

2024-2029年中国软饮料行业全景调研与投资趋势预测报告

报告简介

目前，我国软饮料行业出现了短暂的结构调整，目前现状有产量下降，销量回升，产销率上升，积压库存得到处理;瓶装水取代碳酸饮料成为行业主要产品;线上渠道和便利店渠道比重持续上升等。未来，我国软饮料行业将呈现结构调整、品种多元化、营养健康、高质量高品质等趋势。

随着我国居民收入的不断增长和消费者观念的逐渐转变，软饮料已经成为了居民日常消费中的主流商品，我国软饮料市场规模也在不断扩大，但随着市场趋于饱和，市场规模增速也开始逐渐趋缓。

我国软饮料产量常年保持在10000万吨以上，庞大的目标人群和广阔的市场需求使我国软饮料产量不断增长，但是由于居民消费观念向健康安全方向转变以及国家对软饮料行业实施了更加严格的监管标准，淘汰掉一批不符合生产标准的软饮料工厂;加之历年库存积压，给生产企业带来了成本压力，多种因素共同导致我国软饮料行业产量出现下降。

随着居民消费观念的转变和消费需求的提升，我国软饮料行业依旧会继续保持增长趋势。不过在规模不断增长的同时，软饮料行业也会呈现产业结构调整;品种增多，消费多元化;方便快捷、营养健康等新趋势。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家工信部、国家发改委、国务院发展研究中心、中国饮料工业协会、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对中国软饮料及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、新成果与技术等进行了分析，并重点分析了中国软饮料行业发展状况和特点，以及中国软饮料行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球的软饮料行业发展态势作了详细分析，并对软饮料行业进行了趋向研判，是软饮料开发、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前软饮料业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分 产业环境透视

第一章 中国软饮料行业发展综述

第一节 软饮料行业定义及分类

一、行业概念及定义

二、行业主要产品大类

第二节 软饮料行业上游相关市场分析

一、水果行业发展分析

二、蔬菜行业发展分析

三、乳制品行业发展分析

四、食糖行业发展分析

五、食品添加剂行业发展分析

六、饮料包装行业发展分析

七、冷链物流行业发展分析

第二章 软饮料行业市场环境及影响分析 (pest)

第一节 软饮料行业政治法律环境(p)

一、行业管理体制分析

二、行业主要法律法规

三、软饮料行业标准

四、行业相关发展规划

五、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析(e)

一、宏观经济形势分析

二、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 行业社会环境分析(s)

一、软饮料产业社会环境

二、社会环境对行业的影响

三、软饮料产业发展对社会发展的影响

第四节 行业技术环境分析(t)

