

2018-2024年中国软饮料行业未来趋势预测分析及 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《2018-2024年中国软饮料行业未来趋势预测分析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/339119.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

如果从功用性角度来追本溯源来说，软饮料的功用性本质在于解渴，而从解渴延伸，下一步便是口味。口味是软饮料产品最基本也是最核心的属性表达，厂商产品创新能力能否满足国内消费者的口味变化是决定产品能否畅销、甚至是企业生存发展的重要因素。

不同年龄段日常饮用饮料占比

为适应消费者愈加强烈健康诉求，健康保健内涵更加丰富将是软饮料行业未来重要的发展趋势。在这种趋势之下，碳酸饮料衰落将不可避免，而符合健康特点的瓶装水、蛋白饮料、果汁、运动饮料、清淡饮料等品种则有较强的市场潜力。

味道及健康位居消费者最注重的前两位

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1章：中国软饮料行业发展综述 30

1.1 软饮料行业定义及分类 30

1.1.1 行业概念及定义 30

1.1.2 行业主要产品大类 30

1.2 软饮料行业统计标准 33

1.2.1 软饮料行业统计部门和统计口径 33

1.2.2 软饮料行业统计方法 33

1.2.3 软饮料行业数据种类 34

1.3 行业经济环境分析 35

1.3.1 国际宏观经济环境分析 35

1.3.2 国内宏观经济环境分析 37

1.4 行业政策环境分析 41

1.4.1 行业相关政策标准 41

（1）《饮料通则》 41

（2）卫生部批准夏枯草等为凉茶饮料原料 41

（3）首个果醋饮料国标将发布 42

（4）《浓缩果蔬汁浆加工行业准入条件》 42

1.4.2 行业质量安全法规 42

1.4.3 行业贸易环境分析 44

1.4.4 行业“十三五”发展规划 44

(1) 饮料行业“十三五”发展规划 44

(2) 乳制品行业发展“十三五”规划 45

(3) 果汁行业相关产业“十三五”规划 46

1.5 行业社会环境分析 48

1.5.1 消费观念变化的影响 48

1.5.2 行业发展面临的资源瓶颈 48

1.5.3 行业发展面临的安全问题 48

第2章：2014-2017年中国软饮料行业发展状况分析 50

2.1 中国软饮料行业发展状况分析 50

2.1.1 中国软饮料行业发展总体概况 50

2.1.2 中国软饮料行业发展主要特点 50

2.1.3 2014-2017年软饮料行业经营情况分析 51

(1) 2017年软饮料行业经营效益分析 51

(2) 2017年软饮料行业盈利能力分析 52

(3) 2017年软饮料行业运营能力分析 53

(4) 2017年软饮料行业偿债能力分析 53

(5) 2017年软饮料行业发展能力分析 53

2.2 2014-2017年软饮料行业经济指标分析 54

2.2.1 中国软饮料行业经济效益影响因素分析 54

2.2.2 2014-2017年软饮料行业经济指标分析 55

2.2.3 2014-2017年不同规模企业经济指标分析 56

2.2.4 2014-2017年不同性质企业经济指标分析 61

2.3 2014-2017年软饮料行业供需平衡分析 71

2.3.1 2014-2017年全国软饮料行业供给情况分析 71

(1) 2014-2017年全国软饮料行业总产值分析 71

国内饮品市场进入了转型升级的调整期。国内饮品市场已经从快速增长阶段向升级型的发展阶段转变，行业内的资本并购事件已经呈现出向高端、健康饮品市场发展的迹象。

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。

2016年，中国软饮料产量为1.83亿吨，同比增长3.9%。2012年来，软饮料产量连续4年增长。2009-2016年软饮料产量增速

(2) 2014-2017年全国软饮料行业产成品分析	71
2.3.2 2014-2017年各地区软饮料行业供给情况分析	72
(1) 2014-2017年总产值排名前10个地区分析	72
(2) 2014-2017年产成品排名前10个地区分析	73
2.3.3 2014-2017年全国软饮料行业需求情况分析	75
(1) 2014-2017年全国软饮料行业销售产值分析	75
(2) 2014-2017年全国软饮料行业销售收入分析	75
2.3.4 2014-2017年各地区软饮料行业需求情况分析	76
(1) 2014-2017年销售产值排名前10个地区分析	76
(2) 2014-2017年销售收入排名前10个地区分析	77
2.3.5 2014-2017年全国软饮料行业产销率分析	78

