

2022-2028年中国软饮料产业 发展现状与投资潜力分析报告

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

《2022-2028年中国软饮料产业发展现状与投资潜力分析报告》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/202201/265725.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。我国软饮料产量向优势地区进一步集中，2018年中国软饮料前5省产量集中度为45.17%，较2017年44.68%提高0.5个百分点。2018年中国软饮料前5省产量

中企顾问网发布的《2022-2028年中国软饮料产业发展现状与投资潜力分析报告》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：第一章软饮料行业相关基础概述及研究机构1.1 软饮料的定义及分类1.1.1 软饮料的界定1.1.2 软饮料的分类1、碳酸饮料2、果汁饮料3、蔬菜汁饮料4、含乳饮料5、植物蛋白饮料6、瓶装饮用水7、茶饮料8、固体饮料9、特殊用途饮料1.1.3 软饮料的特性1.2 软饮料行业特点分析1.2.1 市场特点分析1.2.2 行业经济特性1.2.3 行业发展周期分析1.2.4 行业进入风险1.2.5 行业成熟度分析 第二章 2015-2019年中国软饮料所属行业市场发展环境分析2.1 中国软饮料行业经济环境分析2.1.1 中国经济运行情况1、国民经济运行情况GDP2、消费价格指数CPI、PPI3、全国居民收入情况4、恩格尔系数5、饮料工业发展形势2.1.2 经济环境对行业的影响分析2.2 中国软饮料行业政策环境分析2.2.1 行业监管环境1、国务院食品安全委员会2、国家卫生计生委3、国家食品药品监督管理总局4、国家质量监督检验检疫总局5、国家工商行政管理总局6、中国食品工业协会及中国饮料工业协会2.2.2 行业法规政策分析1、《中华人民共和国食品安全法》2、《食品经营许

可管理办法》3、《食品生产许可管理办法》4、《饮料行业“十三五”发展规划建议》2.2.3 政策环境对行业的影响分析2.3 中国软饮料行业社会环境分析2.3.1 行业社会环境1、人口环境分析2、教育环境分析3、文化环境分析4、生态环境分析5、中国城镇化率6、居民消费观念和习惯发展趋势2.3.2 社会环境对行业的影响分析2.4 中国软饮料行业技术环境分析2.4.1 软饮料技术分析1、技术水平总体发展情况2、中国软饮料行业新技术研究2.4.2 软饮料技术发展水平1、中国软饮料行业技术水平所处阶段2、与国外软饮料行业的技术差距2.4.3 行业主要技术发展趋势2.4.4 技术环境对行业的影响 第三章中国软饮料行业上、下游产业链分析3.1 软饮料行业产业链概述3.1.1 产业链定义3.1.2 软饮料行业产业链3.2 软饮料行业上游-原材料产业发展分析3.2.1 原材料种植产业发展现状1、水果种植产业发展现状2、坚果种植产业发展现状3、蔬菜种植产业发展现状4、奶牛养殖产业发展现状5、茶叶种植产业发展现状3.2.2 原材料种植产业供给分析1、水果种植产业供给分析2、坚果种植产业供给分析3、蔬菜种植产业供给分析4、奶牛养殖产业供给分析5、茶叶种植产业供给分析3.2.3 原材料种植供给区域分析1、水果种植产业供给区域分析2、坚果种植产业供给区域分析3、蔬菜种植产业供给区域分析4、奶牛养殖产业供给区域分析5、茶叶种植产业供给区域分析3.3 软饮料行业下游-经销商发展情况分析3.3.1 经销商发展现状分析3.3.2 经销商发展规模分析3.3.3 经销商区域分布情况3.3.4 经销商发展趋势分析 第四章国际软饮料所属行业市场发展分析4.1 2015-2019年国际软饮料行业发展现状4.1.1 国际软饮料行业发展现状4.1.2 国际软饮料行业发展规模4.1.3 国际软饮料主要技术水平4.2 2015-2019年国际软饮料市场需求研究4.2.1 国际软饮料市场需求特点4.2.2 国际软饮料市场需求结构4.2.3 国际软饮料市场需求规模4.3 2015-2019年国际区域软饮料行业研究4.3.1 欧洲软饮料市场1、市场现状分析2、市场规模分析3、发展趋势分析4.3.2 美国软饮料市场1、市场现状分析2、市场规模分析3、发展趋势分析4.3.3 日韩软饮料市场1、市场现状分析2、市场规模分析3、发展趋势分析4.4 2022-2028年国际软饮料行业发展展望4.4.1 国际软饮料行业发展趋势4.4.2 国际软饮料行业规模预测4.4.3 国际软饮料行业发展机会 第五章 2015-2019年中国软饮料所属行业发展概述5.1 中国软饮料行业发展状况分析5.1.1 中国软饮料行业发展阶段5.1.2 中国软饮料行业发展总体概况5.1.3 中国软饮料行业发展特点分析5.2 2015-2019年软饮料行业发展现状我国软饮料区域分布特征明显，消费主要集中在大中城市等经济相对发达地区，软饮料产量区域分布较为集中，生产主要集中在华东、华南以及西南地区，2018年华东地区产量占比为22.28%，其次为华南地区占比21.53%，西南地区以19.07%排在第三位。2018年中国软饮料产量区域格局5.2.1 2015-2019年中国软饮料行业发展热点1、健康营养成消费趋势2、功能性软饮料受到追捧3、植物蛋白饮料快速崛起4、高端植物蛋白产品成发展趋势5、凉茶市场硝烟弥漫5.2.2 2015-2019年中国软饮料行业发展现状5.2.3 2015-2019年中国软饮料企业发展分析5.3 中国软饮料市场品牌存活率分析5.3.1 中国软饮料市场品牌数量5.3.2 中国软饮料市场品牌存活

