

中国软饮料行业深度调研及前景趋势与投资发展战略研究报告(2024-2029版)

报告简介

软饮料行业是综合型行业，一般将酒精含量低于0.5%的天然的或人工配制的饮料规定为软饮料，即通常所谓的非酒精饮料，又称清凉饮料、无醇饮料。自20世纪80年代改革开放开始，国外的可口可乐和百事可乐、国内的天府可乐和健力宝共同掀起了国内的碳酸饮料浪潮，我国软饮料行业进入快速增长期。经过30余年的发展，我国软饮料行业已经形成了成熟的产业链和完整的加工生产配套体系。

中国是全球最大的软饮料市场之一。受城镇化进程加快、居民可支配收入增长以及消费升级等因素的推动，近年来中国软饮料市场持续增长。2019年中国软饮料市场规模达到9914亿元，从2014-2019年的复合年增长率为5.9%。软饮料主要分为十个种类分别为包装饮用水、蛋白饮料、果汁饮料、功能饮料、固体饮料、碳酸饮料、茶饮料、植物饮料、风味饮料和咖啡饮料。

2021年1-

12月，全国软饮料产量同比增长11.98%。其中，碳酸饮料类(汽水)产量同比增长18.22%，包装饮用水类产量同比增长9.13%，果汁和蔬菜汁饮料类产量同比增长11.16%。2021年1-

12月，饮料制造业营业收入同比增长13.53%。其中，碳酸饮料制造业同比增长19.17%，瓶(罐)装饮用水制造业同比增长12.18%，果菜汁及果菜汁饮料制造业同比增长13.90%，含乳饮料和植物蛋白饮料制造业同比增长10.93%，固体饮料制造业同比增长14.95%，茶饮料及其他软饮料制造业同比增长12.01%。

尽管2021年饮料市场经历了原材料上涨和疫情的冲击，但是还是实现了逆势增长，高速的增长彰显着行业发展的动力，风口已来，有望在未来十年内衍生出万亿市场。

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、国家海洋局、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，对我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、新产品与技术等进行了分析，并重点分析了我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，是软饮料生产、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

第一章 软饮料行业综述

第一节 软饮料概念

一、软饮料定义及分类

二、软饮料行业产业链简介

三、软饮料行业上游相关市场分析

- 1、水果行业发展分析
- 2、蔬菜行业发展分析
- 3、乳制品行业发展分析
- 4、食糖行业发展分析
- 5、食品添加剂行业发展分析
- 6、饮料包装行业发展分析
- 7、冷链物流行业发展分析

第二节 软饮料行业发展环境

- 一、行业政策规划
- 二、行业相关标准
- 三、宏观经济形势
- 四、行业社会环境
- 五、行业贸易环境

第二章 中国软饮料行业发展分析

第一节 中国软饮料行业发展分析

- 一、中国软饮料行业发展阶段
- 二、中国软饮料行业发展现状
- 三、中国软饮料行业发展特点
- 四、中国软饮料行业商业模式

第二节 中国软饮料行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、人员规模状况分析
- 三、行业资产规模分析
- 四、行业市场规模分析