第3章：中国软饮料行业产业链分析 80

3.1 软饮料行业产业链简介	80
3.2 行业下游消费需求分析	80
3.2.1 居民收入水平分析	80
3.2.2 居民消费水平分析	81
3.2.3 行业产品消费特征分析	82
3.2.4 行业产品消费趋势分析	83
3.3 行业上游相关市场分析	84
3.3.1 饮用水资源状况分析	84
(1) 饮用水资源状况	84
(2) 水价走势及预测	85
3.3.2 水果行业发展分析	86
(1) 水果种植面积及地区分布	86
(2) 水果产量及产品结构	86
3.3.3 蔬菜行业发展分析	87
(1) 蔬菜供需现状	87
(2) 蔬菜价格走势	88
3.3.4 乳制品行业发展分析	90
(1) 行业产销情况	90
(2) 行业发展趋势	92
3.3.5 食糖行业发展分析	93
(1) 食糖供需	93
(2) 食糖进出口	96

- (3) 食糖价格走势 97
- 3.3.6 食品添加剂行业发展分析 98
 - (1) 行业发展状况 98
 - (2) 行业发展趋势 99
- 3.3.7 饮料包装行业发展分析 99
 - (1) 塑料包装行业分析 99
 - (2) 金属包装行业分析 100
 - (3) 玻璃包装行业分析 101
 - (4) 纸包装行业分析 102
- 3.3.8 冷链物流行业发展分析 102
 - (1) 行业发展状况 102
 - (2) 行业发展趋势 105

第4章：中国软饮料行业市场竞争状况分析 107

- 4.1 行业国际市场竞争状况分析 107
 - 4.1.1 主要国家软饮料市场发展状况 107
 - (1) 美国软饮料市场分析 107
 - (2) 欧洲软饮料市场分析 107
 - (3) 日本软饮料市场分析 108
 - 4.1.2 国际软饮料市场竞争状况分析 108
 - 4.1.3 国际软饮料市场发展趋势分析 109
- 4.2 行业国内市场竞争状况分析 110
 - 4.2.1 软饮料行业市场规模分析 110
 - 4.2.2 国内软饮料行业集中度分析 110
 - (1) 行业销售集中度分析 110
 - (2) 行业资产集中度分析 111
 - (3) 行业利润集中度分析 112
 - 4.2.3 软饮料行业五力模型分析 113
 - (1) 行业上游议价能力分析 113
 - (2) 行业下游议价能力分析 113
 - (3) 行业替代品威胁分析 114
 - (4) 行业新进入者威胁分析 114
 - (5) 行业竞争格局分析 114
- 4.3 行业投资兼并与重组整合分析 115
 - 4.3.1 行业投资兼并与重组整合概况 115

- 4.3.2 行业投资兼并与重组整合特征 117
- 4.3.3 行业投资兼并与重组整合趋势 117
- 4.4 行业不同经济类型企业竞争分析 118
- 4.4.1 不同经济类型企业特征情况 118
- 4.4.2 行业经济类型集中度分析 120

第5章：中国软饮料行业主要市场分析 123

- 5.1 软饮料市场发展情况 123
- 5.2 碳酸饮料行业发展分析 124
 - 5.2.1 碳酸饮料行业发展规模 124
 - 5.2.2 碳酸饮料行业产销分析 124
 - (1) 碳酸饮料产品结构 124
 - (2) 碳酸饮料生产情况 125
 - (3) 碳酸饮料消费情况 126
 - 5.2.3 碳酸饮料行业地位分析 126
 - 5.2.4 碳酸饮料消费地域特征 128
 - 5.2.5 碳酸饮料行业竞争情况 128
 - 5.2.6 碳酸饮料行业发展前景 129
- 5.3 果菜汁及果菜汁饮料行业发展分析 129
 - 5.3.1 果菜汁及果菜汁饮料行业发展规模 129
 - 5.3.2 果菜汁及果菜汁饮料行业产量分析 130
 - (1) 果菜汁及果菜汁饮料产品结构 130
 - (2) 果菜汁及果菜汁饮料生产情况 130
 - 5.3.3 果菜汁及果菜汁饮料行业地位分析 132
 - 5.3.4 果菜汁及果菜汁饮料消费地域特征 133
 - 5.3.5 果菜汁及果菜汁饮料行业竞争情况 133
 - 5.3.6 果菜汁及果菜汁饮料行业发展前景 134
- 5.4 茶饮料及其他软饮料行业发展分析 134
 - 5.4.1 茶饮料及其他软饮料行业发展规模 134
 - 5.4.2 茶饮料及其他软饮料行业产销情况 135
 - (1) 茶饮料及其他软饮料产品结构 135
 - (2) 茶饮料及其他软饮料生产情况 136
 - (3) 茶饮料及其他软饮料消费情况 136
 - 5.4.3 茶饮料及其他饮料行业地位分析 136
 - 5.4.4 茶饮料及其他软饮料消费地域特征 137

