

2020-2026年中国饮料行业 前景展望与行业竞争对手分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国饮料行业前景展望与行业竞争对手分析报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202005/165357.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

饮料即饮品，是供人或者牲畜饮用的液体，它是经过定量包装的，供直接饮用或按一定比例用水冲调或冲泡饮用的，乙醇含量（质量分数）不超过0.5%的制品，饮料也可分为饮料浓浆或固体形态，它的作用是解渴、提供营养或提神。

夏季是饮料行业的传统销售旺季，已有者的激烈竞争、新进入者、新产品的出现等接连不断。作为中国粗粮饮品领导品牌，一榨鲜粗粮饮品在这个夏季隆重推出一榨鲜绿豆汁饮品，清热解毒，消暑解渴，是夏季必备健康饮品。

2019年4月份，社会消费品零售总额28542亿元，同比名义增长9.4%（扣除价格因素实际增长7.9%，以下除特殊说明外均为名义增长）。其中，限额以上单位消费品零售额11241亿元，增长7.8%。2019年1-4月份，社会消费品零售总额118817亿元，同比增长9.7%。其中，限额以上单位消费品零售额46137亿元，增长8.4%。

在饮料零售方面，2019年4月份饮料类零售总额达153亿元，与去年同期增长10.4%。2019年1-4月中国饮料类零售总额达636亿元，与去年同期增长9.4%2017-2019年中国饮料类零售总额及同比增速2017-2019年中国饮料类累计总额及同比增速

中企顾问网发布的《2020-2026年中国饮料行业前景展望与行业竞争对手分析报告》共十四章。首先介绍了中国饮料行业市场发展环境、饮料整体运行态势等，接着分析了中国饮料行业市场运行的现状，然后介绍了饮料市场竞争格局。随后，报告对饮料做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国饮料行业发展趋势与投资预测。您若想对饮料产业有个系统的了解或者想投资中国饮料行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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：

