

# 2020-2026年中国软饮料市场深度分析与未来发展趋势报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

# 一、报告报价

《2020-2026年中国软饮料市场深度分析与未来发展趋势报告》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/202007/177533.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

软饮料 (soft drink)：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。

软饮料的主要原料是饮用水或矿泉水，果汁、蔬菜汁或植物的根、茎、叶、花和果实的抽提液。有的含甜味剂、酸味剂、香精、香料、食用色素、乳化剂、起泡剂、稳定剂和防腐剂等食品添加剂。其基本化学成分是水分、碳水化合物和风味物质，有些软饮料还含维生素和矿物质。软饮料的品种很多。按原料和加工工艺分为碳酸饮料、果汁及其饮料、蔬菜汁及其饮料、植物蛋白质饮料、植物抽提液饮料、乳酸饮料、矿泉水和固体饮料8类；按性质和饮用对象分为特种用途饮料、保健饮料、餐桌饮料和大众饮料4类。世界各国通常采用第一种分类方法。但在美国、英国等国家，软饮料不包括果汁和蔬菜汁。2016-2017年中国软饮料单月产量走势 2017年1-6月中国软饮料销售量累计为9732.8万吨，同比增长12.45%。2016年中国软饮料销售量累计为17699.2万吨。2016-2017年中国软饮料销售量走势

中企顾问网发布的《2020-2026年中国软饮料市场深度分析与未来发展趋势报告》共十四章。首先介绍了中国软饮料行业市场发展环境、软饮料整体运行态势等，接着分析了中国软饮料行业市场运行的现状，然后介绍了软饮料市场竞争格局。随后，报告对软饮料做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国软饮料行业发展趋势与投资预测。您若想对软饮料产业有个系统的了解或者想投资中国软饮料行业，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：

第一章 2018年国际软饮料所属行业市场供需分析

第一节 2018年全球软饮料市场概况

一、环球三大饮品“谁主沉浮”

二、全球软饮料业寻找新出路

三、国际软饮料业新流行产品

四、西方低糖软饮料发展时机已成熟

第二节 2018年世界主要国家软饮料市场调研

一、美国软饮料市场

二、德国软饮料行业

三、意大利软饮料行业

四、保加利亚软饮料行业

第三节 2020-2026年世界软饮料产业发展趋势分析

第二章 2018年中国软饮料所属行业运行环境分析

第一节 2018年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、城乡家庭人均可支配收入与恩格尔系数

三、存贷款利率变化

第二节 2018年中国软饮料产业政策环境分析

一、中国调整碳酸饮料管理办法

二、含乳饮料卫生标准

三、茶、咖啡、植物饮料允许使用添加剂的原则

第三节 2018年中国软饮料产业社会环境分析

第三章 2018年中国软饮料所属行业运行形势分析

第一节 2018年中国软饮料行业现状分析

一、中国软饮料业运行特点

二、中国软饮料业价格战进入“白热化”

三、中国软饮料业增长迅速

第二节 2018年中国软饮料行业安全与健康

一、食品饮料行业面对健康和赢利难以选择

二、食品饮料业面临安全考验

三、迫切建立食品饮料安全保障体系

四、管理问题是中国饮料行业发展的重要问题

第三节 中国软饮料进出口数据分析

一、未加糖或其他甜物质及未加味的水；冰及雪

二、加味、加糖或其他甜物质的水

三、其他发酵饮料；未列名的发酵饮料的混合物

第四节 2018年中国软饮料行业面临的挑战及对策

- 一、中国“饮料”企业将面临八大考验
- 二、中国本土软饮料企业又遭受新品牌挑战
- 三、国内企业应对品牌竞争对策
- 四、中国饮料企业攻克技术壁垒的途径

#### 第四章 2013-2018年中国软饮料制造业所属行业运行数据监测分析

##### 第一节 2013-2018年中国软饮料制造业所属行业总体运行指标

##### 第二节 2013-2018年中国软饮料制造业企业数量规模分析

- 一、中国软饮料制造业企业数量
- 二、企业规模及所有制分析

##### 第三节 2013-2018年中国软饮料制造业所属行业从业人数调查分析

- 一、总体从业人数分析
- 二、不同规模企业从业人员分析
- 三、不同所有制企业比较分析

##### 第四节 2013-2018年中国软饮料制造业所属行业产销状况监测分析

- 一、2013-2018年中国工业总产值分析
- 二、2013-2018年中国软饮料制造业产成品分析
- 三、2013-2018年中国软饮料制造业总销售收入分析