5.4.5 茶饮料及其他软饮料行业竞争情况	138
5.4.6 茶饮料及其他软饮料行业发展前景	139
5.5 瓶（罐）装饮用水行业发展分析	140
5.5.1 瓶（罐）装饮用水行业发展规模	140
5.5.2 瓶（罐）装饮用水行业产销情况	140
（1）瓶（罐）装饮用水产品结构	140
（2）瓶（罐）装饮用水生产情况	141
5.5.3 瓶（罐）装饮用水行业地位分析	142
5.5.4 瓶（罐）装饮用水行业竞争情况	143
5.5.5 瓶（罐）装饮用水消费地域特性	143
5.5.6 瓶（罐）装饮用水行业发展前景	144
5.6 含乳饮料和植物蛋白饮料行业发展分析	144
5.6.1 含乳饮料和植物蛋白饮料行业发展规模	144
5.6.2 含乳饮料和植物蛋白饮料行业产销情况	145
（1）含乳饮料和植物蛋白饮料产品结构	145
（2）含乳饮料和植物蛋白饮料生产情况	146
（3）含乳饮料和植物蛋白饮料消费情况	146
5.6.3 含乳饮料和植物蛋白饮料行业地位分析	146
5.6.4 含乳饮料和植物蛋白饮料行业竞争情况	147
5.6.5 含乳饮料和植物蛋白饮料消费地域特性	148
5.6.6 含乳饮料和植物蛋白饮料行业发展趋势	148
5.7 固体饮料行业发展分析	149
5.7.1 固体饮料行业发展规模	149
5.7.2 固体饮料行业产销情况	150
（1）固体饮料产品结构	150
（2）固体饮料生产情况	151
（3）固体饮料消费情况	151
5.7.3 固体饮料行业地位分析	152
5.7.4 固体饮料行业竞争情况	152
5.7.5 固体饮料消费区域特性	153
5.7.6 固体饮料行业发展前景	153

第6章：中国软饮料行业市场营销分析 154

6.1 中国软饮料行业销售渠道分析 154

6.1.1 商超渠道 154

- 6.1.2 餐饮渠道 154
- 6.1.3 食杂店渠道 154
- 6.1.4 摊点渠道 155
- 6.1.5 自动售货机渠道 155
- 6.1.6 其他销售渠道 155
- 6.2 中国软饮料行业营销策略分析 156
 - 6.2.1 产品策略 156
 - (1) 产品定位 156
 - (2) 产品市场 157
 - (3) 产品品类 157
 - (4) 产品包装 157
 - (5) 产品生产工艺 158
 - (6) 产品渠道 158
 - 6.2.2 品牌形象策略 158
 - (1) 品牌定位 159
 - (2) 品牌命名 159
 - (3) 品牌个性 160
 - 6.2.3 定价策略 160
 - (1) 定价因素 160
 - (2) 定价方法 162
 - (3) 变价控制 163
 - 6.2.4 促销策略 164
 - (1) 广告策划 164
 - 1) 广告投放形式 165
 - 2) 创新广告模式 166
 - (2) 销售促进策划 168
 - (3) 公共关系策划 168
 - (4) 节日营销策略 169
 - 1) 节日的消费特点 169
 - 2) 节日营销产品组合 169
 - 6.2.5 异业联合营销 169
- 6.3 中国软饮料行业营销案例分析 170
 - 6.3.1 可口可乐营销案例分析 170
 - (1) 可口可乐营销策略 170
 - (2) 市场细分和定位策略 171

- (3) 产品策略 172
- (4) 价格策略 174
- (5) 分销策略 175
- (6) 促销策略 177
- (7) 互联网营销 181
- (8) 微博营销 182
- (9) 跨界合作 182
- 6.3.2 汇源营销案例分析 182
 - (1) 产品分析 182
 - (2) 定位策略 183
 - (3) 广告策略 183
- 6.3.3 王老吉营销案例分析 184
 - (1) 市场细分和定位策略 184
 - (2) 产品策略 185
 - (3) 价格策略 186
 - (4) 分销策略 187
 - (5) 促销策略 189
 - (6) 互联网营销 194
 - (7) 技术创新助推王老吉行销全球 195
- 6.3.4 美汁源营销分析 195
 - (1) 产品分析 195
 - (2) 广告策略 197
- 6.3.5 康师傅营销案例分析 197
 - (1) 产品策略 197
 - (2) 价格策略 198
 - (3) 渠道策略 198
 - (4) 整合营销传播策略 198
 - (5) 康师傅营销策略对茶饮企业的启示 198

