艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2023年中国饮料市场发展现状及战略咨询报告

艾凯咨询网
www.icandata.com

一、调研说明

《2017-2023年中国饮料市场发展现状及战略咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址： https://www.icandata.com/view/287380.html

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

2012年起软饮料行业增速开始出现下滑，主要原因在于近二十年高速增长导致的高基数、市场创新不足导致多个子行业增长乏力。站在目前这一时间节点上，我们认为，国内软饮料市场正在步入调整期，市场在寻找新的爆发点。 2009-2016年中国软饮料产量及增速 本研究报告数据主要采用国家统计数据，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 饮料行业简述
第一节 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

第二章 2014-2016年全球饮料市场
第一节 2014-2016年全球饮料市场总体概况
一、全球软饮料市场发展综述
二、全球酒精饮料市场发展概述
三、全球啤酒市场状况发展透析
四、亚太地区酒精饮料市场发展预测
第二节 2014-2016年欧洲饮料市场的发展
一、欧洲饮料市场整体发展综况

二、2014-2016年塞浦路斯软饮料生产状况
三、2014-2016年德国啤酒销售情况
四、2014-2016年俄罗斯酒精饮料进口情况
五、2014-2016年法国酒精饮料出口增长
第三节 2014-2016年亚洲饮料市场的发展
一、日本饮料行业的竞争格局
二、2014-2016年日本啤酒市场发展状况
三、2014-2016年日本啤酒市场发展态势
四、韩国啤酒进口贸易情况
五、越南饮料市场呈快速增长态势
第四节 2014-2016年美国饮料市场的发展
一、美国饮料市场运行概述
二、美国碳酸饮料市场的品牌格局
三、浓缩能量饮料受美国市场青睐

第三章 2014-2016年中国饮料市场分析
第一节 国内宏观经济环境分析
一、GDP历史变动轨迹分析
二、固定资产投资历史变动轨迹分析
三、2017-2023年中国宏观经济发展预测分析
第二节 2014-2016年中国饮料市场概况
一、中国饮料市场格局发展综述
二、中国饮料市场的显著特征
三、饮料市场运作规律分析
四、中国饮料市场盛行高端风潮
五、饮料市场产品发展的特性与走向
第三节 中国饮料行业品牌分析
一、中国饮料市场品牌格局剖析
二、软饮料消费者品牌满意度调查情况
三、国内饮料品牌的发展战略解析
四、本土饮料企业品牌突围策略分析
第四节 2014-2016年中国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、消费者选择饮料关注的因素
三、饮料消费者的购买习惯
第五节 2014-2016年各地区饮料市场分析
一、2014-2016年老北京品牌饮料回归京城市场
二、2014-2016年广东多家饮料企业受压退出市场
三、利乐中国饮料研发中心正式落户上海
四、天津对饮料等行业实施能耗限额

第四章 2014-2016年中国饮料行业分析
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
二、中国饮料行业的十年发展变迁
三、饮料行业发展的新特征解析
第二节 2014-2016年中国饮料行业运行状况
一、2014-2016年我国饮料行业发展情况回顾
二、2014-2016年软饮料市场总规模及细分行业占比情况
三、2014-2016年我国饮料行业发展状况分析
四、2014-2016年我国饮料行业运行情况
第三节 2014-2016年饮料行业成本上升及对策分析
一、我国饮料行业成本大幅上升
二、生产成本上升对企业生产经营的影响
三、企业采取的应对措施
四、饮料企业的发展出路
第四节 2014-2016年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坎
三、国内饮料企业制胜策略
四、饮料企业抢占市场创新是关键

