建议分析 236

第九章饮料包装行业分析 240

第一节行业概述 240

- 一、软饮料个性包装分析 240
- 二、饮料包装的种类 241
- 三、我国饮料包装市场特点 244
- 四、包装促销与消费心理分析 245

第二节我国饮料包装行业发展分析 249

- 一、国内外四大饮料包装市场发展现状 249
- 二、国内饮料包装市场分析 251
- 三、饮料包装行业市场格局 253
- 四、饮料包装行业风险分析 254
- 五、中国食品饮料包装市场分析 255

六、玻璃瓶在饮料包装市场发展现状 255

第三节PET饮料瓶 259

一、PET瓶饮料包装的优势与劣势 259

二、PET瓶饮料包装业环境及趋势 260

三、PET瓶饮料包装市场状况分析 260

四、PET瓶饮料包装五种竞争力分析 261

五、我国PET饮料瓶市场蕴藏商机 262

第四节饮料包装行业发展趋势 263

一、饮料包装发展新趋势 263

二、饮料包装环保化趋势分析 264

三、从包装材料分析饮料包装发展趋势 265

四、从包装理念分析饮料包装发展趋势 267

第十章软饮料市场竞争格局分析 272

第一节软饮料竞争环境分析 272

一、软饮料行业竞争环境分析 272

二、我国软饮料行业SWOT分析 272

三、科技创新引领饮料变革 280

四、我国饮料业竞争格局 280

五、中外饮料在华竞争状况 282

第二节中国饮料行业竞争概况 284

一、中国饮料市场竞争态势分析 284

二、我国饮料行业的市场竞争日趋激烈 286

三、外资购并影响我国饮料业竞争格局 286

四、饮料企业“强强联手”竞争模式形成 288

第三节软饮料行业细分市场竞争分析 289

一、中国茶饮料市场竞争分析 289

二、中国果汁饮料市场竞争分析 290

三、中国乳饮料市场竞争分析 291

四、中国瓶装水市场竞争分析 291

五、我国功能饮料市场竞争分析 292

六、我国碳酸饮料市场竞争分析 293

七、中国咖啡饮料市场竞争分析 293

第十一章著名软饮料企业分析 295

第一节可口可乐公司 295

- 一、公司简介 295
- 二、公司在华战略分析 295
- 三、2014年可口可乐公司经营分析 301
- 四、2015年可口可乐公司经营分析 301
- 五、可口可乐茶饮料市场发展历程 301
- 六、可口可乐加速扩展果汁饮料市场 302

第二节百事可乐公司 303

- 一、公司简介 303
- 二、公司发展历程 304
- 三、公司在华发展 306
- 四、2015年百事可乐经营分析 308

第三节统一企业 309

- 一、公司概况 309
- 二、2014年公司经营情况 311
- 三、2015年公司经营情况 311

第四节河北承德露露股份有限公司 311

- 一、企业概况 311
- 二、2014年企业经营情况分析 312
- 三、2015年企业经营情况分析 313
- 四、2014-2015年企业财务数据分析 313
- 五、2015年公司发展展望及策略 318

