

2024-2030年中国软饮料产业 发展现状与投资前景分析报告

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

《2024-2030年中国软饮料产业发展现状与投资前景分析报告》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/202310/414857.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

软饮料是指酒精含量低于0.5%的天然或人工调配饮料。我国软饮料市场与国外相比起步较晚，1978年可口可乐作为第一个外资企业进入中国市场，为中国的软饮料行业开启了本土企业与国际企业并存的局面，此后中国软饮料市场得以迅速发展。

近几年来国内市场消费群体、消费理念以及消费习惯的转变，对我国软饮料市场的发展产生了一定的影响，国内软饮料产销量增速整体放缓。2010-2021年，我国软饮料产品产量呈现增长趋势，但增长速度总体波动下降，2021年我国软饮料产量回升至1.83亿吨，同比增长12%，回到与2016年相同的近十年高点水平。2022年1-3月中国软饮料产量为97759003.04吨，累计增长率为11.19%。

在我国软饮料的发展历史中，碳酸饮料一直处于龙头地位，随着人们健康意识的不断提升以及科学研究的不断进步，越来越多的消费者选择其他软饮料品种来代替碳酸饮料需求，在中国，瓶装水已经取代了碳酸饮料的龙头地位，在中国软饮料市场上占据了最大的份额。

2022年5月20日，市场监管总局印发《关于延长固体饮料企业剩余包装材料使用时间的通知》，指出，为减少浪费，帮助企业纾困，固体饮料企业现有产品包装材料在2022年6月1日前未使用完毕的，可延期使用至2022年12月31日。

随着城镇化和中产阶级崛起，消费者对食品健康、营养、美味“三合一”的追求将成为市场“新常态”，攀升的消费力将持续释放对高品质饮品的需求。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国软饮料产业发展现状与投资前景分析报告》共十五章。首先介绍了软饮料的定义、分类及细分产品等，接着分析了国际国内软饮料行业的发展状况，然后分别介绍了茶饮料、果汁、果醋饮料、功能饮料、含乳饮料、饮用水和碳酸饮料的发展。随后，报告对中国软饮料行业做了产品产量数据分析、主要企业运营状况分析、营销分析和行业竞争分析，最后分析了软饮料行业的投资及发展前景。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、商务部、国家卫生健康委员会、国家市场监督管理总局、中企顾问网、中企顾问网市场调查中心、中国食品工业协会、中国饮料工业协会以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对软饮料产业有个系统深入的了解、或者想投资软饮料行业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

报告目录：

第一章 软饮料相关概述

1.1 饮料和软饮料

- 1.1.1 饮料的定义
- 1.1.2 软饮料的定义及分类
- 1.2 软饮料细分产品介绍
 - 1.2.1 碳酸饮料
 - 1.2.2 果汁（浆）及果汁饮料
 - 1.2.3 蔬菜汁及蔬菜汁饮料
 - 1.2.4 乳饮料
 - 1.2.5 植物蛋白饮料
 - 1.2.6 瓶装饮用水
 - 1.2.7 茶饮料
 - 1.2.8 固体饮料
 - 1.2.9 特殊用途饮料
 - 1.2.10 其它饮料

第二章 2021-2023年国际软饮料市场分析

- 2.1 2021-2023年全球软饮料市场发展状况
 - 2.1.1 全球市场发展规模
 - 2.1.2 全球市场竞争格局
 - 2.1.3 巨头企业发展战略
 - 2.1.4 行业发展建议分析
 - 2.1.5 饮料行业发展趋势
- 2.2 欧洲
 - 2.2.1 行业政策动态
 - 2.2.2 欧盟果汁市场状况
 - 2.2.3 英国软饮料行业状况
 - 2.2.4 市场发展机遇分析
- 2.3 俄罗斯
 - 2.3.1 市场销量规模
 - 2.3.2 销售渠道占比
 - 2.3.3 行业关税调整
- 2.4 其它国家或地区
 - 2.4.1 美国