一、软饮料技术专利分析

二、软饮料技术发展现状分析

三、行业主要技术发展趋势

四、技术环境对行业的影响

第二部分 行业深度分析

第三章 中国软饮料行业运行现状分析

第一节 中国软饮料行业发展状况分析

- 一、中国软饮料行业发展阶段
- 二、中国软饮料行业发展概况及特点
- 三、中国软饮料行业发展存在的问题
- 四、中国软饮料行业商业模式分析

第二节 中国软饮料行业市场运行现状分析

- 一、中国软饮料行业市场规模
- 二、中国软饮料产品结构分析
- 三、中国软饮料行业产销分析
- 四、中国软饮料行业利润总额分析

第三节 中国软饮料企业发展分析

- 一、企业数量及增长分析
- 二、不同规模企业结构分析
- 三、行业从业人员数量分析

第四节 中国软饮料行业财务指标分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

第五节 中国软饮料市场价格走势分析

- 一、软饮料市场定价机制组成
- 二、软饮料市场价格影响因素
- 三、软饮料产品价格走势分析

四、2024-2029年软饮料产品价格走势预测

第四章 中国软饮料行业市场供需形势及进出口分析

第一节 中国软饮料行业市场供需平衡分析

一、中国软饮料行业市场供给分析

1、中国软饮料产量分析

2、前十企业产量占比分析

二、中国软饮料行业市场需求分析

1、中国软饮料销量分析

2、产品需求结构分析

3、地区需求差异分析

三、中国软饮料行业市场供需平衡分析

第二节 中国软饮料行业进出口分析

一、软饮料行业出口市场分析

1、行业出口整体情况

2、行业出口总额分析

3、行业出口产品结构

二、软饮料行业进口市场分析

1、行业进口整体情况

2、行业进口总额分析

3、行业进口产品结构

三、中国软饮料出口面临的挑战及对策

四、软饮料行业进出口前景及建议

第三部分 市场全景调研

第五章 中国软饮料行业主要市场分析

第一节 软饮料市场发展情况

第二节 碳酸饮料行业发展分析

一、碳酸饮料行业发展规模

二、碳酸饮料行业产销分析

三、碳酸饮料行业地位分析

四、碳酸饮料消费地域特征

五、碳酸饮料行业竞争情况

六、碳酸饮料行业发展前景

第三节 果菜汁及果菜汁饮料行业发展分析

一、果菜汁及果菜汁饮料行业发展规模

二、果菜汁及果菜汁饮料行业产量分析

三、果菜汁及果菜汁饮料行业地位分析

四、果菜汁及果菜汁饮料消费地域特征

五、果菜汁及果菜汁饮料行业竞争情况

六、果菜汁及果菜汁饮料行业发展前景

第四节 茶饮料及其他软饮料行业发展分析

一、茶饮料及其他软饮料行业发展规模

二、茶饮料及其他软饮料行业产销情况

三、茶饮料及其他软饮料行业地位分析

四、茶饮料及其他软饮料消费地域特征

五、茶饮料及其他软饮料行业竞争情况

六、茶饮料及其他软饮料行业发展前景

第五节 瓶(罐)装饮用水行业发展分析

一、瓶(罐)装饮用水行业发展规模

二、瓶(罐)装饮用水行业地位分析

三、瓶(罐)装饮用水行业竞争情况

四、瓶(罐)装饮用水消费地域特性

五、瓶(罐)装饮用水行业发展前景

第六节 含乳饮料和植物蛋白饮料行业发展分析

一、含乳饮料和植物蛋白饮料行业发展规模

二、含乳饮料和植物蛋白饮料行业产销情况

三、含乳饮料和植物蛋白饮料行业地位分析

四、含乳饮料和植物蛋白饮料行业竞争情况

五、含乳饮料和植物蛋白饮料消费地域特性

六、含乳饮料和植物蛋白饮料行业发展趋势

第七节 固体饮料行业发展分析

一、固体饮料行业发展规模

二、固体饮料行业产销情况

三、固体饮料行业地位分析

四、固体饮料行业竞争情况

五、固体饮料消费区域特性

六、固体饮料行业发展前景

第六章 中国软饮料行业市场营销分析

第一节 中国软饮料行业销售渠道分析

一、商超渠道

二、餐饮渠道

三、食杂店渠道

四、摊点渠道

五、自动售货机渠道

六、其他销售渠道

第二节 中国软饮料行业营销策略分析

一、产品策略

二、品牌形象策略

三、定价策略

四、促销策略

五、异业联合营销

第三节 中国软饮料行业营销案例分析

一、可口可乐营销案例分析

二、汇源营销案例分析

三、加多宝营销案例分析

四、美汁源营销分析

五、康师傅营销案例分析

第四部分 竞争格局分析

第七章 2024-2029年软饮料行业竞争形势分析

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、软饮料行业竞争结构分析

1、现有企业间竞争

2、潜在进入者分析

3、替代品威胁分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

6、竞争结构特点总结

二、软饮料行业swot分析

1、软饮料行业优势分析

2、软饮料行业劣势分析

3、软饮料行业机会分析

4、软饮料行业威胁分析

第二节 软饮料行业竞争格局分析

一、企业竞争格局分析

二、市场竞争格局分析

三、产品竞争格局分析

第三节 软饮料行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第八章 2024-2029年软饮料行业领先企业经营形势分析