第三节 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

第三章 中国软饮料行业整体运行指标分析

第一节 软饮料市场情况分析

- 一、中国软饮料市场总体概况
- 二、中国软饮料产品价格走势

第二节 中国软饮料市场供需分析

- 一、中国软饮料市场供给分析
- 二、中国软饮料市场需求分析
- 三、中国软饮料市场供需平衡分析

第三节 软饮料行业进出口市场分析

- 一、软饮料行业进出口综述
- 二、软饮料行业出口市场分析
- 三、软饮料行业进口市场分析
- 四、软饮料出口面临的挑战及展望

第四章 中国软饮料行业主要市场分析

第一节 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

第二节 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

第三节 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

第四节 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

第五节 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

第六节 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

第五章 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 中国软饮料行业品牌营销案例分析

一、可口可乐营销案例分析

二、东鹏特饮营销案例分析

三、元气森林营销案例分析

四、香飘飘营销分析

五、康师傅营销案例分析

第六章 软饮料行业重点区域市场分析

第一节 华北地区软饮料行业产销情况分析

一、北京市软饮料行业产销情况分析

二、天津市软饮料行业产销情况分析

三、河北省软饮料行业产销情况分析

四、山西省软饮料行业产销情况分析

五、内蒙古软饮料行业产销情况分析

第二节 华南地区软饮料行业产销情况分析

一、广东省软饮料行业产销情况分析

二、广西软饮料行业产销情况分析

三、海南省软饮料行业产销情况分析

第三节 华东地区软饮料行业产销情况分析

一、上海市软饮料行业产销情况分析

二、江苏省软饮料行业产销情况分析

三、浙江省软饮料行业产销情况分析

四、山东省软饮料行业产销情况分析

五、福建省软饮料行业产销情况分析

六、安徽省软饮料行业产销情况分析

七、江西省软饮料行业产销情况分析

第四节 华中地区软饮料行业产销情况分析

一、湖南省软饮料行业产销情况分析

二、湖北省软饮料行业产销情况分析

三、河南省软饮料行业产销情况分析

第五节 西南地区软饮料行业产销情况分析

一、重庆市软饮料行业产销情况分析

二、四川省软饮料行业产销情况分析

三、贵州省软饮料行业产销情况分析

四、云南省软饮料行业产销情况分析

第六节 东北地区软饮料行业产销情况分析

一、吉林省软饮料行业产销情况分析

二、辽宁省软饮料行业产销情况分析

三、黑龙江省软饮料行业产销情况分析

第七节 西北地区软饮料行业产销情况分析

一、陕西省软饮料行业产销情况分析

二、甘肃省软饮料行业产销情况分析

三、青海省软饮料行业产销情况分析

四、宁夏软饮料行业产销情况分析

五、新疆软饮料行业产销情况分析

第七章 中国软饮料行业竞争分析

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、软饮料行业集中度分析

- 1、市场集中度分析
- 2、企业集中度分析
- 3、区域集中度分析

三、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

四、软饮料子行业竞争状况分析

五、零糖饮料受追捧，百亿市场竞争不断激烈

第二节 中国软饮料行业竞争格局综述

- 一、中外软饮料市场竞争分析
- 二、中国软饮料市场竞争分析
- 三、中国软饮料行业竞争力分析
- 四、中国软饮料企业竞争力分析

第三节 软饮料市场竞争策略分析

第八章 中国软饮料行业领先企业经营分析

第一节 可口可乐(中国)投资有限公司

一、企业发展简介

二、企业产品结构

三、企业经营情况

四、企业销售渠道

五、企业品牌价值

六、企业竞争优势

七、企业产业布局

八、企业发展动态

第二节 百事食品(中国)有限公司

一、企业发展简介

二、企业产品结构

三、企业经营情况

四、企业销售渠道

五、企业品牌价值

六、企业竞争优势

七、企业产业布局

八、企业发展动态

第三节 康师傅控股有限公司

一、企业发展简介

二、企业产品结构

三、企业经营情况

四、企业销售渠道

五、企业品牌价值

六、企业竞争优势

七、企业产业布局

八、企业发展动态

第四节 杭州娃哈哈集团有限公司

一、企业发展简介

二、企业产品结构

三、企业经营情况

四、企业销售渠道

五、企业品牌价值

六、企业竞争优势

七、企业产业布局

八、企业发展动态

第五节 农夫山泉股份有限公司

一、企业发展简介

二、企业产品结构

三、企业经营情况

四、企业销售渠道

五、企业品牌价值

六、企业竞争优势

七、企业产业布局

八、企业发展动态

第六节 椰树集团有限公司

一、企业发展简介

二、企业产品结构

三、企业经营情况

四、企业销售渠道

五、企业品牌价值

六、企业竞争优势

七、企业产业布局

八、企业发展动态

第七节 东鹏饮料(集团)股份有限公司

一、企业发展简介