2.4.2 日本

第三章 2021-2023年中国软饮料行业分析

3.1 中国软饮料行业发展概况

3.1.1 行业发展历程

3.1.2 行业发展特点

3.1.3 产业链分析

3.1.4 商业模式分析

3.2 2021-2023年中国软饮料行业市场运行状况

3.2.1 市场发展规模

3.2.2 行业资产规模

3.2.3 主营业务收入

3.2.4 行业利润总额

3.2.5 市场产销率分析

3.2.6 区域分布格局

3.3 2021-2023年中国软饮料市场消费状况分析

3.3.1 市场销量规模

3.3.2 市场消费渠道

3.3.3 市场消费结构

3.3.4 消费方向分析

3.4 2021-2023年中国软饮料行业景气度调查

3.4.1 2020年景气指数

3.4.2 2021年景气指数

3.4.3 2022年景气指数

3.5 中国软饮料行业发展面临的问题及建议

3.5.1 由量到质的转变方面

3.5.2 产品细节改造方面

3.5.3 健康新品创新方面

第四章 2021-2023年茶饮料行业分析

4.1 2021-2023年全球茶饮料市场运行状况

4.1.1 茶叶产量规模

- 4.1.2 市场发展规模
- 4.1.3 茶叶外贸情况
- 4.1.4 区域分布格局
- 4.2 2021-2023年中国茶饮料行业发展分析
 - 4.2.1 行业发展特点
 - 4.2.2 市场发展规模
 - 4.2.3 市场价格行情
 - 4.2.4 市场竞争格局
 - 4.2.5 品牌发展指数
- 4.3 中国软饮料行业财务状况分析
 - 4.3.1 经营状况分析
 - 4.3.2 盈利能力分析
 - 4.3.3 营运能力分析
 - 4.3.4 成长能力分析
 - 4.3.5 现金流量分析
- 4.4 中国茶饮料市场的问题及对策分析
 - 4.4.1 产品同质化竞争
 - 4.4.2 品牌理念滞后
 - 4.4.3 下沉市场开发不够
- 4.5 中国茶饮料行业发展前景及趋势
 - 4.5.1 市场发展趋势
 - 4.5.2 新式茶饮兴起
 - 4.5.3 无糖茶饮前景乐观

第五章 2021-2023年果汁饮料市场分析

- 5.1 2021-2023年中国果汁饮料行业发展分析
 - 5.1.1 行业发展历程
 - 5.1.2 市场发展规模
 - 5.1.3 细分市场结构
 - 5.1.4 区域分布格局
 - 5.1.5 行业发展趋势
- 5.2 2021-2023年中国果汁市场竞争分析

- 5.2.1 市场竞争格局
- 5.2.2 市场竞争要点
- 5.2.3 竞争战略分析
- 5.3 果汁饮料行业存在的问题与对策
 - 5.3.1 产品质量问题
 - 5.3.2 质检体系不完善
 - 5.3.3 原材料价格上涨
- 5.4 中国果汁饮料行业发展前景与趋势分析
 - 5.4.1 市场发展潜力
 - 5.4.2 产品创新趋势
 - 5.4.3 市场营销趋势
 - 5.4.4 行业发展前景

第六章 2021-2023年果醋饮料市场分析

- 6.1 果醋饮料行业概况
 - 6.1.1 果醋的功效介绍
 - 6.1.2 果醋饮料产业链
 - 6.1.3 品牌市场竞争
- 6.2 2020-2022中国苹果醋饮料行业市场运行状况
 - 6.2.1 产品产销规模
 - 6.2.2 市场发展规模
 - 6.2.3 市场竞争格局
 - 6.2.4 行业发展前景
- 6.3 中国果醋企业发展崛起策略分析
 - 6.3.1 锁定目标消费群体
 - 6.3.2 明确果醋产品定位
 - 6.3.3 打造一个强势产品
 - 6.3.4 有序进行渠道拓展
 - 6.3.5 彰显企业品牌价值
 - 6.3.6 拓宽果醋品类市场