第7章：软饮料行业重点区域市场分析 200

7.1 行业总体区域结构特征分析 200

7.1.1 行业区域结构总体特征 200

7.1.2 行业区域集中度分析 203

7.2 华北地区软饮料行业产销情况分析 205

7.2.1 2006-2017年北京市软饮料行业产销情况分析 205

7.2.2	2006-2017年天津市软饮料行业产销情况分析	207
7.2.3	2006-2017年河北省软饮料行业产销情况分析	209
7.2.4	2006-2017年山西省软饮料行业产销情况分析	211
7.2.5	2006-2017年内蒙古软饮料行业产销情况分析	213
7.3	华南地区软饮料行业产销情况分析	215
7.3.1	2006-2017年广东省软饮料行业产销情况分析	215
7.3.2	2006-2017年广西软饮料行业产销情况分析	217
7.3.3	2006-2017年海南省软饮料行业产销情况分析	219
7.4	华东地区软饮料行业产销情况分析	221
7.4.1	2006-2017年上海市软饮料行业产销情况分析	221
7.4.2	2006-2017年江苏省软饮料行业产销情况分析	223
7.4.3	2006-2017年浙江省软饮料行业产销情况分析	225
7.4.4	2006-2017年山东省软饮料行业产销情况分析	227
7.4.5	2006-2017年福建省软饮料行业产销情况分析	229
7.4.6	2006-2017年安徽省软饮料行业产销情况分析	231
7.4.7	2006-2017年江西省软饮料行业产销情况分析	233
7.5	华中地区软饮料行业产销情况分析	235
7.5.1	2006-2017年湖南省软饮料行业产销情况分析	235
7.5.2	2006-2017年湖北省软饮料行业产销情况分析	237
7.5.3	2006-2017年河南省软饮料行业产销情况分析	239
7.6	西南地区软饮料行业产销情况分析	241
7.6.1	2006-2017年重庆市软饮料行业产销情况分析	241
7.6.2	2006-2017年四川省软饮料行业产销情况分析	243
7.6.3	2006-2017年贵州省软饮料行业产销情况分析	245
7.6.4	2006-2017年云南省软饮料行业产销情况分析	247
7.7	东北地区软饮料行业产销情况分析	249
7.7.1	2006-2017年吉林省软饮料行业产销情况分析	249
7.7.2	2006-2017年辽宁省软饮料行业产销情况分析	251
7.7.3	2006-2017年黑龙江省软饮料行业产销情况分析	253
7.8	西北地区软饮料行业产销情况分析	255
7.8.1	2006-2017年陕西省软饮料行业产销情况分析	255
7.8.2	2006-2017年甘肃省软饮料行业产销情况分析	257
7.8.3	2006-2017年青海省软饮料行业产销情况分析	259
7.8.4	2006-2017年宁夏软饮料行业产销情况分析	261
7.8.5	2006-2017年新疆软饮料行业产销情况分析	263

第8章：软饮料行业主要企业生产经营分析	265
8.1 软饮料企业发展总体状况分析	265
8.1.1 软饮料行业企业规模	265
8.1.2 软饮料行业工业产值状况	266
8.1.3 软饮料行业销售收入和利润	266
8.2 中国碳酸饮料行业领先企业个案分析	267
8.2.1 可口可乐（中国）饮料有限公司经营情况分析	267
（1）企业发展简况分析	268
（2）企业经营情况分析	269
（3）企业经营优劣势分析	271
8.3 中国果菜汁及果菜汁饮料行业领先企业个案分析	280
8.3.1 中国海升果汁控股有限公司经营情况分析	289
（1）企业发展简况分析	300
（2）企业经营情况分析	305
（3）企业经营优劣势分析	307
8.4 中国茶饮料及其他软饮料行业领先企业个案分析	340
8.4.1 乐天澳的利饮料有限公司经营情况分析	340
（1）企业发展简况分析	342
（2）企业经营情况分析	343
（3）企业经营优劣势分析	343
8.5 中国瓶（罐）装饮用水行业领先企业个案分析	361
8.5.1 华润怡宝食品饮料（深圳）有限公司经营情况分析	361
（1）企业发展简况分析	363
（2）企业经营情况分析	365
（3）企业经营优劣势分析	366
8.6 中国含乳饮料和植物蛋白饮料行业领先企业个案分析	381
8.6.1 厦门银鹭食品有限公司经营情况分析	381
（1）企业发展简况分析	383
（2）企业经营情况分析	384
（3）企业经营优劣势分析	385
8.7 中国固体饮料制造行业领先企业个案分析	408
8.7.1 维维食品饮料股份有限公司经营情况分析	408
（1）企业发展简况分析	409
（2）企业经营情况分析	412