第一部分产业环境透视

第一章饮料行业发展概述

第一节行业概述

一、行业定义

二、饮料对于人体的重要性

三、饮料的应用

第二节行业特征分析

一、行业基本特点

二、行业分类

三、行业生命周期分析

第三节饮料行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒 / 退出机制

五、风险性

第四节2014-2019年行业发展现状分析

一、现状分析

二、存在问题分析

三、问题成因及对策

第二章2014-2019年中国饮料行业发展环境分析

第一节宏观经济环境分析

一、国际宏观经济运行分析

二、国内宏观经济运行分析

(1) 工业生产平稳增长，企业效益明显好转

(2) 固定资产投资缓中趋稳，商品房待售面积减少

(3) 市场销售平稳较快增长，消费升级类商品增长较快

(4) 出口降幅收窄，进口由负转正

(5) 居民消费价格温和上涨，工业生产者价格月度同比由降转升

(6) 居民收入稳定增长，城乡差距继续缩小

(7) 供给侧结构性改革取得积极进展，经济结构继续优化

(8) 货币信贷平稳增长，新增贷款同比多增

三、十三五国内经济形势预测

四、宏观经济对产业影响分析

第二节饮料行业政策环境分析

一、饮料行业的管理体制

二、饮料行业主要政策内容

三、产业政策风险

四、政策环境对行业的影响分析

第三节 饮料行业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、中国城镇化率

六、居民的各种消费观念和习惯

七、社会环境对行业的影响分析

第四节 技术环境

一、主要生产技术分析

二、技术发展趋势分析

第三章 2014-2019年饮料所属行业总体发展状况

第一节 中国饮料所属行业规模情况分析

一、行业单位规模情况分析

二、行业人员规模状况分析

三、行业资产规模状况分析

四、行业利润总额状况分析

第二节 中国饮料所属行业产销情况分析

一、行业生产情况分析

二、行业销售情况分析

三、行业产销情况分析

第三节 中国饮料所属行业财务能力分析

一、所属行业盈利能力分析

二、所属行业偿债能力分析

三、所属行业营运能力分析

四、所属行业发展能力分析

第四节 饮料营销渠道分析

一、厂家直销渠道

1、渠道结构与特征

- 2、渠道发展应用现状
- 3、渠道销售规模与占有率

二、网络销售渠道

- 1、渠道结构与特征
- 2、渠道发展应用现状
- 3、渠道销售规模与占有率

三、平台式销售（电商）

- 1、渠道结构与特征
- 2、渠道发展应用现状
- 3、渠道销售规模与占有率

四、渠道问题与选择建议

- 1、渠道问题及选择对策
- 2、渠道结构发展趋势

第四章2014-2019年饮料所属行业供需分析

第一节饮料市场现状分析及预测

- 一、2014-2019年我国饮料行业产值分析
- 二、2020-2026年我国饮料行业规模预测

第二节饮料产品销售收入分析及预测

- 一、2014-2019年我国饮料销售收入分析2019年1-4月，中国限额以上单位商品零售43248亿元，同比增长8.4%。消费升级类商品快速增长，限额以上单位化妆品类、日用品类、石油及制品类、家用电器音像器材类零售额同比分别增长15.9%、12.2%、10.2%、10.1%。其中，化妆品类增速最快。2019年1-4月中国饮料类零售总额达636亿元，同比增长9.4%，低于同期社会消费品零售总额增速9.7%。2017-2019年中国饮料类零售额增速情况
- 二、2020-2026年我国饮料销售收入预测