率5.4 中国软饮料行业细分市场概况5.4.1 市场细分充分程度5.4.2 细分市场结构分析5.4.3 软饮料
细分市场分析1、碳酸饮料市场分析2、果汁饮料市场分析3、蔬菜汁饮料市场分析4、含乳饮
料市场分析5、植物蛋白饮料市场分析6、瓶装饮用水市场分析7、茶饮料市场分析8、固体饮
料市场分析9、功能性饮料市场分析5.5 中国软饮料行业发展问题及对策建议5.5.1 中国软饮料
行业发展制约因素5.5.2 中国软饮料行业存在问题分析5.5.3 中国软饮料行业发展对策建议 第六
章中国软饮料所属行业运行指标分析及预测6.1 中国软饮料所属行业企业数量分析6.1.1
2015-2019年中国软饮料所属行业企业数量情况6.1.2 2015-2019年中国软饮料行业企业竞争结
构6.2 2015-2019年中国软饮料所属行业财务指标总体分析6.2.1 所属行业盈利能力分析6.2.2 所属
行业偿债能力分析6.2.3 所属行业营运能力分析6.2.4 所属行业发展能力分析6.3 中国软饮料行业
市场规模分析及预测6.3.1 2015-2019年中国软饮料所属行业市场规模分析6.3.2 2022-2028年中国
软饮料行业市场规模预测6.4 中国软饮料所属行业市场供需分析及预测6.4.1 中国软饮料行业市
场供给分析1、2015-2019年中国软饮料行业供给规模分析2、2022-2028年中国软饮料行业供给
规模预测6.4.2 中国软饮料所属行业市场需求分析1、2015-2019年中国软饮料行业需求规模分
析2、2022-2028年中国软饮料行业需求规模预测 第七章中国互联网+软饮料所属行业发展现状
及前景7.1 互联网给软饮料行业带来的冲击和变革分析7.1.1 互联网时代软饮料行业大环境变化
分析7.1.2 互联网时代软饮料行业挑战与机遇分析7.1.3 互联网时代软饮料行业营销模式变革分
析7.1.4 互联网时代软饮料行业销售渠道变革分析7.1.5 互联网+软饮料行业融合创新机会分
析7.2 中国互联网+软饮料行业市场发展现状分析7.2.1 中国互联网+软饮料行业投资布局分析1
、中国互联网+软饮料行业投资切入方式2、中国互联网+软饮料行业投资规模分析3、中国互
联网+软饮料行业投资业务布局7.2.2 软饮料行业目标客户互联网渗透率分析7.2.3 中国互联网+
软饮料行业市场规模分析7.2.4 中国互联网+软饮料行业竞争格局分析1、中国互联网+软饮料
行业参与者结构2、中国互联网+软饮料行业竞争者类型3、中国互联网+软饮料行业市场占有
率7.3 中国互联网+软饮料行业市场发展前景分析7.3.1 中国互联网+软饮料行业市场增长动力
分析7.3.2 中国互联网+软饮料行业市场发展瓶颈剖析7.3.3 中国互联网+软饮料行业市场发展趋
势分析7.4 互联网+时代软饮料企业发展战略分析 第八章中国软饮料所属行业消费市场调查8.1
软饮料市场消费需求分析8.1.1 软饮料市场的消费需求变化8.1.2 软饮料行业的需求情况分
析8.1.3 软饮料品牌市场消费需求分析8.1.4 软饮料市场渗透率分析8.2 软饮料消费市场状况分
析8.2.1 软饮料行业消费特点8.2.2 软饮料行业产品消费结构分析8.2.3 软饮料行业消费群体分
析8.2.4 软饮料市场的消费方向8.3 软饮料行业产品的品牌市场调查8.3.1 消费者对行业品牌认知
度宏观调查8.3.2 消费者对行业产品的品牌偏好调查8.3.3 消费者对行业品牌的首要认知渠
道8.3.4 软饮料行业品牌忠诚度调查8.3.5 消费者的消费理念调研 第九章中国软饮料行业市场竞
争格局分析9.1 中国软饮料行业竞争格局分析9.1.1 软饮料行业区域分布格局9.1.2 软饮料行业企