二、企业产品结构

三、企业经营情况

四、企业销售渠道

五、企业品牌价值

六、企业竞争优势

七、企业产业布局

八、企业发展动态

第八节 统一企业中国控股有限公司

一、企业发展简介

二、企业产品结构

三、企业经营情况

四、企业销售渠道

五、企业品牌价值

六、企业竞争优势

七、企业产业布局

八、企业发展动态

第九节 广州王老吉大健康产业有限公司

一、企业发展简介

二、企业产品结构

三、企业经营情况

四、企业销售渠道

五、企业品牌价值

六、企业竞争优势

七、企业产业布局

八、企业发展动态

第十节 广东健力宝股份有限公司

一、企业发展简介

二、企业产品结构

三、企业经营情况

四、企业销售渠道

五、企业品牌价值

六、企业竞争优势

七、企业产业布局

八、企业发展动态

第十一节 河北养元智汇饮品股份有限公司

一、企业发展简介

二、企业产品结构

三、企业经营情况

四、企业销售渠道

五、企业品牌价值

六、企业竞争优势

七、企业产业布局

八、企业发展动态

第十二节 天地壹号饮料股份有限公司

一、企业发展简介

二、企业产品结构

三、企业经营情况

四、企业销售渠道

五、企业品牌价值

六、企业竞争优势

七、企业产业布局

八、企业发展动态

第十三节 达能(中国)食品饮料有限公司

一、企业发展简介

二、企业产品结构

三、企业经营情况

四、企业销售渠道

五、企业品牌价值

六、企业竞争优势

七、企业产业布局

八、企业发展动态

第十四节 元气森林(北京)食品科技集团有限公司

一、企业发展简介

二、企业产品结构

三、企业经营情况

四、企业销售渠道

五、企业品牌价值

六、企业竞争优势

七、企业产业布局

八、企业发展动态

第十五节 承德露露股份公司

一、企业发展简介

二、企业产品结构

三、企业经营情况

四、企业销售渠道

五、企业品牌价值

六、企业竞争优势

七、企业产业布局

八、企业发展动态

第九章 2024-2029年软饮料行业前景及趋势预测

第一节 2024-2029年软饮料行业发展的影响因素

一、有利因素

二、不利因素

第二节 2024-2029年软饮料市场发展前景

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

三、2024-2029年软饮料行业发展趋势

第三节 2024-2029年中国软饮料行业发展预测

一、2024-2029年中国软饮料市场规模预测

二、2024-2029年中国软饮料行业供给预测

三、2024-2029年中国软饮料行业需求预测

第四节 2024-2029年“互联网+”软饮料行业机会分析

一、“互联网+”软饮料软饮料发展优势分析

1、树立品牌

2、拓展渠道

3、去产能化

二、“互联网+”软饮料行业机遇分析

三、“互联网+”软饮料行业投资方向

四、“互联网+”软饮料发展策略总结

第五节 中国软饮料行业存在的问题及对策

一、软饮料行业存在的问题

二、软饮料行业发展的对策

第十章 2024-2029年软饮料行业投资分析

第一节 软饮料行业投资特性分析

一、软饮料行业进入壁垒分析

二、软饮料行业盈利因素分析

三、软饮料行业盈利模式分析

第二节 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

四、行业投资现状分析

第三节 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

第四节 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

第五节 中国软饮料行业投资建议

- 一、软饮料行业主要投资建议
- 二、中国软饮料企业融资分析

第十一章 软饮料行业发展战略研究

第一节 软饮料行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 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

第三节 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

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年软饮料行业主营业务收入

图表：2019-2023年软饮料行业主营业务成本

图表：2019-2023年软饮料产品产销情况

图表：2019-2023年中国软饮料行业盈利能力分析

图表：2019-2023年中国软饮料行业运营能力分析

图表：2019-2023年中国软饮料行业偿债能力分析

图表：2019-2023年中国软饮料行业发展能力分析

图表：2019-2023年软饮料行业主要经济指标统计表

图表：2019-2023年中国规模以上饮料行业企业总数量

图表：2019-2023年中国规模以上饮料制造企业业收入

图表：2024-2029年中国软饮料市场规模变化趋势预测

图表：2024-2029年全国软饮料产量变化预测

图表：2024-2029年中国碳酸饮料行业发展规模预测

图表：2024-2029年碳酸饮料制造业产值预测

图表：2024-2029年茶饮料行业产值预测

图表：2024-2029年果蔬饮料行业产值预测

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/baogao/20220803/278267.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)