# 中国软饮料行业市场发展现状及前景趋势与投资分析研究报告(2026-2031版)

**报告简介**

软饮料的主要原料是饮用水或矿泉水，果汁、蔬菜汁或植物的根、茎、叶、花和果实的抽提液。有的含甜味剂、酸味剂、香精、香料、食用色素、乳化剂、起泡剂、稳定剂和防腐剂等食品添加剂。其基本化学成分是水分、碳水化合物和风味物质，有些软饮料还含维生素和矿物质。软饮料的品种很多。

按原料和加工工艺分为碳酸饮料、果汁及其饮料、蔬菜汁及其饮料、植物蛋白质饮料、植物抽提液饮料、乳酸饮料、矿泉水和固体饮料8类;按性质和饮用对象分为特种用途饮料、保健饮料、餐桌饮料和大众饮料4类。世界各国通常采用第一种分类方法。但在美国、英国等国家，软饮料不包括果汁和蔬菜汁。

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、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、全国及海外相关报刊杂志的基础信息以及软饮料行业研究单位等公布和提供的大量资料。报告对我国软饮料行业的供需状况、发展现状、子行业发展变化等进行了分析，重点分析了国内外软饮料行业的发展现状、如何面对行业的发展挑战、行业的发展建议、行业竞争力，以及行业的投资分析和趋势预测等等。报告还综合了软饮料行业的整体发展动态，对行业在产品方面提供了参考建议和具体解决办法。报告对于软饮料产品生产企业、经销商、行业管理部门以及拟进入该行业的投资者具有重要的参考价值，对于研究我国软饮料行业发展规律、提高企业的运营效率、促进企业的发展壮大有学术和实践的双重意义。

