2019-2025年中国饮料行业市场深度调查及发展前景研究预测报告

报告大纲

华经情报网
www.huaon.com

一、报告简介

华经情报网发布的《2019-2025年中国饮料行业市场深度调查及发展前景研究预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：https://www.huaon.com//detail/381205.html

报告价格：电子版: 9000元　纸介版：9000元　电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联 系 人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

饮料市场包括多种包装饮料产品，包括但不限于浓缩果汁产品、果肉饮料产品、碳酸饮料、果汁饮料产品、蔬菜汁产品及混合果蔬汁产品。近年来，由于中国经济的持续发展及消费者消费能力的增强，饮料市场的增长及需求保持相对强劲。市场上不断推出新型饮料产品及新颖的行业趋势有助于支持过去十年饮料行业的增长。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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 饮料行业概述
1.1 饮料的相关概念
1.1.1 软饮料
1.1.2 功能饮料
1.1.3 运动饮料
1.1.4 酒饮料
1.1.5 茶饮料
1.2 饮料的分类
1.2.1 软饮料的分类
1.2.2 酒饮料的分类
1.2.3 茶饮料分类
第二章 2015-2018年国际饮料市场
2.1 2015-2018年国际饮料市场总体概况
2.1.1 全球饮料消费状况
2.1.2 全球食品饮料行业热点
2.1.3 全球软饮料市场现状
2.1.4 全球啤酒市场状况
2.2 2015-2018年美国饮料市场的发展
2.2.1 美国碳酸饮料市场分析
2.2.2 美国啤酒市场分析
2.2.3 美国葡萄酒市场分析
2.3 2015-2018年欧洲饮料市场的发展
2.3.1 德国
2.3.2 俄罗斯

2.3.3 法国
2.3.4 西班牙
2.3.5 拉脱维亚
2.4 2015-2018年亚洲饮料市场的发展
2.4.1 日本
2.4.2 韩国
2.4.3 越南
2.4.4 印度
2.4.5 泰国
第三章 2015-2018年中国饮料所属行业分析
3.1 中国饮料行业总体概述
3.1.1 行业国际地位
3.1.2 行业现状综述
3.1.3 行业新常态特点
3.1.4 行业发展因素
3.2 2015-2018年中国饮料所属行业运行状况
3.2.1 2018年行业发展特点
3.2.2 2018年行业运行分析
3.2.3 2018年行业运行简析
3.3 2015-2018年中国饮料所属行业景气指数分析
3.3.1 2018年景气指数分析
3.3.2 2018年景气指数分析
3.3.3 2018年景气指数分析
3.4 2015-2018年饮料行业存在的问题及策略
3.4.1 产业面临的挑战
3.4.2 行业遇新门槛
3.4.3 企业制胜策略
3.4.4 企业创新策略
第四章 2015-2018年中国饮料所属行业市场分析
4.1 2015-2018年中国饮料市场概况
4.1.1 市场的显著特征
4.1.2 市场运作规律分析
4.1.3 市场盛行高端风潮
4.1.4 产品发展的特性与走向
4.2 2015-2018年中国饮料品牌口碑分析

4.2.1 2018年饮料品牌口碑分析
4.2.2 2018年饮料品牌口碑分析
4.2.3 2018年饮料品牌口碑分析
4.3 2015-2018年中国饮料市场消费者购买行为分析
4.3.1 消费者购买意愿和品牌爱好
4.3.2 消费者选择饮料关注的因素
4.3.3 饮料消费者的购买习惯
第五章 中国饮料制造所属行业财务状况
5.1 2013-2018年中国饮料制造所属行业经济规模
5.1.1 行业销售规模
5.1.2 行业利润规模
5.1.3 行业资产规模
5.2 2013-2018年中国饮料制造所属行业盈利能力指标分析
5.2.1行业亏损面
5.2.2 行业销售毛利率
5.2.3 行业成本费用利润率
5.2.4 行业销售利润率
5.3 2013-2018年中国饮料制造所属行业营运能力指标分析
5.3.1行业应收账款周转率
5.3.2 行业流动资产周转率
5.3.3 行业总资产周转率
5.4 2013-2018年中国饮料制造所属行业偿债能力指标分析
5.4.1 行业资产负债率
5.4.2 行业利息保障倍数
5.5 中国饮料制造所属行业财务状况综合评价
5.5.1 行业财务状况综合评价
5.5.2 影响行业财务状况的经济因素分析
第六章 中国饮料制造所属行业产量数据分析
6.1 2015-2018年全国及主要省份发酵酒精产量分析
6.1.1 2018年产量分析
6.1.2 2018年产量分析
6.1.3 2018年产量分析
6.2 2015-2018年全国及主要省份饮料酒产量分析
6.2.1 2018年产量分析
6.2.2 2018年产量分析

