

华商咨询|2024年度饮料市场调查及发展前景预测报告

产品名称	华商咨询 2024年度饮料市场调查及发展前景预测报告
公司名称	北京华商纵横信息咨询中心
价格	6000.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区亚运村四方大厦
联系电话	188-11718743 13621060192

产品详情

华商咨询|2024年度饮料市场调查及发展前景预测报告

报告目录

第一章 饮料产业概述

第一节、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

第二章 2020-2022年国际饮料市场

节、2020-2022年国际饮料市场总体概况

一、全球饮料消费状况

二、全球食品饮料产业热点

三、全球软饮料市场现状

四、全球啤酒市场状况

第二节、2020-2022年美国饮料市场的发展

一、美国碳酸饮料市场分析

二、美国啤酒市场分析

三、美国葡萄酒市场分析

第三节、2020-2022年欧洲饮料市场的发展

一、德国

二、俄罗斯

三、法国

四、西班牙

五、拉脱维亚

第四节、2020-2022年亚洲饮料市场的发展

一、日本

二、韩国

三、越南

四、印度

五、泰国

第三章 2020-2022年中国饮料产业分析

节、中国饮料产业总体概述

一、产业国际地位

二、产业现状综述

三、产业新常态特点

四、产业发展因素

第二节、2020-2022年中国饮料产业运行状况

一、2019年产业发展特点

二、2020年产业运行分析

三、2021年产业运行简析

第三节、2020-2022年中国饮料产业景气指数分析

一、2019年景气指数分析

二、2020年景气指数分析

三、2021年景气指数分析

第四节、2020-2022年饮料产业存在的问题及策略

一、产业面临的挑战

二、产业遇新门槛

三、企业制胜策略

四、企业创新策略

第四章 2020-2022年中国饮料市场分析

第一节、2020-2022年中国饮料市场概况

一、市场的显著特征

二、市场运作规律分析

三、市场盛行高端风潮

四、产品发展的特性与走向

第二节、2020-2022年中国饮料品牌口碑分析

一、2019年饮料品牌口碑分析

二、2020年饮料品牌口碑分析

三、2021年饮料品牌口碑分析

第三节、2020-2022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

第五章 中国饮料制造产业财务状况

节、中国饮料制造产业经济规模

一、2017-2021年饮料制造业收入规模

二、2017-2021年饮料制造业利润规模

三、2017-2021年饮料制造业资产规模

四、2017-2021年饮料制造业毛利率

五、2017-2021年饮料制造业成本费用利润率

六、2017-2021年饮料制造业利润率

第二节、中国饮料制造产业营运能力指标分析

一、2017-2021年饮料制造业应收账款周转率

二、2017-2021年饮料制造业流动资产周转率

三、2017-2021年饮料制造业总资产周转率

第三节、中国饮料制造产业偿债能力指标分析

一、2017-2021年饮料制造业资产负债率

二、2017-2021年饮料制造业利息保障倍数

第四节、中国饮料制造产业财务状况综合评价

第六章 中国饮料制造业产量数据分析

节、2020-2022年全国及主要省份发酵酒精产量分析

一、2020-2022年全国发酵酒精产量趋势

二、2019年全国发酵酒精产量分析

三、2020年全国发酵酒精产量分析

四、2021年全国发酵酒精产量分析

五、发酵酒精产量分析

第二节、2020-2022年全国及主要省份饮料酒产量分析

一、2020-2022年全国饮料酒产量趋势

二、2019年全国饮料酒产量分析

三、2020年全国饮料酒产量分析

四、2021年全国饮料酒产量分析

五、饮料酒产量分析

第三节、2020-2022年全国及主要省份软饮料产量分析

一、2020-2022年全国软饮料产量趋势

二、2019年全国软饮料产量分析

三、2020年全国软饮料产量分析

四、2021年全国软饮料产量分析

五、软饮料产量分析

第四节、2020-2022年全国及主要省份液体乳产量分析

一、2020-2022年全国液体乳产量趋势

二、2019年全国液体乳产量分析

三、2020年全国液体乳产量分析

