

2017-2022年中国饮料行业发展现状分析及市场供需预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国饮料行业发展现状分析及市场供需预测报告》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/317658.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

2012年起软饮料行业增速开始出现下滑，主要原因在于近二十年高速增长导致的高基数、市场创新不足导致多个子行业增长乏力。站在目前这一时间节点上，我们认为，国内软饮料市场正在步入调整期，市场在寻找新的爆发点。2009-2016年中国软饮料产量及增速

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 饮料行业简述

第一节 饮料的分类

- 一、软饮料的分类
- 二、酒饮料的分类
- 三、茶饮料分类

第二节 饮料的相关概念

- 一、软饮料
- 二、功能饮料
- 三、运动饮料
- 四、酒饮料
- 五、茶饮料

第二章 2014-2016年全球饮料市场

第一节 2014-2016年全球饮料市场总体概况

- 一、全球软饮料市场发展综述
- 二、全球酒精饮料市场发展概述
- 三、全球啤酒市场状况发展透析
- 四、亚太地区酒精饮料市场发展预测

第二节 2014-2016年欧洲饮料市场的发展

- 一、欧洲饮料市场整体发展综况
- 二、2014-2016年塞浦路斯软饮料生产状况
- 三、2014-2016年德国啤酒销售情况
- 四、2014-2016年俄罗斯酒精饮料进口情况

五、2014-2016年法国酒精饮料出口增长

第三节 2014-2016年亚洲饮料市场的发展

一、日本饮料行业的竞争格局

二、2014-2016年日本啤酒市场发展状况

三、2014-2016年日本啤酒市场发展态势

四、韩国啤酒进口贸易情况

五、越南饮料市场呈快速增长态势

第四节 2014-2016年美国饮料市场的发展

一、美国饮料市场运行概述

二、美国碳酸饮料市场的品牌格局

三、浓缩能量饮料受美国市场青睐

第三章 2014-2016年中国饮料市场分析

第一节 国内宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2017-2022年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2014-2016年中国饮料市场概况

