

2022-2028年中国软饮料产业 发展现状与发展前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2022-2028年中国软饮料产业发展现状与发展前景预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202201/265722.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

软饮料 (soft drink)：酒精含量低于0.5%(质量比)的天然的或人工配制的饮料。又称清凉饮料、无醇饮料。所含酒精限指溶解香精、香料、色素等用的乙醇溶剂或乳酸饮料生产过程的副产物。

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。

2018年中国软饮料产量超过五百万吨的省份有12个，超过千万吨的有广东、四川两个省份，其中广东省以总产量2960.43万吨排在首位，占据全国总产量18.88%的市场份额，主要有百岁山、东鹏特饮、优乐美等软饮料品牌，其次为四川省1625.80万吨，拥有竹叶青、新希望乳业、叙府、冰川时代等软饮料品牌。2018年中国软饮料产量超五百万吨的省份

2013-2018年中国软饮料产量情况

中企顾问网发布的《2022-2028年中国软饮料产业发展现状与发展前景预测报告》共十四章。首先介绍了中国软饮料行业市场发展环境、软饮料整体运行态势等，接着分析了中国软饮料行业市场运行的现状，然后介绍了软饮料市场竞争格局。随后，报告对软饮料做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国软饮料行业发展趋势与投资预测。您若想对软饮料产业有个系统的了解或者想投资中国软饮料行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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：

第一章 软饮料行业相关概述

1.1 软饮料的概念

1.1.1 软饮料的定义

1.1.2 软饮料的特点

1.2 软饮料的分类

1.2.1 按原料和加工工艺分类

1.2.2 按性质和饮用对象分类

1.3 软饮料的营养价值

1.4 软饮料行业工艺

1.4.1 果汁和蔬菜汁加工工艺

1.4.2 碳酸饮料加工工艺

1.4.3 可乐型饮料加工工艺

1.4.4 乳酸饮料加工工艺

1.4.5 矿泉水加工工艺

1.4.5 其他软饮料加工工艺

第二章 2015-2019年中国软饮料行业发展环境分析

2.1 中国软饮料行业经济发展环境分析

2.1.1 中国GDP增长情况分析

2.1.2 工业经济发展形势分析

2.1.3 全社会固定资产投资分析

2.1.4 城乡居民收入与消费分析

2.1.5 社会消费品零售总额分析

2.1.6 对外贸易的发展形势分析

2.2 中国软饮料行业政策环境分析

2.2.1 行业监管部门及管理体制

2.2.2 产业相

关政策分析2.2.3 上下游产业政策影响2.2.4 进出口政策影响分析2.3 中国软饮料行业技术环境分析2.3.1 行业周期分析2.3.2 行业技术水平分析2.3.3 行业技术特点分析2.3.4 行业技术动态分析 第三章 全球软饮料所属行业发展分析3.1 2019年全球软饮料市场分析3.1.1 2019年全球软饮料市场回顾3.1.2 2019年全球软饮料市场环境3.1.3 2019年全球软饮料销售分析3.1.4 2019年全球软饮料市场规模3.2 部分国家地区软饮料行业发展状况3.2.1 2015-2019年美国软饮料行业发展分析3.2.2 2015-2019年欧洲软饮料行业发展分析3.2.3 2015-2019年日本软饮料行业发展分析3.2.4 2015-2019年韩国软饮料行业发展分析 第四章 我国软饮料所属行业发展现状4.1 我国软饮料行业发展现状我国软饮料产量向优势地区进一步集中，2018年中国软饮料前5省产量集中度为45.17%，较2017年44.68%提高0.5个百分点。2017-2018年中国软饮料前5省产量对比情况4.1.1 软饮料行业品牌发展现状4.1.2 软饮料行业消费市场现状4.1.3 软饮料市场消费层次分析4.1.4 我国软饮料市场走向分析4.2 我国软饮料行业发展状况4.2.1 2019年中国软饮料行业发展回顾4.2.2 2019年软饮料行业发展情况分析4.2.3 2019年我国软饮料市场特点分析4.2.4 2022-2028年我国软饮料市场发展分析4.3 中国软饮料行业供需分析4.3.1 2019年中国软饮料市场供给总量分析4.3.2 2019年中国软饮料市场供给结构分析4.3.3 2022-2028年中国软饮料市场供需平衡分析 第五章 2015-2019年中国软饮料所属行业进出口指标分析5.1 中国软饮料所属行业进出口市场分析5.1.1 中国软饮料行业进出口综述1、中国软饮料进出口的特点分析2、中国软饮料进出口地区分布状况3、中国软饮料进出口的贸易方式及经营企业分析4、中国软饮料进出口政策与国际化经营5.1.2 中国软饮料所属行业出口市场分析1、2015-2019年行业出口整体情况2、2015-2019年行业出口总额分析3、2015-2019年行业出口结构分析5.1.3 中国软饮料所属行业进口市场分析1、2015-2019年行业进口整体情况2、2015-2019年行业进口总额分析3、2015-2019年行业进口结构分析5.2 中国软饮料进出口面临的挑战及对策5.2.1 中国软饮料进出口面临的挑战及对策1、软饮料进出口面临的挑战2、软饮料进出口策略分析5.2.2 中国软饮料所属行业进出口前景及建议1、软饮料进口前景及建议2、软饮料出口前景及建议 第六章 中国软饮料消费市场分析6.1 软饮料行业产品目标客户群体调查6.1.1 不同收入水平消费者偏好调查6.1.2 不同年龄的消费者偏好调查6.1.3 不同地区的消费者偏好调查6.2 软饮料市场消费需求分析6.2.1 软饮料市场的消费需求变化6.2.2 软饮料行业的需求情况分析6.2.3 2019年软饮料品牌市场消费需求分析6.3 软饮料消费市场状况分析6.3.1 软饮料行业消费特点6.3.2 软饮料消费者分析6.3.3 软饮料消费结构分析6.3.4 软饮料消费的市场变化6.3.5 软饮料市场的消费方向6.4 软饮料行业产品的品牌市场调查6.4.1 消费者对行业品牌认知度宏观调查6.4.2 消费者对行业产品的品牌偏好调查6.4.3 消费者对行业品牌的首要认知渠道6.4.4 消费者经常购买的品牌调查6.4.5 软饮料行业品牌忠诚度调查6.4.6 软饮料行业品牌市场占有率调查6.4.7 消费者的消费理念调研 第七章 中国软饮料行业细分市场分析7.1 果汁饮料行业分析7.1.1 果汁饮料行业分析7.1.2 2019年果汁饮料产销分析7.1.3 2022-2028年果汁饮料市