第五章 中国饮料制造行业财务状况
第一节 2014-2016年中国饮料制造行业总体数据分析

一、2014年中国饮料制造行业全部企业数据分析

二、2015年中国饮料制造行业全部企业数据分析

三、2016年中国饮料制造行业全部企业数据分析

第二节 2014-2016年中国饮料制造行业不同规模企业数据分析

一、2014年中国饮料制造行业不同规模企业数据分析

二、2015年中国饮料制造行业不同规模企业数据分析

三、2016年中国饮料制造行业不同规模企业数据分析

第三节 2014-2016年中国饮料制造行业不同所有制企业数据分析

一、2014年中国饮料制造行业不同所有制企业数据分析

二、2015年中国饮料制造行业不同所有制企业数据分析

三、2016年中国饮料制造行业不同所有制企业数据分析

第六章 2014-2016年酒饮料市场分析

第一节 啤酒

一、"十二五"中国啤酒行业发展综述

二、2014-2016年我国啤酒行业发展特点分析

三、2014-2016年中国啤酒行业运行简况 2011-2016年中国啤酒产量及增速（万千升/%）

四、"十三五"我国啤酒行业发展展望

五、未来我国啤酒产业发展趋势分析

第二节 白酒

一、"十二五"中国白酒行业发展综述

二、2014-2016年我国白酒行业运行状况分析

2016年前三季度白酒产量975万千升，同比增长4.3%，依然是在底部徘徊；2016年上半年白酒销量（折合65度）644万千升，同比增长5.25%，虽然依旧在底部，但较2013-2014年已见明显企稳回升。 白酒产量增速依旧在底部徘徊

三、2014-2016年我国白酒市场整合步伐加速

四、中国白酒在国际市场的发展状况分析

五、中国白酒行业快速扩张下的隐患分析

第三节 葡萄酒

一、"十二五"中国葡萄酒行业发展综述

二、2014-2016年中国葡萄酒行业运行概况

三、2014-2016年中国葡萄酒行业发展态势

四、2014-2016年葡萄酒行业准入政策实施
五、"十三五"我国葡萄酒行业发展规划
第四节 黄酒
一、"十二五"中国黄酒行业发展综述
二、2014-2016年中国黄酒行业发展解析
三、2014-2016年绍兴黄酒出口增长
四、"十三五"我国黄酒行业发展规划
五、黄酒行业新进入者的市场策略探析

第七章 2014-2016年软饮料细分市场分析
第一节 果汁饮料
一、中国果汁饮料市场发展概况
二、果汁饮料品牌受欢迎程度比较
三、中国果汁和蔬菜汁饮料的生产状况
四、2014-2016年果汁饮料企业主打创新牌
五、2014-2016年国内首款清真果汁饮料上市
六、我国饮料企业开发沙棘果汁新品
第二节 乳饮料
一、我国乳饮料市场发展综述
二、我国乳酸菌饮料市场高低端格局分析
三、2014-2016年中国含乳饮料市场争议不断
四、含乳饮料的市场定位与品牌塑造策略
五、我国含乳饮料市场前景展望
六、未来我国乳饮料企业发展趋势
第三节 碳酸饮料
一、碳酸饮料的利与弊
二、中国碳酸饮料生产与消费情况
三、中国碳酸饮料市场发展状况分析
四、碳酸饮料巨头缩减包装变相涨价
五、2014-2016年中国碳酸饮料生产状况
六、本土碳酸饮料企业发展路径选择
第四节 功能饮料

一、我国功能饮料行业发展总况
二、中国功能饮料步入加速细分时期
三、中国功能饮料市场发展现况
四、饮料巨头挥师进军功能饮料市场
五、2014-2016年娃哈哈向功能饮料市场进军
六、中国功能饮料市场发展潜力分析
第五节 饮用水
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、2014-2016年中国饮用水行业发展主题
四、体育营销成为饮用水行业竞争焦点
五、我国饮用水监测体系建设概况
六、高端饮用水市场发展概况及走向分析
第六节 其它软饮料
一、谷物饮料成发展新热点
二、鲜花饮料引领饮料市场新潮流
三、汤饮料的兴起与发展
四、森林饮料概述

第八章 2014-2016年茶饮料市场分析
第一节 2014-2016年中国茶饮料市场总体概况
一、中国茶饮料市场发展综述
二、我国茶饮料市场发展的特点
三、茶饮料市场消费者需求特征分析
第二节 2014-2016年中国茶产业分析
一、中国茶区及茶市场消费流通概述
二、中国茶产业发展现状分析
三、中国茶产业发展特点
四、中国茶行业发展的制约因素
五、"十三五"茶产业的发展目标与方向
第三节 2014-2016年茶饮料市场发展分析
一、2014-2016年茶饮料市场呈蓬勃发展态势

