

2016-2022年中国饮料市场分析及投资策略研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2016-2022年中国饮料市场分析及投资策略研究报告》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/183635.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

由于我国目前的人均饮料消费量尚低于世界平均水平，随着国民生活水平的不断提高，饮料市场潜力巨大。目前补营养、补餐、增强体能和智能、休闲等饮料的开发会更加凸显饮料市场的未来潜力。

2014年中国饮料制造行业规模以上企业数量达到1823家，亏损企业数量达到207家，亏损率达到11.35%。

2012-2014年中国饮料制造行业规模以上企业数量统计分析

资料来源：国家统计局

预计到“十三五”末期，在鼓励发展低热量饮料、健康营养饮料、冷藏果汁饮料、活菌性含乳饮料，支持优势品牌企业跨地区兼并重组、技术改造和创新能力建设，优化产业布局等政策引导下，中国饮料行业产品结构将更趋合理。

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：

第一部分 饮料行业发展分析

第一章 饮料行业概述

第一节 饮料的相关概念

一、软饮料

二、功能饮料

三、运动饮料

四、酒饮料

五、茶饮料

第二节 饮料的分类

一、软饮料的分类

二、酒饮料的分类

三、茶饮料分类

第二章 国际饮料市场 8

- 第、全球饮料市场迅速增长
- 二、全球饮料流行新趋势分析
- 三、2014-2015年全球饮料的市场行情
- 第二节 欧洲饮料市场
 - 一、欧洲饮料市场发展分析
 - 二、西欧软饮料市场分析
 - 三、2014年保加利亚饮料市场销售情况
 - 四、2014年法国葡萄酒市场分析
 - 五、2014-2015年德国饮料市场现状分析
- 第三节 亚洲饮料市场
 - 一、日本饮料市场概况及营销状况分析
 - 二、2014-2015年日本啤酒市场分析
 - 三、韩国进口啤酒市场迅猛增长
 - 四、印度食品饮料市场面临较多发展机遇
 - 五、越南饮料市场巨大潜力待开发
- 第四节 美国饮料市场
 - 一、2013年美国碳酸饮料销售情况
 - 二、美国饮料市场功能性饮料开始占主流
 - 三、美国葡萄酒市场发展分析
 - 四、浓缩能量饮料受美国市场青睐

第三章 中国饮料行业分析

- 第一节 中国饮料行业总体概述
 - 一、中国饮料行业的发展历程回顾
 - 二、中国饮料业发展规律及特点
 - 三、中国饮料行业竞争激烈
- 第二节 2013-2015年中国饮料行业运行状况
 - 一、2013年我国饮料行业运行情况分析
 - 二、2014年中国饮料行业运行情况分析
 - 三、2014-2015年中国饮料行业发展情况及预测
- 第三节 中国饮料市场分析
 - 一、中国饮料市场内困外忧
 - 二、中国饮料市场争夺正酣
 - 三、2014-2020年饮料市场预测
- 第四节 中国饮料行业品牌分析

- 一、中国饮料市场大众品牌分析
- 二、中国民族饮料品牌高歌猛进
- 三、中国饮料市场品牌格局剖析
- 四、中国饮料市场品牌发展战略
- 五、中国饮料市场品牌发展趋势
- 第五节 全国各地区饮料市场分析
 - 一、上海饮料市场发展态势概览
 - 二、河南省饮料市场发展分析
 - 三、武汉饮料市场发展分析
 - 四、湖南饮料市场价格分析
- 第六节 饮料行业存在的问题及策略
 - 一、我国饮料生产企业面临八大挑战
 - 二、新国标出台运动饮料和茶饮料遇新门槛
 - 三、中国饮料企业市场竞争策略
 - 四、饮料行业产品和渠道创新是关键