四、2021年全国液体乳产量分析

五、液体乳产量分析

第五节、2020-2022年全国及主要省份精制茶产量分析

一、2020-2022年全国精制乳产量趋势

二、2019年全国精制乳产量分析

三、2020年全国精制乳产量分析

四、2021年全国精制乳产量分析

五、精制乳产量分析

第七章 2020-2022年中国饮料产业进出口数据分析

节、2020-2022年中国未加味、加糖或其他甜物质的矿泉水及汽水进出口数据分析

一、进出口总量数据分析

二、主要贸易国进出口情况分析

三、主要省市进出口情况分析

第二节、2020-2022年中国其他未加味、加糖或其他甜物质的水；冰及雪进出口数据分析

一、进出口总量数据分析

二、主要贸易国进出口情况分析

三、主要省市进出口情况分析

第三节、2020-2022年中国加味、加糖或其他甜物质的水进出口数据分析

一、进出口总量数据分析

二、主要贸易国进出口情况分析

三、主要省市进出口情况分析

第四节、2020-2022年中国其他无酒精饮料进出口数据分析

一、进出口总量数据分析

二、主要贸易国进出口情况分析

三、主要省市进出口情况分析

第八章 2020-2022年软饮料细分市场分析

节、碳酸饮料

一、产业供给规模

二、产业运行规模

三、市场消费分析

四、市场下滑态势

五、产品创新动态

第二节、果汁饮料

一、产业运行现状

二、市场特征现状

三、市场发展规模

四、产品发展格局

五、产业发展瓶颈

六、企业竞争策略

七、产业发展建议

八、产品发展方向

第三节、乳饮料

一、市场发展概况

二、重点品牌情况

三、产业经营现状

四、细分市场分析

五、市场前景展望

六、产业发展趋势

第四节、功能饮料

一、市场需求情况

二、品牌竞争格局

三、市场竞争动态

四、市场运行现状

五、广告投放情况

六、市场发展潜力

第五节、饮用水

一、产业供给态势

二、产业生产现状

三、产业格局生变

四、产业新标出台

五、市场潜力看好

第六节、其它软饮料

一、大健康饮料

二、粗粮饮料

三、鲜花饮料

四、森林饮料

第九章 2020-2022年酒饮料市场分析

第一节、啤酒

一、市场发展态势

二、市场竞争格局

三、区域发展格局

四、产品发展格局

五、市场前景展望

六、未来发展趋势

第二节、白酒

一、产业发展现状

二、产品产量规模

三、市场消费特征

四、市场渠道变革

五、产业转型态势

六、产业整合动态

第三节、葡萄酒

一、产业现状特征

二、产品产销情况

三、产业运行规模

四、市场消费情况

五、市场消费特征

六、未来发展规划

第四节、黄酒

- 一、产业发展态势
- 二、品牌竞争格局
- 三、市场销售渠道
- 四、市场发展对策
- 五、未来发展规划

第十章 2020-2022年中国茶饮料市场分析

第一节、茶饮料产业发展综述

- 一、产业发展变化
- 二、产业特征分析
- 三、产业发展现状
- 四、产业影响因素

第二节、茶饮料市场发展总体分析

- 一、市场格局分析
- 二、市场新势力分析
- 三、市场需求特征
- 四、产品结构分析

第三节、2020-2022年茶饮料市场运行分析

- 一、2019年市场进入成熟期
- 二、2019年消费者满意度
- 三、2020年市场发展概况
- 四、2021年市场发展状况

第四节、茶饮料产业的SWOT剖析

- 一、优势分析
- 二、劣势分析
- 三、机遇分析
- 四、挑战分析

第五节、茶饮料产业存在问题及对策分析

一、产业生产问题

二、技术质量问题

三、产业发展建议

四、市场突围策略

第六节、茶饮料市场发展前景分析

一、茶饮料市场未来前景展望

二、无糖茶饮料市场前景分析

三、纯茶饮料的发展趋势预测

四、中草药保健茶发展前景广阔

第十一章 2020-2022年饮料产业原料供应分析

第一节、2020-2022年中国食糖工业概况

一、产业产量规模

二、产业销量规模

三、产品库存规模

四、食糖消费情况

五、国际贸易形势

第二节、2020-2022年中国水果产业分析

一、水果种植与分布

二、水果供给规模

三、贸易影响因素

四、产业品牌化路径

五、未来发展预测

第三节、2020-2022年中国蔬菜产业分析

一、产业发展态势

二、产品生产形势

三、产品价格走势

四、城市蔬菜供应现状

五、现代化发展思路

第十二章 2020-2022年饮料包装产业发展分析