第一节 可口可乐中国有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业最新发展动向分析

第二节 顶新国际集团有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业最新发展动向分析

第三节 华润怡宝饮料(中国)有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业最新发展动向分析

第四节 农夫山泉股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业最新发展动向分析

第五节 杭州娃哈哈集团有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业最新发展动向分析

第六节 加多宝(中国)饮料有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业最新发展动向分析

第七节 统一企业(中国)投资有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业最新发展动向分析

第八节 广州王老吉大健康产业有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业最新发展动向分析

第九节 百事食品(中国)有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业最新发展动向分析

第十节 北京汇源饮料食品集团有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业最新发展动向分析

第五部分 发展前景展望

第九章 中国软饮料行业发展趋势与前景分析

第一节 中国软饮料行业发展趋势分析

一、健康补水

二、肠道健康

三、成人化

四、“冷”成为热门之选

五、咸味和香料

六、添加风味

七、植物能量

第二节 中国软饮料行业发展前景分析

一、2024-2029年软饮料市场发展潜力

二、2024-2029年软饮料市场发展前景展望

三、2024-2029年软饮料细分行业发展前景分析

第三节 2024-2029年中国软饮料行业供需预测

一、2024-2029年中国软饮料企业数量预测

二、2024-2029年中国软饮料产量预测

三、2024-2029年中国软饮料销量预测

四、2024-2029年中国软饮料销售收入预测

五、2024-2029年中国软饮料行业供需平衡预测

第十章 2024-2029年软饮料行业投资机会与风险防范

第一节 软饮料行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

第二节 2024-2029年软饮料行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、软饮料行业投资机遇

第三节 2024-2029年软饮料行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

第四节 中国软饮料行业投资建议

一、软饮料行业未来发展方向

二、软饮料行业主要投资建议

三、中国软饮料企业融资分析

1、中国软饮料企业IPO融资分析

2、中国软饮料企业再融资分析

第六部分 发展战略研究

第十一章 软饮料行业发展战略研究

第一节 对中国软饮料品牌的战略思考

- 一、软饮料品牌的重要性
- 二、软饮料实施品牌战略的意义
- 三、软饮料企业品牌的现状分析
- 四、中国软饮料企业的品牌战略
- 五、软饮料品牌战略管理的策略

第二节 软饮料经营策略分析

- 一、软饮料市场细分策略
- 二、软饮料市场创新策略
- 三、品牌定位与品类规划
- 四、软饮料新产品差异化战略

第三节 软饮料行业投资战略研究

- 一、2019-2023年软饮料企业投资战略
- 二、2024-2029年软饮料行业投资战略
- 三、2024-2029年细分行业投资战略

第十二章 研究结论及投资建议

第一节 软饮料行业研究结论及建议

第二节 软饮料子行业研究结论及建议

第三节 中道泰和软饮料行业投资建议

- 一、行业发展策略建议
- 二、行业投资方向建议
- 三、行业投资方式建议

图表目录

图表：软饮料行业生命周期

图表：软饮料行业产业链结构

图表：2019-2023年全球软饮料行业市场规模

图表：2019-2023年中国软饮料行业市场规模

图表：2019-2023年软饮料行业重要数据指标比较

图表：2019-2023年中国软饮料市场占全球份额比较

图表：2019-2023年软饮料行业工业总产值

图表：2019-2023年软饮料行业销售收入

图表：2019-2023年软饮料行业利润总额

图表：2019-2023年软饮料行业资产总计

图表：2019-2023年软饮料行业负债总计

图表：2019-2023年软饮料行业竞争力分析

图表：2019-2023年软饮料市场价格走势

图表：2019-2023年软饮料行业主营业务收入

图表：2019-2023年软饮料行业产能分析

图表：2019-2023年软饮料行业产量分析

图表：2019-2023年软饮料行业需求分析

图表：2019-2023年软饮料行业进口数据

图表：2019-2023年软饮料行业出口数据

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/sc/20191011/140762.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)