6.2.3 2018年产量分析
6.3 2015-2018年全国及主要省份软饮料产量分析
6.3.1 2018年产量分析
6.3.2 2018年产量分析
6.3.3 2018年产量分析
6.4 2015-2018年全国及主要省份液体乳产量分析
6.4.1 2018年产量分析
6.4.2 2018年产量分析
6.4.3 2018年产量分析
6.5 2015-2018年全国及主要省份精制茶产量分析
6.5.1 2018年产量分析
6.5.2 2018年产量分析
6.5.3 2018年产量分析
第七章 2015-2018年中国饮料所属行业进出口数据分析
7.1 2015-2018年中国未加味、加糖或其他甜物质的矿泉水及汽水进出口数据分析
7.1.1 进出口总量数据分析
7.1.2 主要贸易国进出口情况分析
7.1.3 主要省市进出口情况分析
7.2 2015-2018年中国其他未加味、加糖或其他甜物质的水；冰及雪进出口数据分析
7.2.1 进出口总量数据分析
7.2.2 主要贸易国进出口情况分析
7.2.3 主要省市进出口情况分析
7.3 2015-2018年中国加味、加糖或其他甜物质的水进出口数据分析
7.3.1 进出口总量数据分析
7.3.2 主要贸易国进出口情况分析
7.3.3 主要省市进出口情况分析
7.4 2015-2018年中国其他无酒精饮料进出口数据分析
7.4.1 进出口总量数据分析
7.4.2 主要贸易国进出口情况分析
7.4.3 主要省市进出口情况分析
第八章 2015-2018年软饮料细分市场分析
8.1 碳酸饮料
8.1.1 行业供给规模
8.1.2 行业运行规模
8.1.3 市场消费分析

8.1.4 市场下滑态势
8.1.5 产品创新动态
8.2 果汁饮料
8.2.1 行业运行现状
8.2.2 市场特征现状
8.2.3 市场发展规模
8.2.4 产品发展格局
8.2.5 行业发展瓶颈
8.2.6 企业竞争策略
8.2.7 行业发展建议
8.2.8 产品发展方向
8.3 乳饮料
8.3.1 市场发展概况
8.3.2 重点品牌情况
8.3.3 行业经营现状
8.3.4 细分市场分析
8.3.5 市场前景展望
8.3.6 行业发展趋势
8.4 功能饮料
8.4.1 市场需求情况
8.4.2 品牌竞争格局
8.4.3 市场竞争动态
8.4.4 市场运行现状
8.4.5 广告投放情况
8.4.6 市场发展潜力
8.5 饮用水
8.5.1 行业供给态势
8.5.2 行业生产现状
8.5.3 行业格局生变
8.5.4 行业新标出台
8.5.5 市场潜力看好
8.6 其它软饮料
8.6.1 大健康饮料
8.6.2 粗粮饮料
8.6.3 鲜花饮料