##### 第五节 2013-2018年中国软饮料制造业工业所属行业利润总额分析

- 一、2013-2018年中国软饮料制造业工业利润总额分析
- 二、不同规模企业工业利润总额分析
- 三、不同所有制企业比较

#### 第五章 2013-2018年中国软饮料产品所属行业产量数据分析

##### 第一节 软饮料

- 一、2013-2018年软饮料产量
- 二、2013-2018重点省市软饮料产量
- 三、重点省市软饮料产量增长分析

##### 第二节 碳酸饮料

- 一、2013-2018年碳酸饮料产量2015年我国碳酸饮料产量为1794.5万吨，2016年我国碳酸饮料产量为1752.2万吨，产量较上年同期下降2.36%。2011-2016年我国碳酸饮料产量走势
- 二、2013-2018重点省市碳酸饮料产量

### 三、重点省市碳酸饮料产量增长分析

#### 第三节 果汁及果汁饮料

##### 一、2013-2018果汁及果汁饮料产量

##### 二、2013-2018重点省市果汁及果汁饮料产量

##### 三、重点省市果汁及果汁饮料产量增长分析

#### 第四节 液体乳

##### 一、2013-2018液体乳产量

##### 二、2018年重点省市液体乳产量

##### 三、重点省市液体乳产量增长分析

## 第六章 2018年中国茶饮料所属行业市场运行动态分析

### 第一节 2018年国际茶饮料市场调研

#### 一、日本茶饮料发展十分迅速

#### 二、韩国茶叶市场概况

#### 三、美国茶及茶饮料市场

#### 四、哈萨克斯坦茶饮料市场容量大

### 第二节 2018年中国茶饮料市场现状分析

#### 一、中国茶饮料健康发展

#### 二、中国茶饮料市场形势综述

#### 三、茶饮料使中国饮料市场竞争呈现多元化

#### 四、中国茶叶出口状况

#### 五、中国“茶饮料”行业产品和企业综合实力比拼

### 第三节 2018年中国茶饮料市场的问题与对策

#### 一、中国茶饮料市场三大问题解析

#### 二、中国茶饮料市场开辟须规范

#### 三、利用茶饮料国家标准整治市场混乱格局

## 第七章 2018年中国果汁所属行业行业运行走势透析

### 第一节 2018年国际果汁市场概况

#### 一、欧洲果汁市场状况

#### 二、欧盟浓缩苹果汁供应数量上升

#### 三、北美地区有机果汁市场销售额上涨

#### 四、国际酸果汁市场凸显竞争优势

#### 第二节 2018年中国果汁行业现状分析

- 一、出口与消费双向并轨拉动果汁行业
- 二、果汁行业“冷”时代已起跑
- 三、国内果汁饮料行业概况

#### 第三节 2018年中国果汁市场调研

- 一、果汁饮料市场惊现拐点
- 二、纯果汁成为果汁市场热点
- 三、饮料市场剑拔弩张的背后隐藏重重危机

### 第八章 2018年中国功能饮料所属行业市场运行局势解析

#### 第一节 2018年国际功能饮料市场现状

- 一、国际功能饮料发展现状
- 二、全球功能饮料市场高速发展
- 三、功能饮料掀起全球热潮

#### 第二节 2018年中国功能饮料的市场调研

- 一、中国功能饮料市场解读
- 二、“时势”推动功能饮料市场细分
- 三、高利润引发功能饮料市场大战

#### 第三节 2018年中国功能饮料市场面临的挑战与对策

- 一、标准难确定制约功能饮料发展
- 二、功能饮料发展缓慢原因分析
- 三、功能饮料市场品牌雷同严重
- 四、品牌和品质决定功能饮料未来发展
- 五、功能饮料打造理想品牌日趋重要