本报告也可以用于专精特新“小巨人”申请申报。

**报告目录**

**第一章 软饮料相关概述**

第一节 饮料和软饮料

一、 饮料的定义

二、 软饮料的定义及分类

第二节 软饮料细分产品介绍

一、 碳酸饮料

二、 果汁(浆)及果汁饮料

三、 蔬菜汁及蔬菜汁饮料

四、 乳饮料

五、 植物蛋白饮料

六、 瓶装饮用水

七、 茶饮料

八、 固体饮料

九、 特殊用途饮料

十、 其它饮料

**第二章 2021-2026年国际软饮料市场分析**

第一节 2021-2026年全球软饮料市场发展概况

一、 全球软饮料市场缓慢复苏

二、 全球软饮料市场发展现状

三、 全球麦芽饮料市场平稳增长

第二节 欧盟

一、 欧盟软饮料行业的政策动态

二、 英国果汁饮料市场简况

三、 英国碳酸饮料市场发展形势

四、 法国对软饮料征税引起市场提价

五、 爱尔兰饮料价格居欧盟高位

第三节 俄罗斯

一、 俄罗斯软饮料市场发展现状及前景

二、 俄罗斯软饮料市场消费结构分析

三、 俄罗斯果汁饮料市场发展状况

四、 俄罗斯能量饮料市场销量趋势

第四节 其它国家或地区

一、 美国软饮料市场格局发生巨变

二、 美国多地区拟对软饮料征税

三、 日本软饮料市场企业格局分析

四、 印度软饮料市场发展态势剖析

五、 巴西软饮料产品呈加速增长态势

**第三章 2021-2026年中国软饮料行业分析**

第一节 2021-2026年中国软饮料行业发展概况

一、 我国软饮料行业的发展特征

二、 软饮料市场总规模及细分占比情况

三、 软饮料行业产销量呈高速增长态势

四、 中国软饮料市场品牌格局分析

五、 中国软饮料行业资本市场动态分析

第二节 2021-2026年软饮料行业市场消费状况分析

一、 软饮料市场消费特征分析

二、 软饮料市场消费结构分析

三、 软饮料市场消费变化分析

四、 软饮料消费市场掀起混搭风潮

五、 软饮料市场消费方向分析

第三节 中国软饮料市场消费者购买行为分析

一、 消费者购买意愿和品牌爱好

二、 消费者选择软饮料关注的因素

三、 软饮料消费者的购买习惯

第四节 中国软饮料市场消费者满意度状况

一、 各品牌软饮料满意度排序

二、 软饮料质量成消费者关注核心

三、 健康性成软饮料发展主流方向

四、 包装对软饮料消费的影响状况

第五节 中国软饮料行业面临的挑战及对策

一、 中国饮料企业将面临八大考验

二、 饮料企业品牌竞争的应对策略

三、 中国饮料企业攻克技术壁垒的途径

四、 软饮料企业抢占市场创新是关键

**第四章 2021-2026年茶饮料行业市场分析**

第一节 茶饮料市场总体分析

一、 中国茶饮料市场发展综述

二、 我国茶饮料市场发展特点

三、 茶饮料市场消费者需求特征

四、 中国凉茶饮料市场发展迅猛

第二节 2021-2026年茶饮料市场发展分析

一、 茶饮料市场发展特点分析

二、 茶饮料市场价格走势

三、 两外资巨头终止在华茶饮料合作

四、2021-2026年茶饮料市场发展态势

五、 2021-2026年茶饮料市场发展动态

第三节 中国茶饮料市场的问题与对策分析

一、 中国茶饮料产业面临的主要问题

二、 中国茶饮料市场存在的不规范现象

三、 茶饮料工业生产的问题与对策分析

四、 中国茶饮料品牌的营销策略探讨

五、 中国茶饮料行业的竞争战略研究

六、 中小企业茶饮料市场投资要点

第四节 茶饮料行业发展前景及趋势

一、 茶饮料市场的发展趋势

二、 无糖茶饮料市场发展前景乐观

三、 中草药保健茶未来发展前景广阔

**第五章 2021-2026年果汁饮料行业市场分析**

第一节 2021-2026年果汁饮料市场分析

一、 中国果汁饮料市场发展概况

二、 我国果汁饮料市场新品纷呈

三、 中国果汁和蔬菜汁饮料的生产状况

四、 国家提高果汁饮料行业准入门槛

五、 果汁饮料企业主打创新牌

六、 国内首款清真果汁饮料上市

第二节 2021-2026年中国果汁市场竞争分析

一、 我国果汁饮料业整体竞争格局

二、 果汁饮料外资品牌的发展及竞争态势

三、 果汁饮料品牌受欢迎程度比较

四、 中国果汁饮料行业竞争形势严峻

第三节 果汁饮料行业存在的问题与对策

一、 中国果汁饮料行业面临的主要问题

二、 促进我国果汁饮料工业快速发展的建议

三、 传统果汁饮料企业销售增长的路径选择

四、 果汁饮料进入餐饮渠道的策略分析

第四节 果汁饮料行业的发展前景与趋势

一、 我国果汁饮料市场发展潜力巨大

二、 果汁饮料市场的发展趋势

三、 果汁饮料行业未来发展热点

**第六章 2021-2026年果醋饮料行业市场分析**

第一节 2021-2026年中国果醋饮料市场概况

一、 果醋的功效介绍

二、 果醋饮料行业逐步摆脱困境渐入佳境

三、 果醋饮料市场发展迅猛格局初现