8.6.4 森林饮料
第九章 2015-2018年酒饮料市场分析
9.1 啤酒
9.1.1 市场发展态势
9.1.2 市场竞争格局
9.1.3 区域发展格局
9.1.4 产品发展格局
9.1.5 市场前景展望
9.1.6 未来发展趋势
9.2 白酒
9.2.1 行业发展现状
9.2.2 产品产量规模
9.2.3 市场消费特征
9.2.4 市场渠道变革
9.2.5 行业转型态势
9.2.6 行业整合动态
9.3 葡萄酒
9.3.1 行业现状特征
9.3.2 产品产销情况
9.3.3 行业运行规模
9.3.4 市场消费情况
9.3.5 市场消费特征
9.3.6 未来发展规划
9.4 黄酒
9.4.1 行业发展态势
9.4.2 品牌竞争格局
9.4.3 市场销售渠道
9.4.4 市场发展策略
9.4.5 未来发展规划
第十章 2015-2018年中国茶饮料市场分析
10.1 茶饮料行业发展综述
10.1.1 行业发展变化
10.1.2 行业特征分析
10.1.3 行业发展现状
10.1.4 行业影响因素

10.2 茶饮料市场发展总体分析
10.2.1 市场格局分析
10.2.2 市场新势力分析
10.2.3 市场需求特征
10.2.4 产品结构分析
10.3 2015-2018年茶饮料市场运行分析
10.3.1 2018年市场进入成熟期
10.3.2 2018年消费者满意度
10.3.3 2018年市场发展概况
10.3.4 2018年市场发展状况
10.4 茶饮料行业的SWOT剖析
10.4.1 优势分析
10.4.2 劣势分析
10.4.3 机遇分析
10.4.4 挑战分析
10.5 茶饮料行业存在问题及对策分析
10.5.1 行业生产问题
10.5.2 技术质量问题
10.5.3 行业发展建议
10.5.4 市场突围策略
10.6 茶饮料市场发展前景分析
10.6.1 茶饮料市场未来前景展望
10.6.2 无糖茶饮料市场前景分析
10.6.3 纯茶饮料的发展趋势预测
10.6.4 中草药保健茶发展前景广阔
第十一章 2015-2018年饮料行业原料供应分析
11.1 2015-2018年中国食糖工业概况
11.1.1 行业产量规模
11.1.2 行业销量规模
11.1.3 产品库存规模
11.1.4 食糖消费情况
11.1.5 国际贸易形势
11.2 2015-2018年中国水果产业分析
11.2.1 水果种植与分布
11.2.2 水果供给规模

11.2.3 贸易影响因素
11.2.4 产业品牌化路径
11.2.5 未来发展预测
11.3 2015-2018年中国蔬菜产业分析
11.3.1 产业发展态势
11.3.2 产品生产形势
11.3.3 产品价格走势
11.3.4 城市蔬菜供应现状
11.3.5 现代化发展思路
第十二章 2015-2018年饮料包装行业发展分析
12.1 中国饮料包装行业发展综述
12.1.1 行业发展综述
12.1.2 主要细分市场
12.1.3 行业竞争格局
12.1.4 行业利润水平
12.1.5 行业存在的问题
12.2 PET饮料瓶
12.2.1 PET瓶使用优势
12.2.2 PET瓶发展态势
12.2.3 PET瓶成市场主流
12.2.4 PET瓶市场发展前景
12.3 饮料包装业发展趋势
12.3.1 全球市场规模预测
12.3.2 全球市场发展趋势
12.3.3 饮料包装市场潜力
12.3.4 饮料包装发展方向
12.3.5 饮料包装材料趋势
第十三章 2015-2018年中国饮料行业营销及案例分析
13.1 饮料营销发展概述
13.1.1 国内饮料营销的五大派系
13.1.2 饮料行业的销售渠道分析
13.1.3 饮料营销策略探索
13.1.4 饮料业网络营销战略分析
13.2 中国饮料市场营销状况分析
13.2.1 行业营销现状