### 第九章 2018年中国其它饮料产业市场格局浅析

#### 第一节 2018年中国含乳饮料产业分析

- 一、含乳饮料相关概念
- 二、乳业市场竞争分析
- 三、创新性含乳饮料市场具有增长性
- 四、乳酸菌饮品掀起饮料市场竞争

## 五、中国乳酸菌饮料行业需要更科学的标准

### 第二节 2018年中国碳酸饮料产业市场调研

#### 一、碳酸饮料的利与弊

#### 二、可口可乐与百事可乐

#### 三、欧洲可乐进入中国碳酸饮料市场

#### 四、碳酸饮料更换包装点亮市场

#### 五、“十三五”中国碳酸饮料生产比例将下降

## 第十章 2018年中国软饮料营销渠道与策略分析

### 第一节 2018年中国营销渠道分析

#### 一、营销渠道的概念、类型与动态

#### 二、营销渠道的发展阶段

#### 三、营销渠道的策划分析

### 第二节 2018年中国软饮料的营销策略分析

#### 一、饮料营销策略探讨

#### 二、饮料行业应塑造国际品牌

#### 三、体验营销是饮料营销新动向

#### 四、功能饮料的营销模式

### 第三节 案例分析

#### 一、可口可乐的营销武器

#### 二、百事可乐在中国的营销

#### 三、蒙牛的营销策划

#### 四、王老吉营销全案简析

## 第十一章 2018年中国软饮料业市场竞争格局分析

### 第一节 2018年中国软饮料行业竞争力分析

#### 一、现有竞争者分析

#### 二、潜在进入者分析

#### 三、供应商议价能力

#### 四、替代品分析

#### 五、消费者分析

### 第二节 2018年中国软饮料行业竞争特点分析

一、外资企业在行业竞争中占重要地位

二、产品向中西部转移

三、软饮料品牌竞争日益成熟

四、软饮料行业的广告竞争更激烈

### 第三节 2020-2026年中国软饮料业竞争趋势分析

一、软饮料品类格局演变预测分析

二、未来竞争和发展的五大关键主题

三、中国软饮料行业竞争投资预测

四、饮料市场竞争日趋多元化

## 第十二章 2018年中国主要软饮料企业竞争力对比分析

### 第一节 光明乳业股份有限公司

一、公司简介

二、公司主要财务指标分析

三、公司成本费用情况

四、公司未来战略分析

### 第二节 百事（中国）有限公司

一、公司简介

二、公司主要财务指标分析

三、公司成本费用情况

四、公司未来战略分析

### 第三节 红牛维他命饮料有限公司

一、公司简介

二、公司主要财务指标分析

三、公司成本费用情况

四、公司未来战略分析

### 第四节 上海梅林正广和股份有限公司

一、公司简介

二、公司主要财务指标分析

三、公司成本费用情况

四、公司未来战略分析

### 第五节 椰树集团海口罐头厂

## 一、公司简介

## 二、公司主要财务指标分析

## 三、公司成本费用情况

## 四、公司未来战略分析

### 第六节 北京汇源集团咸阳饮料食品有限公司

## 一、公司简介

## 二、公司主要财务指标分析

## 三、公司成本费用情况

## 四、公司未来战略分析

### 第七节 上海锦江麒麟饮料食品有限公司

## 一、公司简介

## 二、公司主要财务指标分析

## 三、公司成本费用情况

## 四、公司未来战略分析

### 第八节 杭州娃哈哈饮料有限公司

## 一、公司简介

## 二、公司主要财务指标分析

## 三、公司成本费用情况

## 四、公司未来战略分析

### 第九节 乐百氏（广东）食品饮料有限公司

## 一、公司简介

## 二、公司主要财务指标分析

## 三、公司成本费用情况

## 四、公司未来战略分析

### 第十节 昆山统一企业食品有限公司

## 一、公司简介

## 二、公司主要财务指标分析

## 三、公司成本费用情况

## 四、公司未来战略分析

## 第十三章 2020-2026年中国软饮料产业发展趋势预测分析

### 第一节 2020-2026年中国软饮料产业趋势分析

一、中国软饮料行业发展潜力巨大

二、中国“软饮料”市场最新发展趋势分析

三、国内软饮料品种发展方向

四、“汤饮料”成为饮料业发展的下一个目标

第二节 2020-2026年中国软饮料产业细分市场发展预测分析

一、茶饮料的发展趋势分析

二、果汁行业的趋势预测与趋势

三、功能饮料的趋势预测分析

四、乳饮料趋势预测分析

第三节 2020-2026年中国软饮料产业市场盈利预测分析

第十四章 2020-2026年中国软饮料产业投资机会与风险分析

第一节 2020-2026年中国软饮料产业投资机会分析

一、软饮料市场前景商机大

二、果汁饮料行业前景调研广阔

三、投资浓缩苹果汁产业利润高

四、中国蔬菜汁生产趋势预测诱人

第二节 2020-2026年中国软饮料产业投资前景分析

一、国内饮料行业竞争门槛提高

二、企业新产品开发力度加大

三、食品饮料行业成本压力过大

第三节 2020-2026年中国软饮料产业投资前景研究与建议

一、充分发挥资源优势进行产品创新

二、关键在于品牌培养与经营

三、放缓扩张速度加强结构调整

图表目录:

图表 2013-2018年中国GDP分析

图表 2013-2018年中国城乡居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数

图表 2013-2018年中国存贷款利率变化

图表 2013-2018年中国软饮料制造业企业数量

图表 2013-2018年中国软饮料制造业企业规模及所有制分析

图表 2013-2018年中国软饮料制造业从业人数调查分析

图表 2013-2018年中国软饮料制造业总体从业人数分析

图表 2013-2018年中国软饮料制造业不同规模企业从业人员分析

图表 2013-2018年中国软饮料制造业不同所有制企业比较分析

图表 2013-2018年中国软饮料制造业工业总产值分析

图表 2013-2018年中国软饮料制造业产成品分析

图表 2013-2018年中国软饮料制造业总销售收入分析

图表 2013-2018年中国软饮料制造业工业利润总额分析

图表 2013-2018年中国软饮料制造业工业利润总额分析

图表 2013-2018年中国软饮料制造业不同规模企业工业利润总额分析

图表 2013-2018年中国软饮料制造业不同所有制企业比较

图表 2020-2026年中国软饮料产业细分市场发展预测分析

图表 2020-2026年中国软饮料产业市场盈利预测分析

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202007/177533.html>