市场规模预测7.1.4 2022-2028年果汁饮料发展趋势预测7.2 瓶装饮用水行业分析7.2.1 瓶装饮用水市场分析7.2.2 2019年瓶装饮用水产量分析7.2.3 2022-2028年瓶装饮用水销量预测7.2.4 2022-2028年瓶装饮用水发展趋势预测7.3 茶饮料行业分析7.3.1 茶饮料行业分析7.3.2 2019年茶饮料市场分析7.3.3 2019年茶饮料市场发展潜力分析7.3.4 2022-2028年茶饮料发展趋势预测7.4 碳酸饮料行业分析7.4.1 碳酸饮料行业发展现状7.4.2 碳酸饮料市场挑战与机会分析7.4.3 2019年碳酸饮料产量分析7.4.4 2022-2028年碳酸饮料发展趋势预测7.5 植物蛋白饮料行业分析7.5.1 植物蛋白饮料市场分析7.5.2 植物蛋白饮料市场规模分析7.5.3 2022-2028年植物蛋白饮料发展潜力分析7.5.4 2022-2028年植物蛋白饮料发展趋势预测7.6 含乳饮料行业分析7.6.1 含乳饮料市场分析7.6.2 含乳饮料品牌分析7.6.3 2019年含乳饮料发展问题分析7.6.4 2022-2028年含乳饮料发展趋势预测7.7 功能饮料行业分析7.7.1 功能性饮料市场分析7.7.2 功能饮料发展面临的问题分析7.7.3 功能饮料市场前景分析7.7.4 2022-2028年功能饮料发展趋势预测7.6 建议7.6.1 细分市场研究结论7.6.2 细分市场建议 第八章 中国软饮料行业上、下游产业链分析8.1 软饮料行业产业链概述8.1.1 产业链定义8.1.2 软饮料行业产业链8.2 软饮料行业主要上游产业发展分析8.2.1 上游产业发展现状8.2.2 上游产业供给分析8.2.3 上游供给价格分析8.2.4 主要供给企业分析8.3 软饮料行业主要下游产业发展分析8.3.1 下游（应用行业）产业发展现状8.3.2 下游（应用行业）产业需求分析8.3.3 下游（应用行业）主要需求企业分析8.3.4 下游（应用行业）最具前景产品/行业分析 第九章 中国软饮料行业市场竞争格局分析9.1 软饮料行业集中度分析9.1.1 软饮料市场集中度分析9.1.2 软饮料企业集中度分析9.1.3 软饮料区域集中度分析9.2 软饮料行业主要企业竞争力分析9.2.1 重点企业资产总计对比分析9.2.2 重点企业从业人员对比分析9.2.3 重点企业全年营业收入对比分析9.2.4 重点企业利润总额对比分析9.2.5 重点企业综合竞争力对比分析9.3 软饮料行业竞争格局分析9.3.1 软饮料行业竞争格局分析9.3.2 2015-2019年我国软饮料市场竞争力分析9.3.3 2022-2028年国内主要软饮料企业动向 第十章 中国软饮料行业领先企业竞争力分析10.1 可口可乐公司10.1.1 企业发展基本情况10.1.2 企业主要产品分析10.1.3 企业竞争优势分析10.1.4 企业经营状况分析10.2 百事可乐公司10.2.1 企业发展基本情况10.2.2 企业主要产品分析10.2.3 企业竞争优势分析10.2.4 企业经营状况分析10.3 台湾统一企业集团10.3.1 企业发展基本情况10.3.2 企业主要产品分析10.3.3 企业竞争优势分析10.3.4 企业经营状况分析10.4 台湾顶新集团10.4.1 企业发展基本情况10.4.2 企业主要产品分析10.4.3 企业竞争优势分析10.4.4 企业经营状况分析10.5 北京汇源饮料食品有限公司10.5.1 企业发展基本情况10.5.2 企业主要产品分析10.5.3 企业竞争优势分析10.5.4 企业经营状况分析10.6 娃哈哈集团10.6.1 企业发展基本情况10.6.2 企业主要产品分析10.6.3 企业竞争优势分析10.6.4 企业经营状况分析 第十一章 软饮料行业发展趋势分析11.1 2022-2028年中国软饮料市场趋势分析11.1.1 2015-2019年我国软饮料市场趋势总结11.1.2 2022-2028年我国软饮料发展趋势分析11.2 2022-2028年中国软饮料市场发展趋势预测11.2.1