第二部分 饮料行业运行数据

第四章 2013-2014-2015年中国饮料制造业经济运行数据分析

第一节 2013-2014-2015年全国饮料制造业主要经济指标

- 一、2013年全国饮料制造业主要经济指标
- 二、2014-2015年全国饮料制造业主要经济指标

2014年中国饮料制造行业总体经济运行概况统计分析

资料来源：艾凯咨询网整理

第二节 2013-2014-2015年全国及各省市饮料制造业产销数据分析

- 一、2013年全国及各省市饮料制造业产销数据分析
- 二、2014-2015年全国及各省市饮料制造业产销数据分析

第三节 2013-2014-2015年全国及各省市饮料制造业资产负债分析

- 一、2013年全国及各省市饮料制造业资产负债分析
- 二、2014-2015年全国及各省市饮料制造业资产负债分析

第四节 2013-2014-2015年全国及中国各省市饮料制造业行业规模分析

- 一、2013年全国及各省市饮料制造业行业规模分析
- 二、2014-2015年全国及各省市饮料制造业行业规模分析

第五节 2013-2014-2015年全国及各省市饮料制造业盈利能力分析

- 一、2013年全国及各省市饮料制造业盈利能力分析
- 二、2014-2015年全国及各省市饮料制造业盈利能力分析

第五章 中国饮料制造业产量数据分析

第一节 2012-2014-2015年全国及重点省市发酵酒精产量分析

- 一、2012年全国及主要省份发酵酒精（折96度，商品量）产量分析
- 二、2013年全国及主要省份发酵酒精（折96度，商品量）产量分析
- 三、2014-2015年全国及主要省份发酵酒精（折96度，商品量）产量分析

第二节 2012-2014-2015年全国及重点省市软饮料产量分析

- 一、2012年全国及重点省市软饮料产量分析
- 二、2013年全国及主要省份软饮料产量分析
- 三、2014-2015年全国及主要省份软饮料产量分析

第三节 2012-2014-2015年全国及重点省市精制茶产量分析

- 一、2012年全国及重点省市精制茶产量分析
- 二、2013年全国及主要省份精制茶产量分析
- 三、2014-2015年全国及主要省份精制茶产量分析

第三部分 饮料细分市场分析

第六章 软饮料 201

第一节 国际软饮料市场概况

- 一、2013-2015年美国软饮料销量情况
- 二、中东软饮料市场现状及展望
- 三、西欧软饮料市场分析
- 四、亚洲和中东地区软饮料和果汁市场发展分析
- 五、全球保健型饮料市场前景广阔

第二节 中国软饮料行业发展综述

- 一、中国软饮料工业的发展回顾
- 二、2012年我国饮料市场运行分析
- 三、2013年中国软饮料市场发展分析
- 四、2014-2015年我国软饮料行业发展运行分析

第三节 碳酸饮料

- 一、碳酸饮料的利与弊
- 二、碳酸饮料市场的挑战与机会
- 三、2013年碳酸饮料产量数据

四、2013年碳酸饮料市场发展分析

五、2014-2015年碳酸饮料产量数据

六、我国碳酸饮料业发展问题及未来趋势分析

第四节 果汁饮料

一、中国果汁饮料市场发展现状

二、2012年我国果汁饮料产量分析

三、2013-2015年果汁饮料市场价格竞争分析

四、我国果汁饮料消费群体分析

五、中国纯果汁消费市场潜力大

六、我国果汁饮料业发展趋势预测

第五节 乳饮料

一、中国含乳饮料市场发展分析

二、2013年液体乳饮料产量分析

三、2014年液体乳饮料产量分析

四、2014-2015年乳饮料迎来黄金时代

五、果粒酸乳饮料市场前景广阔

六、2016年乳制品工业发展预测

第六节 功能饮料

一、功能饮料市场概况

二、功能饮料市场发展特征

三、影响功能饮料发展的主要因素

四、2012年《饮料通则》对国功能性饮料的影响

五、2013年功能饮料再次进入发展高峰期

六、功能性饮料市场潜力巨大

第七节 饮用水

一、2013年饮用水产量分析

二、2014-2015年饮用水产量分析

三、饮用水市场面临第五次升级革命

四、中国饮用水产业进入“生态时代”