二、2014-2016年茶饮料市场的新变化透析
三、2014-2016年汇源收购旭日升强势介入茶饮料市场
四、2014-2016年乳企三元进军茶饮料市场
五、2017-2023年两巨头在中国茶饮料市场的合作将终止
第四节 2014-2016年中国茶饮料市场的问题与对策
一、中国茶饮料产业存在的主要问题
二、茶饮料工业生产的问题与对策分析
三、推动我国茶饮料市场发展的建议
四、茶饮料品牌营销策略探讨
第五节 茶饮料行业发展前景及趋势
一、我国茶饮料市场前景广阔
二、茶饮料市场的发展趋势
三、无糖茶饮料市场发展前景乐观
四、中草药保健茶未来发展前景广阔

第九章 中国饮料制造业产量数据分析
第一节 2014-2016年全国及重点省市发酵酒精产量分析
一、2014年全国及主要省份发酵酒精（折96度，商品量）产量分析
二、2015年全国及主要省份发酵酒精（折96度，商品量）产量分析
三、2016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 2014-2016年全国及主要省份饮料酒产量分析
一、2014年全国及主要省份饮料酒产量分析
二、2015年全国及主要省份饮料酒产量分析
三、2016年全国及主要省份饮料酒产量分析
第三节 2014-2016年全国及重点省市软饮料产量分析
一、2014年全国及主要省份软饮料产量分析
二、2015年全国及主要省份软饮料产量分析
三、2016年全国及主要省份软饮料产量分析
第四节 2014-2016年全国及主要省份液体乳产量分析
一、2014年全国及主要省份液体乳产量分析
二、2015年全国及主要省份液体乳产量分析
三、2016年全国及主要省份液体乳产量分析

第五节 2014-2016年全国及重点省市精制茶产量分析
一、2014年全国及主要省份精制茶产量分析
二、2015年全国及主要省份精制茶产量分析
三、2016年主要省份精制茶产量分析

第十章 2014-2016年饮料行业原料供应分析
第一节 2014-2016年中国食糖工业概况
一、中国制糖行业发展成就回顾
二、2014-2016年我国食糖行业发展状况分析
三、2014-2016年我国食糖行业发展概况
四、2014-2016年我国食糖进出口状况分析
五、2014-2016年我国食糖进出口资料
六、中国最大制糖企业南宁糖业谋求上市
第二节 2014-2016年中国水果产业分析
一、中国水果的种植与分布状况
二、2014-2016年中国水果市场运行情况
三、2014-2016年水果生产第一大省发展状况
四、2014-2016年中国水果进出口状况
五、中国水果产业的品牌化路径分析
六、影响我国水果贸易的因素及应对策略
第三节 2014-2016年中国蔬菜产业分析
一、我国蔬菜产业发展回顾
二、2014-2016年中国蔬菜行业发展简况
三、2014-2016年中国蔬菜进出口分析
四、加快中国蔬菜产业化现代化进程的思路

第十一章 2014-2016年饮料包装行业发展分析
第一节 国际饮料包装行业总体概况
一、世界饮料包装业发展态势
二、美国饮料包装市场发展迅猛
三、日本饮料包装市场发展浅析
四、德国饮料包装材料分析

第二节 中国饮料包装行业
一、中国饮料包装行业发展综述
二、国内饮料包装主要细分市场分析
三、中国饮料包装行业存在的问题
四、我国茶饮料瓶包装市场简析
五、儿童饮料包装市场及成功案例分析
第三节 PET饮料瓶
一、PET瓶用于饮料包装的优势
二、我国PET饮料瓶应用广泛
三、2014-2016年百事成功研制出新型PET饮料瓶
四、我国PET饮料瓶市场蕴藏商机
第四节 饮料包装业发展趋势
一、世界饮料包装发展趋势分析
二、中国饮料包装工业发展趋势
三、饮料包装材料的未来发展趋势

第十二章 2014-2016年中国饮料行业竞争分析
第一节 2014-2016年中国饮料行业竞争概况
一、饮料市场竞争日趋多元化
二、中国饮料行业竞争规则简析
三、我国饮料市场受外资大力冲击
四、2014-2016年我国饮料业竞争升级
五、2014-2016年饮料业本土品牌竞争力提升
六、2014-2016年国内饮料业竞争态势分析
第二节 2014-2016年饮料行业细分市场竞争分析
一、中国茶饮料的竞争形势及突围策略
二、中国凉茶市场的竞争局势剖析
三、中国瓶装水市场竞争形态剖析
四、我国果汁饮料业整体竞争格局
五、国内新型饮料市场竞争综况
第三节 中国饮料业竞争存在的问题及策略方向
一、我国饮料市场新品竞争存在的问题