第七章 2021-2023年功能饮料市场分析

- 7.1 功能饮料的相关概述
 - 7.1.1 功能饮料的简介
 - 7.1.2 功能饮料分类
 - 7.1.3 功能饮料产业链
 - 7.1.4 运动饮料概念及特点
 - 7.1.5 功能饮料的选择饮用
- 7.2 2021-2023年全球功能饮料行业发展概况
 - 7.2.1 市场发展规模
 - 7.2.2 消费需求规模
 - 7.2.3 区域分布格局
 - 7.2.4 欧美品牌分析
- 7.3 2021-2023年中国功能饮料行业运行状况
 - 7.3.1 行业发展历程
 - 7.3.2 行业基本特征
 - 7.3.3 市场发展规模
 - 7.3.4 市场销量规模
 - 7.3.5 行业竞争格局
- 7.4 中国功能饮料市场发展存在的问题
 - 7.4.1 行业发展阻碍因素
 - 7.4.2 产品同质化严重
 - 7.4.3 行业标准缺失
- 7.5 中国功能饮料市场发展策略建议
 - 7.5.1 功能性饮料发展须众强联合
 - 7.5.2 功能饮料的成功策略分析
 - 7.5.3 功能饮料的创新策略分析
 - 7.5.4 功能饮料企业成功案例
- 7.6 功能饮料市场发展前景趋势分析
 - 7.6.1 大健康提供发展契机
 - 7.6.2 天然植物成分获得青睐
 - 7.6.3 低糖低热少添加成趋势

第八章 2021-2023年含乳饮料市场分析

- 8.1 含乳饮料相关概念
 - 8.1.1 含乳饮料定义
 - 8.1.2 各类含乳饮料
 - 8.1.3 营养强化乳饮料
- 8.2 2021-2023年中国含乳饮料市场运行状况
 - 8.2.1 产品产量规模
 - 8.2.2 市场发展规模
 - 8.2.3 行业产能情况
 - 8.2.4 行业集中度分析
 - 8.2.5 区域分布格局
 - 8.2.6 重点企业排名
 - 8.2.7 企业经营状况
- 8.3 2021-2023年中国含乳饮料细分市场发展状况
 - 8.3.1 纯牛奶
 - 8.3.2 调制乳饮料
 - 8.3.3 乳酸菌饮料
- 8.4 中国含乳饮料市场发展趋势分析
 - 8.4.1 市场发展趋势展望
 - 8.4.2 企业发展趋势展望

第九章 2021-2023年饮用水市场分析

- 9.1 饮用水行业政策环境分析
 - 9.1.1 国外饮用水水质标准
 - 9.1.2 中国饮用水卫生标准
 - 9.1.3 食品包装饮用水标准
 - 9.1.4 饮用天然矿泉水标准
- 9.2 中国饮用水行业发展概况
 - 9.2.1 行业发展历程
 - 9.2.2 细分产品品类
 - 9.2.3 需求场景分析
 - 9.2.4 产品营销策略
- 9.3 2021-2023年中国饮用水市场运行状况

- 9.3.1 市场发展规模
- 9.3.2 市场价格行情
- 9.3.3 行业竞争格局
- 9.3.4 市场发展空间
- 9.4 饮用水行业发展存在的问题分析
 - 9.4.1 饮用水水源安全问题
 - 9.4.2 生产环节质量问题
 - 9.4.3 销售环节存在的问题
- 9.5 饮用水市场发展趋势分析
 - 9.5.1 市场产品趋势
 - 9.5.2 市场竞争趋势
 - 9.5.3 应用领域展望
 - 9.5.4 高端市场前景

第十章 2021-2023年碳酸饮料市场分析

- 10.1 碳酸饮料的相关介绍
 - 10.1.1 碳酸饮料的定义
 - 10.1.2 碳酸饮料的分类
 - 10.1.3 碳酸饮料的利与弊
- 10.2 2021-2023年中国碳酸饮料行业发展状况
 - 10.2.1 行业发展历程
 - 10.2.2 产品销售规模
 - 10.2.3 企业营业收入
- 10.3 2021-2023年中国碳酸饮料市场竞争格局
 - 10.3.1 “两乐”竞争策略比较
 - 10.3.2 “两乐”在华竞争状况
 - 10.3.3 国产老品牌回归市场
- 10.4 碳酸饮料行业发展对策及趋势
 - 10.4.1 本土碳酸饮料企业发展路径
 - 10.4.2 碳酸饮料行业发展前景
 - 10.4.3 碳酸饮料将向健康化方向发展