一、中国饮料市场格局发展综述

二、中国饮料市场的显著特征

三、饮料市场运作规律分析

四、中国饮料市场盛行高端风潮

五、饮料市场产品发展的特性与走向

第三节 中国饮料行业品牌分析

一、中国饮料市场品牌格局剖析

二、软饮料消费者品牌满意度调查情况

三、国内饮料品牌的发展战略解析

四、本土饮料企业品牌突围策略分析

第四节 2014-2016年中国饮料市场消费者购买行为分析

一、消费者购买意愿和品牌爱好

二、消费者选择饮料关注的因素

三、饮料消费者的购买习惯

第五节 2014-2016年各地区饮料市场分析

一、2014-2016年老北京品牌饮料回归京城市场

二、2014-2016年广东多家饮料企业受压退出市场

三、利乐中国饮料研发中心正式落户上海

四、天津对饮料等行业实施能耗限额

第四章 2014-2016年中国饮料行业分析

第一节 中国饮料行业总体概述

一、中国饮料行业的发展历程

二、中国饮料行业的十年发展变迁

三、饮料行业发展的新特征解析

第二节 2014-2016年中国饮料行业运行状况

一、2014-2016年我国饮料行业发展情况回顾

二、2014-2016年软饮料市场总规模及细分行业占比情况

三、2014-2016年我国饮料行业发展状况分析

四、2014-2016年我国饮料行业运行情况

第三节 2014-2016年饮料行业成本上升及对策分析

一、我国饮料行业成本大幅上升

二、生产成本上升对企业生产经营的影响

三、企业采取的应对措施

四、饮料企业的发展出路

第四节 2014-2016年饮料行业存在的问题及策略

一、我国饮料生产企业面临八大挑战

二、新国标出台运动饮料和茶饮料遇新门坎

三、国内饮料企业制胜策略

四、饮料企业抢占市场创新是关键

第五章 中国饮料制造行业财务状况

第一节 2014-2016年中国饮料制造行业总体数据分析

一、2014年中国饮料制造行业全部企业数据分析

二、2015年中国饮料制造行业全部企业数据分析

三、2016年中国饮料制造行业全部企业数据分析

第二节 2014-2016年中国饮料制造行业不同规模企业数据分析

一、2014年中国饮料制造行业不同规模企业数据分析

二、2015年中国饮料制造行业不同规模企业数据分析

三、2016年中国饮料制造行业不同规模企业数据分析

第三节 2014-2016年中国饮料制造行业不同所有制企业数据分析

一、2014年中国饮料制造行业不同所有制企业数据分析

二、2015年中国饮料制造行业不同所有制企业数据分析

三、2016年中国饮料制造行业不同所有制企业数据分析

第六章 2014-2016年酒饮料市场分析

第一节 啤酒

一、“十二五”中国啤酒行业发展综述

二、2014-2016年我国啤酒行业发展特点分析

三、2014-2016年中国啤酒行业运行简况 2011-2016年中国啤酒产量及增速（万千升/%）

四、“十三五”我国啤酒行业发展展望

五、未来我国啤酒产业发展趋势分析

第二节 白酒

一、“十二五”中国白酒行业发展综述

二、2014-2016年我国白酒行业运行状况分析 2016年前三季度白酒产量975万千升，同比增长4.3%，依然是在底部徘徊；2016年上半年白酒销量（折合65度）644万千升，同比增长5.25%，虽然依旧在底部，但较2013-2014年已见明显企稳回升。

白酒产量增速依旧在底部徘徊

三、2014-2016年我国白酒市场整合步伐加速

四、中国白酒在国际市场的发展状况分析

五、中国白酒行业快速扩张下的隐患分析

第三节 葡萄酒

一、“十二五”中国葡萄酒行业发展综述

二、2014-2016年中国葡萄酒行业运行概况

三、2014-2016年中国葡萄酒行业发展态势

四、2014-2016年葡萄酒行业准入政策实施

五、“十三五”我国葡萄酒行业发展规划

第四节 黄酒

一、“十二五”中国黄酒行业发展综述

二、2014-2016年中国黄酒行业发展解析

三、2014-2016年绍兴黄酒出口增长

四、“十三五”我国黄酒行业发展规划

五、黄酒行业新进入者的市场策略探析

第七章 2014-2016年软饮料细分市场分析

第一节 果汁饮料

- 一、中国果汁饮料市场发展概况
- 二、果汁饮料品牌受欢迎程度比较
- 三、中国果汁和蔬菜汁饮料的生产状况
- 四、2014-2016年果汁饮料企业主打创新牌
- 五、2014-2016年国内首款清真果汁饮料上市
- 六、我国饮料企业开发沙棘果汁新品

第二节 乳饮料

- 一、我国乳饮料市场发展综述
- 二、我国乳酸菌饮料市场高低端格局分析
- 三、2014-2016年中国含乳饮料市场争议不断
- 四、含乳饮料的市场定位与品牌塑造策略
- 五、我国含乳饮料市场前景展望
- 六、未来我国乳饮料企业发展趋势

第三节 碳酸饮料

- 一、碳酸饮料的利与弊
- 二、中国碳酸饮料生产与消费情况
- 三、中国碳酸饮料市场发展状况分析
- 四、碳酸饮料巨头缩减包装变相涨价
- 五、2014-2016年中国碳酸饮料生产状况
- 六、本土碳酸饮料企业发展路径选择

第四节 功能饮料

- 一、我国功能饮料行业发展总况
- 二、中国功能饮料步入加速细分时期
- 三、中国功能饮料市场发展现况
- 四、饮料巨头挥师进军功能饮料市场
- 五、2014-2016年娃哈哈向功能饮料市场进军
- 六、中国功能饮料市场发展潜力分析

第五节 饮用水

- 一、中国饮用水行业发展历程
- 二、中国饮用水行业步入成熟阶段
- 三、2014-2016年中国饮用水行业发展主题
- 四、体育营销成为饮用水行业竞争焦点
- 五、我国饮用水监测体系建设概况
- 六、高端饮用水市场发展概况及走向分析

第六节 其它软饮料

- 一、谷物饮料成发展新热点
- 二、鲜花饮料引领饮料市场新潮流
- 三、汤饮料的兴起与发展
- 四、森林饮料概述

第八章 2014-2016年茶饮料市场分析

第一节 2014-2016年中国茶饮料市场总体概况

- 一、中国茶饮料市场发展综述
- 二、我国茶饮料市场发展的特点
- 三、茶饮料市场消费者需求特征分析

第二节 2014-2016年中国茶产业分析

- 一、中国茶区及茶市场消费流通概述
- 二、中国茶产业发展现状分析
- 三、中国茶产业发展特点
- 四、中国茶行业发展的制约因素
- 五、“十三五”茶产业的发展目标与方向