第五节北京汇源饮料食品有限公司 320

- 一、公司概况 320
- 二、2014年公司经营状况分析 321
- 三、2015年公司经营状况 321
- 四、2015年公司发展动态 321

第六节娃哈哈集团 323

- 一、公司概况 323
- 二、公司发展策略 325
- 三、公司发展目标 326
- 四、2015年公司经营情况 326

第七节农夫山泉股份有限公司 327

- 一、公司概况 327
- 二、公司市场策略 328

三、农夫山泉蓝海战略 329

第八节加多宝集团 333

一、公司简介 333

二、王老吉营销策略 333

三、2014年加多宝进军饮用水市场 336

第九节内蒙古蒙牛乳业股份有限公司 336

一、公司简介 336

二、2014年公司经营情况 338

第十节内蒙古伊利实业集团股份有限公司 339

一、公司简介 339

二、2014年企业经营情况分析 342

三、2015年企业经营情况分析 342

四、2014-2015年企业财务数据分析 343

五、2015年公司发展展望及策略 349

第十二章2016-2022年软饮料行业发展趋势 353

第一节2015年中国宏观经济环境分析 353

一、2015年我国宏观经济运行形势分析 353

二、2015年中国经济发展预测 361

第二节饮料行业发展趋势 366

一、2016-2022年饮料行业发展环境 366

二、2016-2022年饮料行业发展预测 367

三、未来中国饮料市场发展趋势 368

四、植物成为未来饮料市场的发展趋势 369

五、我国饮料市场未来发展格局分析 371

第三节软饮料行业发展趋势 377

一、软饮料发展趋势 377

二、软饮料包装发展趋势 382

三、我国果汁饮料市场前景分析 384

四、我国饮用水行业前景分析 386

五、茶饮料成为市场未来发展趋势 390

第十三章2016-2022年软饮料行业发展战略 392

第一节软饮料市场营销策略分析 392

一、中国饮料营销流派分析 392

二、软饮料终端营销策略 394

三、软饮料销售策略 395

四、饮料营销思维创新策略 398

第二节软饮料经营策略分析 401

一、软饮料市场细分策略 401

二、软饮料市场创新策略 407

三、饮料品牌定位与品类规划策略 410

四、软饮料新产品差异化战略 413

第三节软饮料产品营销策略分析 416

一、果汁饮料营销策略分析 416

二、凉茶饮料营销策略 424

三、可口可乐营销策略分析 425

四、王老吉营销策略分析 426

五、哇哈哈本土饮料产品策略 432

六、汇源的渐进营销策略 436

第十四章2016-2022年软饮料企业发展策略 439

第一节我国本土软饮料渠道战略分析 439

一、软饮料行业销售特点和竞争特点 439

二、饮料企业的营销渠道现状 440

三、饮料行业的现用渠道模式及优缺点分析 440

四、饮料企业渠道管理存在的主要问题 441

五、软饮料企业渠道营销策略建议 442

第二节软饮料企业零售渠道深度分销模式的完善 445

一、零售渠道深度分销模式及其盛行原因 445

二、零售渠道深度分销模式有效实施难点 446

三、完善软饮料企业的零售渠道深度分销模式 447

第三节软饮料企业的顾客关系营销策略研究 448

一、软饮料行业的概况 448

二、顾客关系营销理念 450

三、顾客关系营销策略 450

第四节中小饮料企业品牌战略思考 452

一、中小饮料企业的品牌战略 452

二、中小饮料企业的品牌战术 453

三、品牌成功经营的条件 454

第五节 饮料企业创造“虚拟价值”战略分析 455

一、饮料业创造“虚拟价值”的意义 455

二、碳酸饮料：打造虚拟感觉 457

三、果汁市场：策略依浓度而定 460

四、低浓度果汁：靠“虚拟价值”支撑 460

五、纯果汁：凸显营养价值 461

六、中浓度混合果汁：虚实并重 461

七、天然水：水质至上 462

八、功能茶饮料：突出功效 465

九、乳类饮料：策略随市场定位而变 468

十、乳酸菌饮品：紧贴潮流 469

十一、高端奶：营造高端形象 470

图表目录：

图表：植物蛋白饮料的分类 1

图表：蔬菜汁饮料的分类 2

图表：固体饮料的分类 3

图表：天然矿泉水饮料的分类 3

图表：饮料的分类 4

图表：饮料按原材料的组织分类 4

图表：美国软饮料的分类 22

图表：日本软饮料的分类 29

图表：2013年1-12月饮料制造业产品产量（分地区） 41

图表：2014年1-12月饮料制造业产品产量（分地区） 43

图表：2015年1-12月饮料制造业产品产量（分地区） 44

图表：2014年1-12月饮料制造业主要经济指标全国统计数据 71

图表：2015年1-12月饮料制造业主要经济指标全国统计数据 72

图表：2014年1-12月全国及各省市饮料制造业产成品统计数据 74

图表：2014年1-12月全国及各省市饮料制造业产成品比去年同期增长 75

图表：2014年1-12月全国及各省市饮料制造业工业销售产值统计数据 75

图表：2014年1-12月全国及各省市饮料制造业工业销售产值比去年同期增长 76

图表：2014年1-12月全国及各省市饮料制造业主营业务收入统计数据 77

图表：2014年1-12月全国及各省市饮料制造业主营业务收入比去年同期增长 78

图表：2015年1-12月全国及各省市饮料制造业产成品统计数据 79

图表：2015年1-12月全国及各省市饮料制造业产成品比去年同期增长 80

图表：2015年1-12月全国及各省市饮料制造业工业销售产值统计数据 81

图表：2015年1-12月全国及各省市饮料制造业工业销售产值比去年同期增长 82

图表：2015年1-12月全国及各省市饮料制造业主营业务收入统计数据 83

图表：2015年1-12月全国及各省市饮料制造业主营业务收入比去年同期增长 83

图表：2014年1-12月全国及各省市饮料制造业资产合计

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/285967.html>