(3) 企业经营优劣势分析 414

第9章：中国软饮料行业投资与前景分析 434(AK LT)

9.1 中国软饮料行业投资风险 434

9.1.1 软饮料行业宏观政策风险 434

9.1.2 软饮料行业技术风险 434

9.1.3 软饮料行业供需风险 434

9.1.4 软饮料行业宏观经济波动风险 434

9.1.5 软饮料行业产品结构风险 435

9.1.6 软饮料企业经营管理风险 435

9.1.7 软饮料行业其他风险 435

9.2 中国软饮料行业投资特性分析 436

9.2.1 软饮料行业进入壁垒分析 436

9.2.2 软饮料行业盈利模式分析 436

9.2.3 软饮料行业盈利因素分析 437

9.3 中国软饮料行业发展趋势与投资建议 438

9.3.1 软饮料市场发展趋势分析 438

9.3.2 软饮料行业投资建议分析 439

(1) 软饮料行业热点投资地域分析 439

(2) 软饮料行业热点投资方式分析 440

9.3.3 软饮料行业资本运作模式建议分析 441

(1) 软饮料行业融资方式与选择建议 441

(2) 软饮料行业海外资本市场运作建议 443

部分图表目录：

图表1：2014-2017年美国经济数据及预测（单位：%） 36

图表2：2014-2017年欧洲经济数据及预测（单位：%） 37

图表3：2006-2017年中国国内生产总值及其增长速度（单位：亿元，%） 38

图表4：2008-2017年工业增加值月度同比增长速度（单位：%） 39

图表5：2017年固定资产投资额累计增长情况（单位：%） 39

图表6：2008-2017年中国社会消费品零售总额月度同比增长速度（单位：%） 40

图表7：2014-2017年我国进出口总值情况（单位：亿美元） 41

图表8：2014-2017年软饮料行业经营效益分析（单位：家，人，万元，%） 52

图表9：2014-2017年中国软饮料行业盈利能力分析（单位：%） 52

图表10：2014-2017年中国软饮料行业运营能力分析（单位：次） 53

图表11：2014-2017年中国软饮料行业偿债能力分析（单位：%、倍） 53

图表12：2014-2017年中国软饮料行业发展能力分析（单位：%） 54

图表13：2014-2017年软饮料行业主要经济指标统计表（单位：万元，家，%） 55

图表14：2009-2014年中国大型软饮料企业主要经济指标统计表（单位：万元，家，%）
56

图表15：2014-2017年中国中型软饮料企业主要经济指标统计表（单位：万元，家，%）
57

图表16：2014-2017年中国小型软饮料企业主要经济指标统计表（单位：万元，家，%）
59

图表17：2009-2017年不同规模企业数量比重变化趋势图（单位：%） 60

图表18：2009-2017年不同规模企业资产总额比重变化趋势图（单位：%） 60

图表19：2009-2017年不同规模企业销售收入比重变化趋势图（单位：%） 61

图表20：2009-2017年不同规模企业利润总额比重变化趋势图（单位：%） 61

图表21：2014-2017年国有软饮料企业主要经济指标统计表（单位：万元，家，%） 62

图表22：2014-2017年集体软饮料企业主要经济指标统计表（单位：万元，家，%） 63

图表23：2014-2017年股份合作软饮料企业主要经济指标统计表（单位：万元，家，%）
64

图表24：2014-2017年股份制软饮料企业主要经济指标统计表（单位：万元，家，%） 65

图表25：2014-2017年私营软饮料企业主要经济指标统计表（单位：万元，家，%） 66

图表26：2014-2017年外商和港澳台投资软饮料企业主要经济指标统计表（单位：万元，家，%） 67

图表27：2014-2017年其他性质软饮料企业主要经济指标统计表（单位：万元，家，%）
68

图表28：2009-2017年不同性质企业数量比重变化趋势图（单位：%） 69

图表29：2009-2017年不同性质企业资产总额比重变化趋势图（单位：%） 69

图表30：2009-2017年不同性质企业销售收入比重变化趋势图（单位：%） 70

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/339119.html>