第三节 2014-2016年茶饮料市场发展分析

- 一、2014-2016年茶饮料市场呈蓬勃发展态势
- 二、2014-2016年茶饮料市场的新变化透析
- 三、2014-2016年汇源收购旭日升强势介入茶饮料市场
- 四、2014-2016年乳企三元进军茶饮料市场
- 五、2017-2022年两巨头在中国茶饮料市场的合作将终止

第四节 2014-2016年中国茶饮料市场的问题与对策

- 一、中国茶饮料产业存在的主要问题
- 二、茶饮料工业生产的问题与对策分析
- 三、推动我国茶饮料市场发展的建议
- 四、茶饮料品牌营销策略探讨

第五节 茶饮料行业发展前景及趋势

- 一、我国茶饮料市场前景广阔
- 二、茶饮料市场的发展趋势
- 三、无糖茶饮料市场发展前景乐观
- 四、中草药保健茶未来发展前景广阔

第九章 中国饮料制造业产量数据分析

第一节 2014-2016年全国及重点省市发酵酒精产量分析

- 一、2014年全国及主要省份发酵酒精（折96度，商品量）产量分析
- 二、2015年全国及主要省份发酵酒精（折96度，商品量）产量分析
- 三、2016年全国及主要省份发酵酒精(折96度,商品量)产量分析

第二节 2014-2016年全国及主要省份饮料酒产量分析

- 一、2014年全国及主要省份饮料酒产量分析
- 二、2015年全国及主要省份饮料酒产量分析
- 三、2016年全国及主要省份饮料酒产量分析

第三节 2014-2016年全国及重点省市软饮料产量分析

- 一、2014年全国及主要省份软饮料产量分析
- 二、2015年全国及主要省份软饮料产量分析
- 三、2016年全国及主要省份软饮料产量分析

第四节 2014-2016年全国及主要省份液体乳产量分析

- 一、2014年全国及主要省份液体乳产量分析
- 二、2015年全国及主要省份液体乳产量分析
- 三、2016年全国及主要省份液体乳产量分析

第五节 2014-2016年全国及重点省市精制茶产量分析

- 一、2014年全国及主要省份精制茶产量分析
- 二、2015年全国及主要省份精制茶产量分析
- 三、2016年主要省份精制茶产量分析

第十章 2014-2016年饮料行业原料供应分析

第一节 2014-2016年中国食糖工业概况

- 一、中国制糖行业发展成就回顾
- 二、2014-2016年我国食糖行业发展状况分析
- 三、2014-2016年我国食糖行业发展概况
- 四、2014-2016年我国食糖进出口状况分析
- 五、2014-2016年我国食糖进出口资料
- 六、中国最大制糖企业南宁糖业谋求上市

第二节 2014-2016年中国水果产业分析

- 一、中国水果的种植与分布状况
- 二、2014-2016年中国水果市场运行情况
- 三、2014-2016年水果生产第一大省发展状况
- 四、2014-2016年中国水果进出口状况
- 五、中国水果产业的品牌化路径分析

六、影响我国水果贸易的因素及应对策略

第三节 2014-2016年中国蔬菜产业分析

- 一、我国蔬菜产业发展回顾
- 二、2014-2016年中国蔬菜行业发展简况
- 三、2014-2016年中国蔬菜进出口分析
- 四、加快中国蔬菜产业化现代化进程的思路

第十一章 2014-2016年饮料包装行业发展分析

第一节 国际饮料包装行业总体概况

- 一、世界饮料包装业发展态势
- 二、美国饮料包装市场发展迅猛
- 三、日本饮料包装市场发展浅析
- 四、德国饮料包装材料分析

第二节 中国饮料包装行业

- 一、中国饮料包装行业发展综述
- 二、国内饮料包装主要细分市场分析
- 三、中国饮料包装行业存在的问题
- 四、我国茶饮料瓶包装市场简析
- 五、儿童饮料包装市场及成功案例分析

第三节 PET饮料瓶

- 一、PET瓶用于饮料包装的优势
- 二、我国PET饮料瓶应用广泛
- 三、2014-2016年百事成功研制出新型PET饮料瓶
- 四、我国PET饮料瓶市场蕴藏商机