13.2.2 行业营销新模式
13.2.3 市场营销策略
13.2.4 行业营销趋势
13.3 2015-2018年食品饮料品牌广告投放状况
13.3.1 2018年网络广告投放状况
13.3.2 2018年网络广告投放状况
13.3.3 2018年电视广告投放状况
13.3.4 2018年网络广告投放状况
13.4 中国软饮料市场营销分析
13.4.1 软饮料行业营销特征
13.4.2 软饮料广告投放状况
13.4.3 软饮料市场营销新趋向
13.4.4 软饮料娱乐化营销现状
13.4.5 软饮料品牌营销问题及对策
13.4.6 软饮料差异化营销策略分析
13.5 中国茶饮料营销对策分析
13.5.1 茶饮料品牌文化营销
13.5.2 茶饮料营销竞争策略
13.5.3 茶饮料广告策略分析
13.5.4 茶饮料产品策略分析
13.5.5 茶饮料三优先销售策略
13.6 红牛营销案例分析
13.6.1 红牛强势品牌营销历程分析
13.6.2 红牛的立体化营销实践分析
13.6.3 红牛的内容营销策略及成效
13.6.4 红牛的本地化营销策略介绍
13.6.5 红牛O2O移动营销策略分析
13.6.6 红牛电影植入营销策略解析
13.7 脉动营销案例分析
13.7.1 脉动饮料市场环境分析
13.7.2 脉动的内部传播机制
13.7.3 脉动成功营销策略透析
13.7.4 脉动打造趣味视频营销
13.7.5 脉动社交平台互动营销
13.8 娃哈哈营销案例分析

13.8.1 娃哈哈的品牌营销分析
13.8.2 娃哈哈茶饮料推广方法
13.8.3 哇哈哈的渠道模式分析
13.8.4 娃哈哈的强势娱乐营销
13.9 加多宝营销案例分析
13.9.1 加多宝的基本营销方针解析
13.9.2 加多宝的“V”时刻营销战略
13.9.3 加多宝试水视频动态植入营销
13.9.4 加多宝品牌营销亮点
13.9.5 加多宝营销布局分析
13.10 王老吉营销案例分析
13.10.1 王老吉的营销创新方法
13.10.2 王老吉媒体组合拳营销
13.10.3 王老吉的体育营销策略
13.10.4 王老吉多元化营销策略
13.10.5 王老吉的文化营销核心
13.10.6 王老吉与加多宝的营销策略对比
第十四章 2015-2018年中国饮料行业竞争分析
14.1 2015-2018年中国饮料行业竞争状况
14.1.1 市场竞争格局
14.1.2 市场竞争日益激烈
14.1.3 市场竞争日趋多元化
14.1.4 行业竞争规则简析
14.2 2015-2018年中国软饮料市场竞争分析
14.2.1 软饮料行业竞争模型
14.2.2 软饮料行业竞争态势
14.2.3 软饮料企业战略动向
14.3 2015-2018年中国茶饮料行业竞争形势分析
14.3.1 茶饮料竞争力增强
14.3.2 茶饮料市场品牌格局
14.3.3 茶饮料市场竞争动态
14.3.4 瓶装奶茶竞争升级
14.3.5 茶饮料竞争将愈加激烈
14.4 中国饮料业竞争存在的问题及策略
14.4.1 新品竞争存在的问题

14.4.2 行业竞争的主要策略
14.4.3 未来竞争与发展的关键主题
第十五章 饮料行业重点企业分析
15.1 可口可乐公司
15.1.1 企业发展概况
15.1.2经营状况分析
15.2 百事可乐公司
15.2.1 企业发展概况
15.2.2 经营状况分析
15.3 康师傅控股有限公司
15.3.1 企业发展概况
15.3.2 经营状况分析
15.4 中国汇源果汁集团有限公司
15.4.1 企业发展概况
15.4.2 经营状况分析
15.5 统一企业（中国）控股有限公司
15.5.1 企业发展概况
15.5.2 经营状况分析
15.6 内蒙古伊利实业集团股份有限公司
15.6.1 企业发展概况
15.6.2 经营效益分析
15.6.3 业务经营分析
15.6.4 财务状况分析
15.6.5 未来前景展望
15.7 河北承德露露股份有限公司
15.7.1 企业发展概况
15.7.2 经营效益分析
15.7.3 业务经营分析
15.7.4 财务状况分析
15.7.5 未来前景展望
15.8 青岛啤酒股份有限公司
15.8.1 企业发展概况
15.8.2 经营效益分析
15.8.3 业务经营分析
15.8.4 财务状况分析