四、 透视苹果醋饮料国标对果醋市场的影响

五、 果醋饮料市场消费者行为分析

六、 果醋饮料市场发展中的主要问题分析

第二节 果醋饮料的市场定位与营销分析

一、 果醋饮料需要明确的市场定位

二、 果醋饮料市场营销面临的主要问题

三、 果醋饮料的市场营销方案规划

四、 果醋饮料的创新营销与关联定位策略探讨

第三节 我国果醋企业发展崛起的策略

一、 果醋企业需锁定目标消费群体

二、 企业需明确果醋的产品定位

三、 企业需打造一个强势产品

四、 企业需有次序进行渠道拓展

五、 果醋企业需彰显品牌价值

六、 企业间联手做大果醋品类市场

**第七章 2021-2026年功能饮料行业市场分析**

第一节 功能饮料的相关概述

一、 功能饮料的简介

二、 功能饮料成分分类法

三、 运动饮料的概念及特点

四、 功能饮料的选择与饮用

第二节 2021-2026年国际功能饮料行业发展概况

一、 国际功能饮料开发状况

二、 国际知名功能饮料品牌介绍

三、 欧美功能饮料市场的发展状况

四、 美国市场出现新型功能饮料

第三节 中国功能饮料行业发展综述

一、 我国功能饮料行业的发展阶段

二、 我国功能饮料行业的发展总况

三、 中国功能饮料行业的基本特征

四、 运动饮料新国标推动功能饮料发展

第四节 2021-2026年中国功能饮料市场分析

一、 国内外饮料巨头挥师进军功能饮料市场

二、 中国功能饮料市场竞争现状透析

三、 国际功能性饮料进军中国市场

四、 国内功能饮料市场态势分析

五、 国内功能饮料市场动态分析

第五节 中国功能饮料市场发展的问题

一、 阻碍功能饮料发展的因素分析

二、 国内功能饮料市场监管存在缺失

三、 功能饮料市场面临三大挑战

第六节 中国功能饮料市场的发展策略

一、 功能性饮料发展须众强联合

二、 功能饮料的成功策略分析

三、 功能饮料的创新策略分析

四、 功能饮料的长销策略探索

第七节 功能饮料市场的发展前景预测

一、 大健康产业为功能饮料发展提供契机

二、 中国功能性饮料市场增长潜力分析

三、 植物功能性饮料未来发展空间广阔

四、 芦荟饮料或成功能饮料开发新方向

**第八章 2021-2026年含乳饮料行业市场分析**

第一节 含乳饮料相关概念

一、 含乳饮料定义

二、 各类含乳饮料

三、 营养强化乳饮料

第二节 2021-2026年含乳饮料市场发展概况

一、 我国含乳饮料行业发展综述

二、 我国乳饮料市场新品层出不穷

三、 我国含乳饮料市场争议不断

四、 国内大型农牧企业试水乳饮行业

五、 我国乳饮料产业发展中的主要问题

六、 主要含乳饮料产品及其营销概况

七、 含乳饮料的市场定位与品牌塑造策略

第三节 果乳饮料

一、 果粒酸乳饮料成市场热点

二、 果汁乳饮料稳定性控制方法

三、 外资巨头联手抢攻中国果乳饮料市场

四、 果乳饮料市场未来发展分析

第四节 乳酸菌饮料

一、 乳酸菌饮料快速拓展饮品市场

二、 亚太地区乳酸菌饮料市场简况

三、 乳酸菌饮料市场格局分析

四、 乳酸菌饮料市场竞争态势

第五节 含乳饮料市场的发展趋势分析

一、 国外含乳饮料的流行趋势

二、 我国乳饮料行业的发展趋势

三、 未来乳饮料的发展方向预测

**第九章 2021-2026年饮用水行业市场分析**

第一节 饮用水行业政策环境分析

一、 国外饮用水水质标准介绍

二、 中国饮用水相关卫生标准的发展

三、 两大饮用水新国标相继出台

四、 生活饮用水新国标全面实施

第二节 2021-2026年饮用水行业发展概况

一、 中国饮用水行业发展历程

二、 中国饮用水行业步入成熟阶段

三、 中国饮用水行业的发展态势分析

四、 我国农村饮用水发展步入黄金期

五、 饮用水新国标带来的投资机会分析

第三节 2021-2026年饮用水市场竞争分析

一、 中国瓶装水市场竞争形态剖析

二、 体育营销成为饮用水行业竞争焦点

三、 高端饮用水市场竞争状况分析

四、 云南省饮用水市场格局剖析

五、 深圳饮用水企业积极向外扩张

第四节 饮用水行业存在的问题及对策

一、 中国饮用水行业安全问题严峻

二、 包装饮用水行业面临的主要挑战

三、 饮用水销售渠道开拓策略分析

第五节 饮用水市场的发展趋势

一、 高端饮用水行业发展前景光明

二、 中国瓶装饮用水行业发展趋势分析

三、 我国瓶装水市场的发展方向分析

**第十章 2021-2026年碳酸饮料行业市场分析**

第一节 碳酸饮料的相关介绍

一、 碳酸饮料的定义

二、 碳酸饮料的分类

三、 碳酸饮料的利与弊

第二节 2021-2026年碳酸饮料市场发展概况

一、 南美洲部分国家碳酸饮料消费状况

二、 年我国碳酸饮料生产状况

三、 美国碳酸饮料消费状况

四、 我国碳酸饮料市场价格动态