第三节饮料进出口数据分析

- 一、2015-2019年我国饮料出口数据分析
- 二、2015-2019年我国饮料进口数据分析

第二部分行业深度分析

第五章我国饮料行业运行现状分析

第一节2014-2019年饮料行业发展现状

一、2014-2019年我国饮料行业市场规模2014-2019年中国饮料市场规模走势

二、2014-2019年我国饮料行业发展分析

三、2014-2019年中国饮料企业发展分析

第二节2014-2019年饮料市场情况分析

一、行业发展阶段

二、发展热点回顾

三、市场存在的问题及策略分析

第三节2014-2019年饮料行业消费市场分析

一、消费特征分析

二、消费需求趋势

三、品牌市场消费结构

第四节2020-2026年饮料行业市场发展趋势

第三部分市场全景调研

第六章我国饮料行业产业链分析

第一节产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

一、产业价值链的构成

二、产业链条的竞争优势与劣势分析

第二节产业结构发展预测

一、产业结构调整指导政策分析

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、中国饮料行业参与国际竞争的战略市场定位

四、产业结构调整方向分析

第三节饮料行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

三、与上下游行业之间的关联性

第四节饮料上游行业分析

一、饮料产品成本构成

二、上游行业发展现状

三、2020-2026年上游行业发展趋势

四、上游供给对饮料行业的影响

第五节 饮料下游分析

一、饮料下游分布

二、下游重点区域分析

三、2020-2026年下游发展趋势

四、下游需求对饮料行业的影响

第七章 中国饮料细分产品分析

第一节 饮用水

一、发展现状分析

二、2014-2019年市场规模分析

三、2020-2026年行业发展前景预测

第二节 碳酸饮料

一、发展现状分析

二、2014-2019年市场规模分析

三、2020-2026年行业发展前景预测

第三节 茶饮料

一、发展现状分析

二、2014-2019年市场规模分析

三、2020-2026年行业发展前景预测

第四节 固体饮料

一、发展现状分析

二、2014-2019年市场规模分析

三、2020-2026年行业发展前景预测

第五节 功能饮料

一、发展现状分析

二、2014-2019年市场规模分析

三、2020-2026年行业发展前景预测

第六节 果蔬饮料

一、发展现状分析

二、2014-2019年市场规模分析

三、2020-2026年行业发展前景预测

第八章 饮料行业区域市场分析

第一节 行业总体区域结构特征分析

- 一、行业区域结构总体特征
- 二、行业区域分布特点分析
- 三、行业规模指标区域分布分析
- 四、行业企业数的区域分布分析

第二节 华东地区饮料行业分析

- 一、行业发展现状分析
- 二、市场规模情况分析
- 三、行业发展前景预测

第三节 华北地区饮料行业分析

- 一、行业发展现状分析
- 二、市场规模情况分析
- 三、行业发展前景预测

第四节 东北地区饮料行业分析

- 一、行业发展现状分析
- 二、市场规模情况分析
- 三、行业发展前景预测

第五节 华中地区饮料行业分析

- 一、行业发展现状分析
- 二、市场规模情况分析
- 三、行业发展前景预测

第六节 华南地区饮料行业分析

- 一、行业发展现状分析
- 二、市场规模情况分析
- 三、行业发展前景预测

第七节 西南地区饮料行业分析

- 一、行业发展现状分析
- 二、市场规模情况分析
- 三、行业发展前景预测

第八节 西北地区饮料行业分析

- 一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

第四部分竞争格局分析

第九章2020-2026年饮料行业竞争形势及策略

第一节行业总体市场竞争状况分析

一、饮料行业竞争结构分析

1、现有企业间竞争

2、潜在进入者分析

3、替代品威胁分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

二、饮料行业企业间竞争格局分析

三、饮料行业集中度分析

四、饮料行业SWOT分析

第二节中国饮料行业竞争格局综述

一、饮料行业竞争概况

二、中国饮料行业竞争力分析

三、中国饮料竞争力优势分析

四、饮料行业主要企业竞争力分析

第三节饮料市场竞争格局总结

一、提高饮料企业竞争力的有力措施

二、提高饮料企业竞争力的几点建议

三、饮料提高核心竞争力的建议

第十章饮料行业相关企业经营形势分析

第一节伊利

一、企业发展概况

二、经营效益分析（2014-2019年）

三、财务状况分析（2014-2019年）

四、企业竞争优势分析

五、发展战略与规划

第二节光明

- 一、企业发展概况
- 二、经营效益分析（2014-2019年）
- 三、财务状况分析（2014-2019年）
- 四、企业竞争优势分析
- 五、发展战略与规划

第三节蒙牛乳业

- 一、企业发展概况
- 二、经营效益分析（2014-2019年）
- 三、财务状况分析（2014-2019年）
- 四、企业竞争优势分析
- 五、发展战略与规划

第四节百事

- 一、企业发展概况
- 二、经营效益分析（2014-2019年）
- 三、财务状况分析（2014-2019年）
- 四、企业竞争优势分析
- 五、发展战略与规划

第五节可口可乐

- 一、企业发展概况
- 二、经营效益分析（2014-2019年）
- 三、财务状况分析（2014-2019年）
- 四、企业竞争优势分析
- 五、发展战略与规划

第六节三元

- 一、企业发展概况
- 二、经营效益分析（2014-2019年）
- 三、财务状况分析（2014-2019年）
- 四、企业竞争优势分析
- 五、发展战略与规划