15.8.5 未来前景展望
15.9 烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司
15.9.1 企业发展概况
15.9.2 经营效益分析
15.9.3 业务经营分析
15.9.4 财务状况分析
15.9.5 未来前景展望
第十六章 中国饮料行业投资及前景分析
16.1 中国饮料行业投资环境分析
16.1.1 经济环境
16.1.2 政策环境
16.1.3 人口环境
16.1.4 消费环境
16.2 中国饮料行业投资形势分析
16.2.1 行业成资本并购主领域
16.2.2 行业面临的风险
16.3 中国饮料行业发展展望
16.3.1 未来行业发展潜力
16.3.2 市场发展趋势分析
16.3.3 行业发展方向
16.4 2019-2025年中国饮料制造行业预测分析
16.4.1 影响行业发展的因素
16.4.2 行业销售收入预测
16.4.3 行业利润总额预测
16.4.4 行业软饮料产量预测
附录
附录一：中华人民共和国食品安全法
附录二：食品添加剂使用卫生标准
附录三：冷饮食品卫生管理办法
附录四：果汁饮料总则
附录五：含乳饮料卫生标准
附录六：茶、咖啡、植物饮料允许使用添加剂的原则
图表目录：
图表 软饮料的分类
图表 全球饮料品牌价值排行榜

图表 全球洲际啤酒产销量及变化情况
图表 全球前25国啤酒产销量及变化情况
图表 2018年美国碳酸饮料市场份额排名
图表 2018年日本五大啤酒公司市场份额排行榜
图表 中国软饮料行业产量分析
图表 中国碳酸饮料类（汽水）行业产量分析
图表 中国包装饮用水类行业产量分析
图表 中国饮料制造总体运行概况分析
图表 中国饮料制造规模以上企业数量分析
图表 饮料制造三费占销售收入比重变化分析
图表 我国饮料制造效益变化分析
图表 2018年全国饮料酒产量分省市统计
图表 中轻饮料景气指数变化态势
图表 饮料制品行业利润景气指数变化态势
图表 饮料制品行业出口景气指数变化态势
图表 2018年中轻饮料行业景气指数
图表 2018年中轻饮料行业景气指数
图表 饮料产品外观色彩变化曲线
图表 2017中国饮料品牌口碑总指数图
图表 2018年饮料行业的品牌知名度指数图
图表 2018年饮料行业的消费者互动度指数图
图表 2018年饮料行业的质量认可度指数图
图表 2018年饮料行业的企业美誉度指数图
图表 2018年饮料行业的产品好评度指数排行表
图表 2018年饮料行业的产品品牌健康度指数排行表
图表 2018年民意口碑TOP10品牌网络口碑构成解析
图表 2018年饮料品牌网络口碑指数
图表 2018年饮料品牌知名度指数
图表 2018年饮料品牌消费者互动度指数
图表 2018年饮料品牌质量认可度指数
图表 2018年饮料品牌企业美誉度指数
图表 2018年饮料品牌产品好评度指数
图表 2018年饮料品牌健康度指数
图表 不同性别网民对饮料品类的偏好
图表 不同年龄网民对饮料品类的偏好

图表 不同收入网民对饮料品类的偏好
图表 不同地域网民对饮料品类的偏好
图表 不同地域网民对不同地域品牌的偏好
图表 不同性别网民选择饮料时关注的方面
图表 不同收入网民选择饮料时关注的方面
图表 不同性别网民购买饮料的习惯
图表 不同性别网民购买饮料的渠道比较
图表 不同性别网民对饮料包装的选择
图表 不同年龄网民购买饮料的习惯
图表 2013-2018年饮料制造业销售收入
图表 2013-2018年饮料制造业销售收入增长趋势图
图表 2013-2018年饮料制造业利润总额
图表 2013-2018年饮料制造业利润总额增长趋势图
图表 2013-2018年饮料制造业资产总额
图表 2013-2018年饮料制造业总资产增长趋势图
图表 2013-2018年饮料制造业销售毛利率趋势图

详细请访问：https://www.huaon.com//detail/381205.html