2025-2031年中国软饮料市场深度评估与发展趋势研究报告

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

《2025-2031年中国软饮料市场深度评估与发展趋势研究报告》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/202503/480562.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

中企顾问网发布的《2025-2031年中国软饮料市场深度评估与发展趋势研究报告》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　2020-2024年国际软饮料市场分析

2.1　2020-2024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　2020-2024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　2020-2024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　2020-2024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　2020-2024年中国软饮料行业景气度调查
3.4.1　2024年景气指数
3.4.2　2024年景气指数
3.4.3　2024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　2020-2024年茶饮料行业分析
4.1　2020-2024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　2020-2024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　2020-2024年果汁饮料市场分析
5.1　2020-2024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　2020-2024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　2020-2024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　2020-2024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　2020-2024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　2020-2024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　2020-2024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　2020-2024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　2020-2024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　2020-2024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　2020-2024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　2020-2024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　2020-2024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　2020-2024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　2020-2024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　2020-2024年中国软饮料产品产量数据分析
11.1　2020-2024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　2024年全国软饮料产量情况
11.1.3　2024年全国软饮料产量情况
11.1.4　2024年全国软饮料产量情况
11.2　2020-2024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　2024年全国碳酸饮料类（汽水）产量情况
11.2.3　2024年全国碳酸饮料类（汽水）产量情况
11.2.4　2024年全国碳酸饮料类（汽水）产量情况
11.3　2020-2024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　2024年全国果汁蔬菜汁饮料类产量情况
11.3.3　2024年全国果汁蔬菜汁饮料类产量情况
11.3.4　2024年全国果汁蔬菜汁饮料类产量情况
11.4　2020-2024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　2024年全国包装饮用水类产量情况
11.4.3　2024年全国包装饮用水类产量情况
11.4.4　2024年全国包装饮用水类产量情况
11.5　2020-2024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　2024年全国液体乳产量情况
11.5.3　2024年全国液体乳产量情况
11.5.4　2024年全国液体乳产量情况
第十二章　2020-2024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　2024年企业经营状况分析
12.2.3　2024年企业经营状况分析
12.2.4　2024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　2024年企业经营状况分析
12.3.3　2024年企业经营状况分析
12.3.4　2024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　2024年企业经营状况分析
12.7.3　2024年企业经营状况分析
12.7.4　2024年企业经营状况分析
第十三章　2020-2024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　2020-2024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　2020-2024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　2020-2024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2025-2031年中国软饮料业投融资分析及前景展望
15.1　2020-2024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2025-2031年中国软饮料行业预测分析
15.5.1　2025-2031年中国软饮料行业影响因素分析
15.5.2　2025-2031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（2024年修订）
附录二：中华人民共和国农产品质量安全法（2024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（2024版）
附录六：中国调整碳酸饮料管理办法
附录七：饮料通则（2024版）
图表目录
图表　2024全球最有价值的软饮料品牌25强
图表　2020-2024年欧盟纯果汁及果肉饮料消费量变化
图表　2020-2024年欧盟果汁市场结构变化
图表　2024年欧盟100%纯果汁市场竞争格局
图表　2024年欧盟各地区果汁消费占比
图表　2024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　2020-2024年中国软饮料行业市场规模及增速
图表　2020-2024年中国软饮料行业产销率统计
图表　2024年中国软饮料产量区域分布
图表　2024年中国软饮料产量超五百万吨的省份

图表　2020-2024年中国软饮料产量前5省市场集中度
图表　2020-2024年中国软饮料销量及增长
图表　2020-2024年中国软饮料市场流通渠道变化
图表　2024年中国软饮料行业细分市场结构
图表　2024年饮料行业月度景气指数

详细请访问：http://www.cction.com/report/202503/480562.html