业规模格局9.1.3 软饮料行业企业性质格局9.1.4 软饮料行业企业竞争格局9.2 中国软饮料行业竞争五力分析9.2.1 软饮料行业上游议价能力9.2.2 软饮料行业下游议价能力9.2.3 软饮料行业新进入者威胁9.2.4 软饮料行业替代产品威胁9.2.5 软饮料行业现有企业竞争9.3 中国软饮料行业竞争SWOT分析9.3.1 软饮料行业优势分析（S）9.3.2 软饮料行业劣势分析（W）9.3.3 软饮料行业机会分析（O）9.3.4 软饮料行业威胁分析（T）9.4 中国软饮料行业投资兼并重组整合分析9.4.1 投资兼并重组现状9.4.2 投资兼并重组案例9.5 中国软饮料行业竞争策略建议 第十章中国软饮料行业领先企业竞争力分析10.1 杭州娃哈哈集团有限公司竞争力分析10.1.1 企业发展基本情况10.1.2 企业主要产品分析10.1.3 企业竞争优势分析10.1.4 企业经营状况分析10.1.5 企业最新发展动态10.1.6 企业发展战略分析10.2 椰树集团有限公司竞争力分析10.2.1 企业发展基本情况10.2.2 企业主要产品分析10.2.3 企业竞争优势分析10.2.4 企业经营状况分析10.2.5 企业最新发展动态10.2.6 企业发展战略分析10.3 红牛维他命饮料有限公司竞争力分析10.3.1 企业发展基本情况10.3.2 企业主要产品分析10.3.3 企业竞争优势分析10.3.4 企业经营状况分析10.3.5 企业最新发展动态10.3.6 企业发展战略分析10.4 统一企业（中国）投资有限公司竞争力分析10.4.1 企业发展基本情况10.4.2 企业主要产品分析10.4.3 企业竞争优势分析10.4.4 企业经营状况分析10.4.5 企业最新发展动态10.4.6 企业发展战略分析10.5 河北养元智汇饮品股份有限公司竞争力分析10.5.1 企业发展基本情况10.5.2 企业主要产品分析10.5.3 企业竞争优势分析10.5.4 企业经营状况分析10.5.5 企业最新发展动态10.5.6 企业发展战略分析10.6 广州王老吉大健康产业有限公司竞争力分析10.6.1 企业发展基本情况10.6.2 企业主要产品分析10.6.3 企业竞争优势分析10.6.4 企业经营状况分析10.6.5 企业最新发展动态10.6.6 企业发展战略分析10.7 加多宝（中国）饮料有限公司竞争力分析10.7.1 企业发展基本情况10.7.2 企业主要产品分析10.7.3 企业竞争优势分析10.7.4 企业经营状况分析10.7.5 企业最新发展动态10.7.6 企业发展战略分析10.8 内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司竞争力分析10.8.1 企业发展基本情况10.8.2 企业主要产品分析10.8.3 企业竞争优势分析10.8.4 企业经营状况分析10.8.5 企业最新发展动态10.8.6 企业发展战略分析10.9 农夫山泉股份有限公司竞争力分析10.9.1 企业发展基本情况10.9.2 企业主要产品分析10.9.3 企业竞争优势分析10.9.4 企业经营状况分析10.9.5 企业最新发展动态10.9.6 企业发展战略分析10.10 内蒙古伊利实业股份有限公司竞争力分析10.10.1 企业发展基本情况10.10.2 企业主要产品分析10.10.3 企业竞争优势分析10.10.4 企业经营状况分析10.10.5 企业最新发展动态10.10.6 企业发展战略分析 第十一章2022-2028年中国软饮料行业发展趋势与投资机会研究11.1 2022-2028年中国软饮料行业市场发展潜力分析11.1.1 中国软饮料行业市场空间分析11.1.2 中国软饮料行业竞争格局变化11.1.3 中国软饮料行业互联网+前景11.2 2022-2028年中国软饮料行业发展趋势分析11.2.1 中国软饮料行业品牌格局趋势11.2.2 中国软饮料行业渠道分布趋势11.2.3 中国软饮料行业市场趋势分析11.3 2022-2028年中国软饮料行业投资机会与建议11.3.1 中国软饮料行业投资前