五、包装饮用水市场格局分析

六、我国饮水机行业的优劣势及发展趋势

第七章 酒饮料

第一节 中国酒精饮料发展总体分析

一、2014年制酒饮料行业市场概况

二、2014年中国制酒饮料行业发展概况

三、2014年我国酒业发展分析

四、2014-2015年中国酒业各项经济指标分析

第二节 啤酒

一、2013年中国啤酒行业运行情况分析

二、2013-2015年中国啤酒企业总体运行情况

三、2013-2015年全国及各省市啤酒产量统计数据

四、2014-2015年全国啤酒产品产量全国及各省市统计数据

五、2014-2015年中国啤酒行业运行情况分析

六、2014-2015年中国啤酒业集中度分析

第三节 白酒

一、2013年白酒行业运行情况分析

二、2013年消费税大调整引发白酒行业震动

三、2013年全国白酒产品产量全国及各省市统计数据

四、2014-2015年全国白酒产品产量全国及各省市统计数据

五、2014-2015年全国白酒行业分析

六、白酒行业未来将向高端化发展

第四节 葡萄酒

一、中国葡萄酒行业发展空间巨大

二、2014年中国葡萄酒行业发展分析

三、2014年中国葡萄酒行业十大热点

四、2014年中国葡萄酒行业发展分析

五、2014年中国葡萄酒产业的发展趋势分析

六、中国将成为世界第七大葡萄酒消费市场

第五节 黄酒行业

一、中国黄酒业发展概况

二、2014年中国黄酒产量逆势增长

三、2014年国内黄酒业迎来发展新契机

四、2014年中国黄酒市场格局生变

五、2014年黄酒业发展整体向上

第六节 保健酒行业

一、保健酒市场成企业争夺的新亮点

二、中国保健酒市场格局分析

三、中国保健酒再现掘金潮

四、中国保健酒市场有待规范

第七节 烈性洋酒在中国的发展

- 一、烈性洋酒加速本土化运作
- 二、烈性洋酒的市场格局分析
- 三、烈性洋酒与高端白酒的博弈
- 四、洋酒在中国的未来发展趋势

第八章 茶饮料

第一节 中国茶产业分析

- 一、中国茶业发展概况
- 二、中国茶业的发展弊端
- 三、中国茶叶产业化的关键
- 四、中国茶产业遭遇困境的原因
- 五、中国茶产业快速发展规模不断扩大

第二节 中国茶饮料行业分析

- 一、中国茶饮料行业的发展特征
- 二、中国茶饮料行业快速发展的驱动因素
- 三、中国茶饮料行业的发展瓶颈
- 四、中国茶饮料行业发展趋势分析

第三节 中国茶饮料市场分析

- 一、我国茶饮料市场现状分析
- 二、茶饮料引领饮料市场新潮流
- 三、中国茶饮料的竞争之道
- 四、2013年中国茶饮料市场大打“健康战”
- 五、2014年我国茶饮料行业流行趋势