二、中国饮料行业竞争的主要策略探讨
三、我国软饮料各群组的竞争策略分析
四、饮料业未来竞争与发展五大关键主题

第十三章 2014-2016年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、可口可乐的经营模式对比分析
三、可口可乐公司SWOT分析
四、2014-2016年可口可乐在河北投建饮料厂
五、2014-2016年可口可乐在华最大装瓶厂开业
六、未来几年可口可乐将大力开发中东市场
第二节 百事可乐公司
一、公司简介
二、百事可乐的销售执行机制
三、百事公司加大中国市场投资力度
四、2014-2016年百事中国与康师傅结盟获批
五、百事的结盟转型策略剖析
第三节 康师傅控股有限公司
一、企业概况
二、竞争优势分析
三、2014-2016年经营状况分析
四、2014-2016年公司发展战略分析
第四节 北京汇源饮料食品集团有限公司
一、企业概况
二、竞争优势分析
三、2014-2016年经营状况分析
四、2014-2016年公司发展战略分析
第五节 内蒙古伊利实业集团股份有限公司
一、企业概况
二、竞争优势分析
三、2014-2016年经营状况分析

四、2014-2016年公司发展战略分析
第六节 河北承德露露股份有限公司
一、企业概况
二、竞争优势分析
三、2014-2016年经营状况分析
四、2014-2016年公司发展战略分析
第七节 青岛啤酒股份有限公司
一、企业概况
二、竞争优势分析
三、2014-2016年经营状况分析
四、2014-2016年公司发展战略分析
第八节 烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司
一、企业概况
二、竞争优势分析
三、2014-2016年经营状况分析
四、2014-2016年公司发展战略分析

第十四章 2014-2016年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、饮料行业的销售管道分析
三、饮料营销策略探索
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、饮料产业网络广告投放状况
二、饮料业践行大平台大营销策略
三、2014-2016年饮料业营销模式的创新
四、国内高端饮料营销模式尚未成熟
五、理性营销成为饮料业营销趋势
第三节 饮料细分产品营销分析
一、传统养生饮料营销途径选择
二、功能饮料营销的三大要点

三、谷物饮料的营销模式探析
四、果醋饮料的创新营销与关联定位策略探讨
五、植物蛋白饮料营销的问题及解决对策
第四节 中国饮料行业营销案例分析
一、娃哈哈的营销模式分析
二、蒙牛的营销策划
三、农夫果园的差异化营销策略分析
四、王老吉的亚运营销发展解析
五、红牛改变营销对象开始向大众营销转型
第五节 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

第十五章 饮料行业投资及前景分析
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、中国饮料企业的发展环境独占鳌头
二、中国饮料行业投资势头分析
三、我国食品饮料业并购投资迎来良机
四、我国饮料行业面临的风险分析
第三节 饮料行业未来前景展望
一、中国饮料行业发展潜力大
二、我国饮料行业发展形势展望
三、饮料行业的主要发展趋势
四、生机饮料发展空间大
第四节 2017-2023年中国饮料制造行业预测分析
一、影响中国饮料制造行业发展的因素分析

二、2017-2023年中国饮料制造行业产品销售收入预测

三、2017-2023年中国饮料制造业累计利润总额预测

四、2017-2023年中国饮料制造业软饮料产量预测

详细请访问：https://www.icandata.com/view/287380.html

三、研究方法

1、系统分析方法

2、比较分析方法

3、具体与抽象方法

4、分析与综合方法

5、归纳与演绎方法

6、定性分析与定量分析方法

7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 http://www.stats.gov.cn

中华人民共和国国家工商行政管理总局 http://www.saic.gov.cn

中华人民共和国海关总署 http://www.customs.gov.cn
中华人民共和国商务部 http://www.mofcom.gov.cn
中国证券监督管理委员会 http://www.csrc.gov.cn
中华人民共和国商务部 http://www.mofcom.gov.cn
世界贸易组织 https://www.wto.org
联合国统计司 http://unstats.un.org
联合国商品贸易统计数据库 http://comtrade.un.org

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。