第十一章 2021-2023年中国软饮料产品产量数据分析

11.1 2021-2023年中国软饮料产量数据分析

11.1.1 全国软饮料产量走势

11.1.2 2020年全国软饮料产量情况

11.1.3 2021年全国软饮料产量情况

11.1.4 2022年全国软饮料产量情况

11.2 2021-2023年中国碳酸饮料类（汽水）产量数据分析

11.2.1 全国碳酸饮料类（汽水）产量走势

11.2.2 2020年全国碳酸饮料类（汽水）产量情况

11.2.3 2021年全国碳酸饮料类（汽水）产量情况

11.2.4 2022年全国碳酸饮料类（汽水）产量情况

11.3 2021-2023年中国果汁蔬菜汁饮料类产量数据分析

11.3.1 全国果汁蔬菜汁饮料类产量走势

11.3.2 2020年全国果汁蔬菜汁饮料类产量情况

11.3.3 2021年全国果汁蔬菜汁饮料类产量情况

11.3.4 2022年全国果汁蔬菜汁饮料类产量情况

11.4 2021-2023年中国包装饮用水类产量数据分析

11.4.1 全国包装饮用水类产量走势

11.4.2 2020年全国包装饮用水类产量情况

11.4.3 2021年全国包装饮用水类产量情况

11.4.4 2022年全国包装饮用水类产量情况

11.5 2021-2023年中国液体乳产量数据分析

11.5.1 全国液体乳产量走势

11.5.2 2020年全国液体乳产量情况

11.5.3 2021年全国液体乳产量情况

11.5.4 2022年全国液体乳产量情况

第十二章 2020-2023年中国软饮料行业重点企业分析

12.1 软饮料行业上市公司运行状况分析

12.1.1 软饮料行业上市公司规模

12.1.2 软饮料行业上市公司分布

12.2 统一企业中国控股有限公司

- 12.2.1 企业发展概况
- 12.2.2 2021年企业经营状况分析
- 12.2.3 2022年企业经营状况分析
- 12.2.4 2023年企业经营状况分析
- 12.3 康师傅控股有限公司
 - 12.3.1 企业发展概况
 - 12.3.2 2021年企业经营状况分析
 - 12.3.3 2022年企业经营状况分析
 - 12.3.4 2023年企业经营状况分析
- 12.4 河北承德露露股份有限公司
 - 12.4.1 企业发展概况
 - 12.4.2 经营效益分析
 - 12.4.3 业务经营分析
 - 12.4.4 财务状况分析
 - 12.4.5 核心竞争力分析
 - 12.4.6 未来前景展望
- 12.5 内蒙古伊利实业集团股份有限公司
 - 12.5.1 企业发展概况
 - 12.5.2 经营效益分析
 - 12.5.3 业务经营分析
 - 12.5.4 财务状况分析
 - 12.5.5 核心竞争力分析
 - 12.5.6 未来前景展望
- 12.6 河北养元智汇饮品股份有限公司
 - 12.6.1 企业发展概况
 - 12.6.2 经营效益分析
 - 12.6.3 业务经营分析
 - 12.6.4 财务状况分析
 - 12.6.5 核心竞争力分析
 - 12.6.6 未来前景展望
- 12.7 烟台北方安德利果汁股份有限公司
 - 12.7.1 企业发展概况