第七节皇氏

- 一、企业发展概况
- 二、经营效益分析（2014-2019年）

三、财务状况分析（2014-2019年）

四、企业竞争优势分析

五、发展战略与规划

第八节维维

一、企业发展概况

二、经营效益分析（2014-2019年）

三、财务状况分析（2014-2019年）

四、企业竞争优势分析

五、发展战略与规划

第九节露露

一、企业发展概况

二、经营效益分析（2014-2019年）

三、财务状况分析（2014-2019年）

四、企业竞争优势分析

五、发展战略与规划

第十节椰岛

一、企业发展概况

二、经营效益分析（2014-2019年）

三、财务状况分析（2014-2019年）

四、企业竞争优势分析

五、发展战略与规划

第五部分发展前景展望

第十一章2020-2026年饮料行业前景及趋势预测

第一节2020-2026年饮料市场前景

一、2020-2026年饮料市场发展潜力

二、2020-2026年饮料行业发展前景分析

三、2020-2026年饮料细分行业发展前景分析

第二节2020-2026年饮料市场发展趋势预测

一、2020-2026年饮料行业发展趋势

二、2020-2026年饮料售市场规模预测

三、2020-2026年细分市场发展趋势预测

第三节2020-2026年中国饮料行业投资规模预测

第四节影响企业生产与经营的关键趋势

- 一、市场整合成长趋势
- 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测
- 三、科研开发趋势及替代技术进展
- 四、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章2020-2026年饮料行业投资机会与风险防范

第一节饮料行业投融资情况

- 一、行业资金渠道分析
- 二、固定资产投资分析
- 三、兼并重组情况分析（合生元）
- 四、饮料行业投资现状分析

第二节饮料行业投资机会分析

- 一、饮料投资项目分析
- 二、可以投资的饮料模式
- 三、2019年饮料投资机会

第三节2020-2026年中国饮料行业发展预测分析

- 一、未来饮料发展分析
- 二、未来饮料行业技术开发方向

第四节2020-2026年饮料行业投资风险及防范

- 一、食品安全风险
- 二、经销商管理风险
- 三、消费模式变化风险
- 四、市场竞争风险
- 五、原材料价格波动风险

第六部分发展战略研究

第十三章饮料行业发展战略研究

第一节饮料行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节对我国饮料品牌的战略思考

一、饮料品牌的重要性

二、饮料实施品牌战略的意义

三、饮料企业品牌的现状分析

四、我国饮料企业的品牌战略

五、饮料品牌战略管理的策略

六、国内外饮料品牌对比及策略建议

第三节饮料经营策略分析

一、饮料市场细分策略

二、饮料市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、饮料新产品差异化战略

第四节饮料行业投资战略研究

一、2020-2026年饮料行业投资战略

二、2020-2026年细分行业投资战略

第十四章研究结论及发展建议

第一节饮料行业研究结论及建议

第二节饮料子行业研究结论及建议

第三节饮料行业发展建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录：

图表：2019年饮料行业毛利率走势

图表：2019年饮料行业净利率同比提升0.45pct（单位：%）

图表：中国饮料行业市场发展

图表：2014-2019年国内饮料行业现状分析

图表：2008-2019年美国实际GDP环比折年率（经季节性调整，单位：%）

图表：2008-2019年美国个人消费、私人投资、政府消费与投资、进出口环比折年率（经季节性调整，单位：%）

图表：2000-2019年欧元区19国GDP季调折年率（单位：%）

图表：2010-2019年日本GDP环比变化情况（经季节性调整，单位：%）

图表：2012-2019年中国规模以上工业增加值

图表：2012-2019年中国固定资产投资（不含农户）统计

图表：2012-2019年中国民间固定资产投资统计

图表：2012-2019年中国房地产开发投资统计

图表：2012-2019年中国社会消费品零售总额统计

图表：2012-2019年中国进出口总额统计

图表：2012-2019年中国居民人均可支配收入

图表：我国人口情况分析（万人）

图表：2019年年末个年龄段人口数占比

图表：民间教育固定资产投资完成额

图表：2012-2019年普通本专科、中等职业教育及普通高中招生人数

图表：2019年中国城镇化率进程

图表：2014-2019年我国饮料行业企业数量规模

图表：2014-2019年我国饮料行业企业数量规模

图表：2014-2019年我国规模以上饮料生产企业资产总计

图表：2012-2019年中国规模以上饮料生产企业利润总额

图表：2014-2019年中国饮料行业总产量情况

图表：2014-2019年中国饮料行业消费量情况

图表：2014-2019年中国饮料行业产销率

图表：2014-2019年我国饮料行业盈利能力

图表：2014-2019年我国饮料行业偿债能力

图表：2014-2019年我国饮料行业营运能力

图表：2014-2019年我国饮料行业成长能力

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202005/165357.html>