第四节 凉茶

- 一、2015年中国凉茶市场三大热点
- 二、中国凉茶业市场竞争分析
- 三、中国凉茶业市场格局分析
- 四、我国凉茶业的发展迎来新的契机

第九章 饮料行业原料供应分析

第一节 中国食糖工业概况

- 一、中国食糖市场需求加速增长
- 二、2013-2014年制糖期国内食糖市场回顾
- 三、2014-2015年制糖期国内食糖形势展望

四、2014-2015年中国食糖市场分析

五、中国食糖行业调控建议分析

第二节 中国水果产业分析

一、我国水果市场发展概况

二、我国积极推动水果产业健康有序发展

三、中国水果产业的品牌化路径分析

四、影响我国水果贸易竞争力的因素

第三节 中国蔬菜市场分析

一、2013年中国蔬菜产量居世界第一

二、2014年国家出台储备机制稳定蔬菜市场

三、2014-2015年我国蔬菜零售市场销售数据

四、我国保障蔬菜市场供应和价格稳定措施

第四部分 饮料行业包装与营销策略

第十章 饮料包装行业

第一节 行业概述

一、软饮料个性包装分析

二、饮料包装的种类

三、我国饮料包装市场特点

四、包装促销与消费心理分析

第二节 我国饮料包装行业发展分析

一、国内外四大饮料包装市场发展现状

二、国内饮料包装市场分析

三、饮料包装行业市场格局

四、饮料包装行业风险分析

五、中国食品饮料包装市场分析

六、玻璃瓶在饮料包装市场发展现状

第三节 PET饮料瓶

一、PET瓶饮料包装的优势与劣势

二、PET瓶饮料包装业环境及趋势

三、PET瓶饮料包装市场状况分析

四、PET瓶饮料包装五种竞争力分析

五、我国PET饮料瓶市场蕴藏商机

第四节 饮料包装行业发展趋势

一、饮料包装发展新趋势

- 二、饮料包装环保化趋势分析
- 三、从包装材料分析饮料包装发展趋势
- 四、从包装理念分析饮料包装发展趋势

第十一章 中国饮料行业营销分析

第一节 饮料营销发展概述

- 一、国内饮料营销的五大派系
- 二、饮料营销策略探索
- 三、饮料行业销售渠道探讨
- 四、饮料业网络营销战略分析

第二节 中国饮料市场营销状况分析

- 一、我国饮料市场营销的多元化
- 二、我国饮料行业广告投放情况分析
- 三、饮料品牌营销运作的困境和出路

第三节 饮料细分产品营销分析

- 一、凉茶饮料营销的关键在于把握消费者心理
- 二、传统养生饮料营销策略分析
- 三、功能饮料的五大营销模式

第四节 中国饮料行业营销案例分析

- 一、娃哈哈市场营销案例剖析
- 二、太子奶乳酸菌饮品营销策略分析
- 三、农夫果园的差异化营销策略分析
- 四、王老吉的亚运营营销发展解析

第五部分 饮料行业竞争格局

第十二章 中国饮料行业竞争分析

第一节 中国饮料行业竞争概况

- 一、中国饮料市场竞争态势分析
- 二、我国饮料行业的市场竞争日趋激烈
- 三、外资购并影响我国饮料业竞争格局
- 四、饮料企业“强强联手”竞争模式形成

第二节 饮料行业细分市场竟争分析

- 一、中国茶饮料市场竞争分析
- 二、中国果汁饮料市场竞争分析
- 三、中国乳饮料市场竞争分析

- 四、中国瓶装水市场竞争分析
- 五、我国功能饮料市场竞争分析
- 六、我国碳酸饮料市场竞争分析
- 七、中国咖啡饮料市场竞争分析

第十三章 饮料行业重点企业分析

第一节 可口可乐公司

- 一、公司简介
- 二、公司经营情况分析
- 三、公司竞争优势分析
- 四、公司主要经营业务分析
- 五、公司发展最新动态及未来发展分析

第二节 百事可乐公司

- 一、公司简介
- 二、公司经营情况分析
- 三、公司竞争优势分析
- 四、公司主要经营业务分析
- 五、公司发展最新动态及未来发展分析

第三节 内蒙古伊利实业集团股份有限公司

- 一、公司简介
- 二、公司经营情况分析
- 三、公司竞争优势分析
- 四、公司主要经营业务分析
- 五、公司发展最新动态及未来发展分析

第四节 河北承德露露股份有限公司

- 一、公司简介
- 二、公司经营情况分析
- 三、公司竞争优势分析
- 四、公司主要经营业务分析
- 五、公司发展最新动态及未来发展分析

第五节 青岛啤酒股份有限公司

- 一、公司简介
- 二、公司经营情况分析
- 三、公司竞争优势分析
- 四、公司主要经营业务分析

五、公司发展最新动态及未来发展分析

第六节 烟台张裕葡萄酒股份有限公司

一、公司简介

二、公司经营情况分析

三、公司竞争优势分析

四、公司主要经营业务分析

五、公司发展最新动态及未来发展分析

第七节 其它重点饮料企业

一、杭州娃哈哈集团有限公司

二、康师傅控股有限公司

三、广东乐百氏集团

四、北京汇源饮料食品集团有限公司

五、内蒙古蒙牛乳业集团股份有限公司

第六部分 饮料行业投资及前景预测

第十四章 2016-2022年饮料行业投资及前景预测

第一节 中国饮料行业SWOT分析

一、优势机会点

二、劣势威胁点

第二节 投资形势分析

一、中国饮料行业投资情况

二、中国饮料企业的发展环境独占鳌头

第三节 投资策略与建议

一、产品和渠道创新是关键

二、塑造强势饮料品牌

第四节 2016-2022年饮料行业前景预测

一、2016-2022年中国饮料业突围方向分析

二、2016-2022年中国饮料总产量预测

三、未来中国饮料市场发展趋势

四、植物成为未来饮料市场的发展趋势

五、茶饮料成为市场未来发展趋势

六、我国饮料市场未来发展格局分析

附录：

附录一：《中华人民共和国食品安全法》

附录二：中华人民共和国食品卫生法

附录三：食品添加剂使用卫生标准

附录四：冷饮食品卫生管理办法

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：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2015年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2015年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2015-2020年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2015-2020年中国GDP增速预测

图表。。。。。

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/183635.html>