- 12.7.2 2021年企业经营状况分析
- 12.7.3 2022年企业经营状况分析
- 12.7.4 2023年企业经营状况分析

第十三章 2021-2023年软饮料业营销分析

- 13.1 营销渠道概述
 - 13.1.1 营销渠道的概念、类型与动态
 - 13.1.2 营销渠道的发展阶段
 - 13.1.3 营销渠道的策划分析
- 13.2 快消品市场营销
 - 13.2.1 市场营销特征
 - 13.2.2 营销体系构建
 - 13.2.3 市场营销战略
 - 13.2.4 特色品牌打造
- 13.3 2021-2023年软饮料市场营销策略分析
 - 13.3.1 加大宣传力度
 - 13.3.2 丰富销售渠道
 - 13.3.3 抓住旺季促销
 - 13.3.4 提升产品质量
 - 13.3.5 因地制宜谋发展
- 13.4 软饮料市场的差异化营销策略
 - 13.4.1 口感差异化
 - 13.4.2 包装差异化
 - 13.4.3 功效差异化
 - 13.4.4 品牌定位差异化
- 13.5 典型营销案例分析
 - 13.5.1 可口可乐
 - 13.5.2 百事可乐
 - 13.5.3 蒙牛
 - 13.5.4 农夫果园
 - 13.5.5 康师傅茶饮料

第十四章 2021-2023年软饮料业竞争分析

14.1 软饮料行业竞争力分析

14.1.1 现有竞争者之间的竞争

14.1.2 潜在进入者

14.1.3 替代品的威胁

14.1.4 供应商议价能力

14.1.5 需求客户议价能力

14.2 2021-2023年中国软饮料行业市场竞争分析

14.2.1 行业竞争规则

14.2.2 市场竞争格局

14.2.3 品牌竞争矩阵

14.2.4 进入和退出壁垒

14.3 中国软饮料行业竞争策略与趋势

14.3.1 行业竞争策略分析

14.3.2 未来竞争的关键主题

14.3.3 未来竞争格局展望

第十五章 对2024-2030年中国软饮料业投融资分析及前景展望

15.1 2021-2023年中国软饮料行业投融资状况

15.1.1 功能饮料

15.1.2 果汁饮料

15.1.3 碳酸饮料

15.1.4 茶饮料

15.1.5 乳饮料

15.2 植物蛋白饮料行业投资壁垒

15.2.1 原料壁垒

15.2.2 渠道壁垒

15.2.3 品牌壁垒

15.3 投资策略与建议

15.3.1 投资策略

15.3.2 投资方向

15.4 软饮料行业发展趋势及投资潜力分析

- 15.4.1 市场更加细化
- 15.4.2 产品跨界创新
- 15.4.3 重视外观设计
- 15.4.4 市场投资潜力
- 15.5 对2024-2030年中国软饮料行业预测分析
 - 15.5.1 2024-2030年中国软饮料行业影响因素分析
 - 15.5.2 2024-2030年中国软饮料行业市场规模预测

附录

附录一：中华人民共和国食品卫生法（2019年修订）

附录二：中华人民共和国农产品质量安全法（2018年修订）

附录三：食品安全国家标准 饮用天然矿泉水

附录四：食品国家标准 饮料

附录五：饮料产品生产许可证审查细则（2017版）

附录六：中国调整碳酸饮料管理办法

附录七：饮料通则（2015版）

图表目录

- 图表 2018全球最有价值的软饮料品牌25强
- 图表 2014-2018年欧盟纯果汁及果肉饮料消费量变化
- 图表 2014-2018年欧盟果汁市场结构变化
- 图表 2018年欧盟100%纯果汁市场竞争格局
- 图表 2018年欧盟各地区果汁消费占比
- 图表 2018年欧盟人均果汁消费量排名TOP6国家
- 图表 中国软饮料行业发展历程
- 图表 中国软饮料行业发展特点
- 图表 软饮料产业链全景图
- 图表 中国市场软饮料产业链各环节主要企业
- 图表 饮料企业两种经营模式
- 图表 2012-2018年中国软饮料行业市场规模及增速
- 图表 2012-2019年中国软饮料行业产销率统计
- 图表 2018年中国软饮料产量区域分布
- 图表 2018年中国软饮料产量超五百万吨的省份

图表 2019-2020年中国软饮料产量前5省市场集中度

图表 2012-2019年中国软饮料销量及增长

图表 2012-2018年中国软饮料市场流通渠道变化

图表 2018年中国软饮料行业细分市场结构

图表 2018年饮料行业月度景气指数

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/414857.html>