2022-2028年软饮料产品技术趋势分析11.2.2 2022-2028年软饮料产品价格趋势分析11.3 2022-2028年中国软饮料行业供需预测11.3.1 2022-2028年中国软饮料供给预测11.3.2 2022-2028年中国软饮料需求预测11.3.3 2022-2028年中国软饮料价格预测11.4 2022-2028年软饮料行业规划建议11.4.1 软饮料行业“十三五”整体规划11.4.2 软饮料行业“十三五”规划预测11.4.3 2022-2028年软饮料行业规划建议 第十二章 软饮料行业投资风险预警12.1 影响软饮料行业发展的主要因素12.1.1 2022-2028年影响软饮料行业运行的有利因素12.1.2 2022-2028年影响软饮料行业运行的稳定因素12.1.3 2022-2028年影响软饮料行业运行的不利因素12.1.4 2022-2028年我国软饮料行业发展面临的挑战12.1.5 2022-2028年我国软饮料行业发展面临的机遇12.2 软饮料行业投资风险预警12.2.1 2022-2028年软饮料行业市场风险预测12.2.2 2022-2028年软饮料行业政策风险预测12.2.3 2022-2028年软饮料行业经营风险预测12.2.4 2022-2028年软饮料行业技术风险预测12.2.5 2022-2028年软饮料行业竞争风险预测12.2.6 2022-2028年软饮料行业其他风险预测 第十三章 软饮料企业管理策略建议13.1 市场策略分析13.1.1 软饮料价格策略分析13.1.2 软饮料渠道策略分析13.2 销售策略分析13.2.1 媒介选择策略分析13.2.2 产品定位策略分析13.2.3 企业宣传策略分析13.3 提高软饮料企业竞争力的策略13.3.1 提高中国软饮料企业核心竞争力的对策13.3.2 软饮料企业提升竞争力的主要方向13.3.3 影响软饮料企业核心竞争力的因素及提升途径13.3.4 提高软饮料企业竞争力的策略13.4 对我国软饮料品牌的战略思考13.4.1 软饮料实施品牌战略的意义13.4.2 软饮料企业品牌的现状分析13.4.3 我国软饮料企业的品牌战略13.4.4 软饮料品牌战略管理的策略 第十四章 研究结论及建议 () 14.1 研究结论14.2 建议14.2.1 行业发展策略建议14.2.2 行业投资方向建议14.2.3 行业投资方式建议 () 图表目录：图表：2015-2019年中国软饮料行业市场规模图表：2015-2019年中国软饮料行业重要数据指标比较图表：2015-2019年中国软饮料行业销售情况分析图表：2015-2019年中国软饮料行业利润情况分析图表：2015-2019年中国软饮料行业资产情况分析图表：2015-2019年中国软饮料行业竞争力分析图表：2015-2019年中国软饮料行业销售成本分析图表：2015-2019年中国软饮料行业销售费用分析图表：2015-2019年中国软饮料行业管理费用分析图表：2015-2019年中国软饮料行业财务费用分析图表：2015-2019年中国软饮料行业销售及利润分析图表：2015-2019年中国软饮料行业销售毛利率分析图表：2015-2019年中国软饮料行业销售利润率分析图表：2015-2019年中国软饮料行业成本费用利润率分析图表：2015-2019年中国软饮料行业总资产利润率分析图表：2015-2019年中国软饮料行业资产分析图表：2015-2019年中国软饮料行业负债分析图表：2015-2019年中国软饮料行业偿债能力分析图表：2015-2019年中国软饮料进口数据图表：2015-2019年中国软饮料出口数据图表：2022-2028年中国软饮料行业市场规模预测图表：2022-2028年中国软饮料行业供给规模预测图表：2022-2028年中国软饮料行业需求规模预测图表：2022-2028年中国软饮料行业进口规模预测图表：2022-2028年中国软饮料行业出口规模

预测更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202201/265722.html>