第四节 饮料包装业发展趋势

- 一、世界饮料包装发展趋势分析
- 二、中国饮料包装工业发展趋势
- 三、饮料包装材料的未来发展趋势

第十二章 2014-2016年中国饮料行业竞争分析

第一节 2014-2016年中国饮料行业竞争概况

- 一、饮料市场竞争日趋多元化
- 二、中国饮料行业竞争规则简析
- 三、我国饮料市场受外资大力冲击
- 四、2014-2016年我国饮料业竞争升级

五、2014-2016年饮料业本土品牌竞争力提升

六、2014-2016年国内饮料业竞争态势分析

第二节 2014-2016年饮料行业细分市场竞争分析

一、中国茶饮料的竞争形势及突围策略

二、中国凉茶市场的竞争局势剖析

三、中国瓶装水市场竞争形态剖析

四、我国果汁饮料业整体竞争格局

五、国内新型饮料市场竞争综况

第三节 中国饮料业竞争存在的问题及策略方向

一、我国饮料市场新品竞争存在的问题

二、中国饮料行业竞争的主要策略探讨

三、我国软饮料各群组的竞争策略分析

四、饮料业未来竞争与发展五大关键主题

第十三章 2014-2016年饮料行业重点企业分析

第一节 可口可乐公司

一、公司简介

二、可口可乐的经营模式对比分析

三、可口可乐公司SWOT分析

四、2014-2016年可口可乐在河北投建饮料厂

五、2014-2016年可口可乐在华最大装瓶厂开业

六、未来几年可口可乐将大力开发中东市场

第二节 百事可乐公司

一、公司简介

二、百事可乐的销售执行机制

三、百事公司加大中国市场投资力度

四、2014-2016年百事中国与康师傅结盟获批

五、百事的结盟转型策略剖析

第三节 康师傅控股有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2014-2016年经营状况分析

四、2014-2016年公司发展战略分析

第四节 北京汇源饮料食品集团有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2014-2016年经营状况分析

四、2014-2016年公司发展战略分析

第五节 内蒙古伊利实业集团股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2014-2016年经营状况分析

四、2014-2016年公司发展战略分析

第六节 河北承德露露股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2014-2016年经营状况分析

四、2014-2016年公司发展战略分析

第七节 青岛啤酒股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2014-2016年经营状况分析

四、2014-2016年公司发展战略分析

第八节 烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2014-2016年经营状况分析

四、2014-2016年公司发展战略分析

第十四章 2014-2016年中国饮料行业营销分析

第一节 饮料营销发展概述

一、国内饮料营销的五大派系

二、饮料行业的销售管道分析

三、饮料营销策略探索

四、饮料业网络营销战略分析

第二节 中国饮料市场营销状况分析

一、饮料产业网络广告投放状况

二、饮料业践行大平台大营销策略

三、2014-2016年饮料业营销模式的创新

四、国内高端饮料营销模式尚未成熟

五、理性营销成为饮料业营销趋势

第三节 饮料细分产品营销分析

一、传统养生饮料营销途径选择

二、功能饮料营销的三大要点

三、谷物饮料的营销模式探析

四、果醋饮料的创新营销与关联定位策略探讨

五、植物蛋白饮料营销的问题及解决对策

第四节 中国饮料行业营销案例分析

一、娃哈哈的营销模式分析

二、蒙牛的营销策划

三、农夫果园的差异化营销策略分析

四、王老吉的亚运营营销发展解析

五、红牛改变营销对象开始向大众营销转型

第五节 软饮料市场的差异化营销策略分析

一、产品差异化策略分析

二、品牌形象差异化策略分析

三、促销差异化策略分析

四、中国软饮料市场差异化营销策略的误区与风险

五、中国软饮料市场差异化营销策略的建议

第十五章 饮料行业投资及前景分析

第一节 中国饮料行业SWOT分析

一、优势/机会点

二、劣势/威胁点

第二节 投资形势分析

一、中国饮料企业的发展环境独占鳌头

二、中国饮料行业投资势头分析

三、我国食品饮料业并购投资迎来良机

四、我国饮料行业面临的风险分析

第三节 饮料行业未来前景展望

一、中国饮料行业发展潜力大

二、我国饮料行业发展形势展望

三、饮料行业的主要发展趋势

四、生机饮料发展空间大

第四节 2017-2022年中国饮料制造行业预测分析

- 一、影响中国饮料制造行业发展的因素分析
- 二、2017-2022年中国饮料制造行业产品销售收入预测
- 三、2017-2022年中国饮料制造业累计利润总额预测
- 四、2017-2022年中国饮料制造业软饮料产量预测

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/317658.html>