五、 我国碳酸饮料市场分析

六、 中国碳酸饮料市场份额呈下滑态势

第三节 碳酸饮料市场竞争分析

一、 “两乐”在中国市场的业绩比较

二、 “两乐”在中国碳酸饮料市场的竞争

三、 碳酸饮料市场中外品牌的营销对垒

第四节 碳酸饮料行业发展对策及趋势

一、 本土碳酸饮料企业发展路径选择

二、 碳酸饮料市场消费潜力较大

三、 碳酸饮料将向健康化方向发展

**第十一章 2021-2026年软饮料产品所属行业产量数据分析**

第一节 2021-2026年中国软饮料产量数据分析

一、 2021-2026年全国软饮料产量趋势

二、 2021-2026年全国软饮料产量情况

三、 2021-2026年全国软饮料产量情况

四、 2021-2026年软饮料产量分布情况

五、 2021-2026年全国软饮料产量情况

第二节 2021-2026年中国软碳酸饮料类(汽水)产量数据分析

一、 2021-2026年全国软碳酸饮料类(汽水)产量趋势

二、 2021-2026年全国软碳酸饮料类(汽水)产量情况

三、 2021-2026年全国软碳酸饮料类(汽水)产量情况

四、 2021-2026年软碳酸饮料类(汽水)产量分布情况

五、 2021-2026年全国软碳酸饮料类(汽水)产量情况

第三节 2021-2026年中国果汁蔬菜汁饮料类产量数据分析

一、 2021-2026年全国果汁蔬菜汁饮料类产量趋势

二、 2021-2026年全国果汁蔬菜汁饮料类产量情况

三、 2021-2026年全国果汁蔬菜汁饮料类产量情况

四、 2021-2026年果汁蔬菜汁饮料类产量分布情况

五、 2021-2026年全国果汁蔬菜汁饮料类产量情况

第四节 2021-2026年中国包装饮用水类产量数据分析

一、 2021-2026年全国包装饮用水类产量趋势

二、 2021-2026年全国包装饮用水类产量情况

三、 2021-2026年全国包装饮用水类产量情况

四、 2021-2026年全国包装饮用水类产量分布情况

五、 2021-2026年全国包装饮用水类产量情况

第四节 2021-2026年中国液体乳产量数据分析

一、 2021-2026年全国液体乳产量趋势

二、 2021-2026年全国液体乳产量情况

三、 2021-2026年全国液体乳产量情况

四、 2021-2026年全国液体乳产量分布情况

五、 2021-2026年全国液体乳产量情况

**第十二章 软饮料行业重点企业分析**

第一节 杭州娃哈哈集团有限公司

(1)企业发展简况分析

(2)企业资质荣誉分析

(3)企业经营业务分析

(4)企业经营情况分析

(5)企业最新发展动向分析

第二节 统一企业中国控股有限公司

(1)企业发展简况分析

(2)企业资质荣誉分析

(3)企业经营业务分析

(4)企业经营情况分析

(5)企业最新发展动向分析

第三节 康师傅控股有限公司

(1)企业发展简况分析

(2)企业资质荣誉分析

(3)企业经营业务分析

(4)企业经营情况分析

(5)企业最新发展动向分析

第四节 北京汇源饮料食品集团有限公司

(1)企业发展简况分析

(2)企业资质荣誉分析

(3)企业经营业务分析

(4)企业经营情况分析

(5)企业最新发展动向分析

第五节 河北承德露露股份有限公司

(1)企业发展简况分析

(2)企业资质荣誉分析

(3)企业经营业务分析

(4)企业经营情况分析

(5)企业最新发展动向分析

第六节 加多宝集团

(1)企业发展简况分析

(2)企业资质荣誉分析

(3)企业经营业务分析

(4)企业经营情况分析

(5)企业最新发展动向分析

第七节 红牛维他命饮料有限公司

(1)企业发展简况分析

(2)企业资质荣誉分析

(3)企业经营业务分析

(4)企业经营情况分析

(5)企业最新发展动向分析

**第十三章 2021-2026年软饮料业营销分析**

第一节 营销渠道概述

一、 营销渠道的概念、类型与动态

二、 营销渠道的发展阶段

三、 营销渠道的策划分析

第二节 2021-2026年软饮料市场营销状况分析

一、 软饮料业践行大平台大营销策略

二、 饮料行业寻求营销模式创新

三、 软饮料企业豪赌广告营销

四、 饮料企业品牌营销运作存在的问题及对策

五、 饮料行业的营销策略探讨

第三节 软饮料市场的差异化营销策略分析

一、 产品差异化策略分析

二、 品牌形象差异化策略分析

三、 促销差异化策略分析

四、 中国软饮料市场差异化营销策略的误区与风险

五、 中国软饮料市场差异化营销策略的建议

第四节 案例分析

一、 可口可乐的营销武器

二、 百事可乐在中国的营销

三、 蒙牛的营销策划

四、 农夫果园的差异化营销策略分析

五、 康师傅茶饮料的营销策略

**第十四章 2021-2026年软饮料业竞争分析**

第一节 软饮料行业竞争力分析