景展望11.3.2 中国软饮料行业投资机会分析11.3.3 中国软饮料行业投资建议 第十二章2022-2028年中国软饮料行业投资分析与风险规避12.1 中国软饮料行业关键成功要素分析12.2 中国软饮料行业投资壁垒分析12.3 中国软饮料行业投资风险与规避12.3.1 宏观经济风险与规避12.3.2 行业政策风险与规避12.3.3 上游市场风险与规避12.3.4 市场竞争风险与规避12.3.5 技术风险分析与规避12.3.6 下游需求风险与规避12.4 中国软饮料行业融资渠道与策略12.4.1 软饮料行业融资渠道分析12.4.2 软饮料行业融资策略分析 第十三章2022-2028年中国软饮料行业盈利模式与投资战略规划分析13.1 国外软饮料行业投资现状及经营模式分析13.1.1 境外软饮料行业成长情况调查13.1.2 经营模式借鉴13.1.3 国外投资新趋势动向13.2 中国软饮料行业商业模式探讨13.2.1 行业主要商业模式分析13.2.2 软饮料行业商业模式创新分析13.3 中国软饮料行业投资发展战略规划13.3.1 战略优势分析13.3.2 战略机遇分析13.3.3 战略规划目标13.3.4 战略措施分析13.4 最优投资路径设计13.4.1 投资对象13.4.2 投资模式13.4.3 预期财务状况分析13.4.4 风险资本退出方式 第十四章研究结论及建议()14.1 研究结论14.2建议14.2.1 行业发展策略建议14.2.2 行业投资方向建议14.2.3 行业投资方式建议() 图表目录：图表：软饮料行业特点图表：软饮料行业生命周期图表：软饮料行业产业链分析图表：中国GDP增长情况图表：中国CPI增长情况图表：中国人口数量及其构成图表：中国工业增加值及其增长速度图表：中国城镇居民可支配收入情况图表：中国软饮料行业市场渗透率分析图表：中国软饮料市场消费群体分析图表：中国软饮料细分产品消费结构分析图表：中国软饮料行业渠道分析图表：中国软饮料行业互联网营销模式图表：中国软饮料企业竞争格局分析图表：中国软饮料市场品牌存活率分析图表：2015-2019年软饮料行业市场规模分析图表：2022-2028年软饮料行业市场规模预测图表：2015-2019年中国软饮料行业供给规模分析图表：2022-2028年中国软饮料行业供给规模预测图表：2015-2019年中国软饮料行业需求规模分析图表：2022-2028年中国软饮料行业需求规模预测图表：2015-2019年中国软饮料行业企业数量情况图表：2015-2019年中国软饮料行业企业竞争结构图表：中国软饮料行业盈利能力分析图表：中国软饮料行业运营能力分析图表：中国软饮料行业偿债能力分析图表：中国软饮料行业发展能力分析图表：中国软饮料行业经营效益分析图表：2015-2019年软饮料行业重要数据指标比较图表：2015-2019年中国软饮料行业竞争力分析图表：2022-2028年中国软饮料行业产能预测图表：2022-2028年中国软饮料行业消费量预测图表：2022-2028年中国软饮料市场价格走势预测图表：2022-2028年中国软饮料行业发展趋势预测更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202201/265725.html>