一、 现有竞争者之间的竞争

二、 潜在进入者

三、 替代品的威胁

四、 供应商议价能力

五、 需求客户议价能力

第二节 软饮料竞争市场的基本结构

一、 市场集中度

二、 行业竞争程度

三、 进入和退出壁垒

第三节 2021-2026年软饮料行业竞争状况分析

一、 中国软饮料行业竞争规则简析

二、 我国软饮料行业企业竞争格局分析

三、 2021-2026年我国软饮料业竞争特点

四、 2021-2026年我国软饮料业竞争分析

五、 2021-2026年我国软饮料业竞争动态

第四节 中国软饮料业竞争策略与趋势

一、 我国软饮料行业竞争策略分析

二、 “十四五”软饮料行业竞争格局展望

三、 未来竞争和发展的五大关键主题

**第十五章 2026-2031年中国软饮料业投资分析及前景展望**

第一节 中国软饮料行业swot分析

一、 优势/机会点

二、 劣势/威胁点

第二节 投资风险

一、 宏观经济波动风险

二、 政策风险

三、 技术风险

四、 供求结构风险

五、 区域风险

六、 产品结构风险

七、 生产规模及所有制风险

第三节 投资策略与建议

一、 充分发挥资源优势进行产品创新

二、 软饮料产品开发思路

三、 软饮料品牌的培养与经营

四、 产品开发投资方向

第四节 软饮料市场前景分析

一、 中国软饮料市场的投资潜力剖析

二、 中国软饮料行业的主要发展趋势

三、 未来中国软饮料业将步入重构时期

四、 我国西部软饮料市场增长潜力巨大

第五节 2026-2031年中国软饮料制造业预测分析

一、 影响中国软饮料行业发展因素分析

二、 2026-2031年中国软饮料制造行业产品销售收入预测

三、 2026-2031年中国软饮料制造业累计利润总额预测

四、 2026-2031年中国软饮料制造行业工业总产值预测

五、 2026-2031年中国软饮料制造行业产量预测

**图表目录**

图表：2021-2026年中国gdp总量及增长趋势图

图表：2021-2026年中国三产业增加值结构图

图表：2021-2026年中国cpi、ppi月度走势图

图表：2021-2026年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2021-2026年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：2021-2026年人民币汇率中间价对照表

图表：2021-2026年中国货币供应量统计表 单位：亿元

图表：2021-2026年中国货币供应量月度增速走势图

图表：2021-2026年中国外汇储备走势图

图表：2021-2026年中国外汇储备及增速变化图

图表：2021-2026年中国人民币利率调整表

图表：我国历年存款准备金率调整情况统计表

图表：2021-2026年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表：2021-2026年我国总人口数量增长趋势图

图表：2021-2026年人口数量及其构成

图表：2021-2026年我国普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数走势图

图表：2021-2026年我国广播和电视节目综合人口覆盖率走势图

图表：2021-2026年中国城镇化率走势图

图表：2021-2026年软饮料行业生产总量

图表：2021-2026年软饮料行业产能

图表：2026-2031年软饮料行业生产总量预测

图表：2021-2026年软饮料行业市场容量

图表：2026-2031年软饮料行业市场容量预测

图表：2021-2026年中国软饮料进口数量分析

图表：2021-2026年中国软饮料进口金额分析

图表：2021-2026年中国软饮料出口数量分析

图表：2021-2026年中国软饮料出口金额分析

图表：2021-2026年中国软饮料进出口平均单价分析

图表：2021-2026年中国软饮料进口国家及地区分析

图表：2021-2026年中国软饮料出口国家及地区分析

图表：2021-2026年软饮料行业销售毛利率

图表：2021-2026年软饮料行业销售利润率

图表：2021-2026年软饮料行业总资产利润率

图表：2021-2026年软饮料行业净资产利润率

图表：2021-2026年软饮料行业产值利税率

把握投资 决策经营！

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

报告编号：1540530

本文地址：https://www.51baogao.cn/baogao/20241125/1540530.shtml

在线订购：点击这里