节、中国饮料包装产业发展综述

一、产业发展综述

二、主要细分市场

三、产业竞争格局

四、产业利润水平

五、产业存在的问题

第二节、PET饮料瓶

一、PET瓶使用优势

二、PET瓶发展态势

三、PET瓶成市场主流

四、PET瓶市场发展前景

第三节、饮料包装业发展趋势

一、全球市场规模预测

二、全球市场发展趋势

三、饮料包装市场潜力

四、饮料包装发展方向

五、饮料包装材料趋势

第十三章 2020-2022年中国饮料产业营销及案例分析

节、饮料营销发展概述

一、国内饮料营销的五大派系

二、饮料产业的销售渠道分析

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、产业营销现状

二、产业营销新模式

三、市场营销策略

四、产业营销趋势

第三节、2020-2022年食品饮料品牌广告投放状况

一、2019年网络广告投放状况

二、2020年网络广告投放状况

三、2020年电视广告投放状况

四、2021年网络广告投放状况

第四节、中国软饮料市场营销分析

一、软饮料产业营销特征

二、软饮料广告投放状况

三、软饮料市场营销新趋向

四、软饮料娱乐化营销现状

五、软饮料品牌营销问题及对策

六、软饮料差异化营销策略分析

第五节、中国茶饮料营销对策分析

一、茶饮料品牌文化营销

二、茶饮料营销竞争策略

三、茶饮料广告策略分析

四、茶饮料产品策略分析

五、茶饮料三优先销售策略

第六节、红牛营销案例分析

一、红牛强势品牌营销历程分析

二、红牛的立体化营销实践分析

三、红牛的内容营销策略及成效

四、红牛的本地化营销策略介绍

五、红牛O2O移动营销策略分析

六、红牛电影植入营销策略解析

第七节、脉动营销案例分析

一、脉动饮料市场环境分析

二、脉动的内部传播机制

三、脉动成功营销策略透析

四、脉动打造趣味视频营销

五、脉动社交平台互动营销

第八节、娃哈哈营销案例分析

一、娃哈哈的品牌营销分析

二、娃哈哈茶饮料推广方法

三、娃哈哈的渠道模式分析

四、娃哈哈的强势娱乐营销

第九节、加多宝营销案例分析

一、加多宝的基本营销方针解析

二、加多宝的“V”时刻营销战略

三、加多宝试水视频动态植入营销

四、加多宝品牌营销亮点

五、加多宝营销布局分析

第十节、王老吉营销案例分析

一、王老吉的营销创新方法

二、王老吉媒体组合拳营销

三、王老吉的体育营销策略

四、王老吉多元化营销策略

五、王老吉的文化营销核心

六、王老吉与加多宝的营销策略对比

第十四章 2020-2022年中国饮料产业竞争分析

节、2020-2022年中国饮料产业竞争状况

一、市场竞争格局

二、市场竞争日益激烈

三、市场竞争日趋多元化

四、产业竞争规则简析

第二节、2020-2022年中国软饮料市场竞争分析

一、软饮料产业竞争模型

二、软饮料产业竞争态势

三、软饮料企业战略动向

第三节、2020-2022年中国茶饮料产业竞争形势分析

一、茶饮料竞争力增强

二、茶饮料市场品牌格局

三、茶饮料市场竞争动态

四、瓶装奶茶竞争升级

五、茶饮料竞争将愈加激烈

第四节、中国饮料业竞争存在的问题及策略

一、新品竞争存在的问题

二、产业竞争的主要策略

三、未来竞争与发展的关键主题

第十五章 2019-2022年饮料产业重点企业分析

节、可口可乐公司

一、企业发展概况

二、2019年经营状况分析

三、2020年经营状况分析

四、2021年经营状况分析

第二节、百事可乐公司

一、企业发展概况

二、2019财年经营状况分析

三、2020财年经营状况分析

四、2021财年经营状况分析

第三节、康师傅控股有限公司

一、企业发展概况

二、2019年经营状况分析

三、2020年经营状况分析

四、2021年经营状况分析

第四节、中国汇源果汁集团有限公司

一、企业发展概况

二、2019年经营状况分析

三、2020年经营状况分析

四、2021年经营状况分析

第五节、统一企业（中国）控股有限公司

一、企业发展概况

二、2019年经营状况分析

三、2020年经营状况分析

四、2021年经营状况分析

第六节、内蒙古伊利实业集团股份有限公司

一、企业发展概况

二、经营效益分析

三、业务经营分析

四、财务状况分析

五、核心竞争力分析

六、公司发展战略

七、未来前景展望

第七节、河北承德露露股份有限公司

一、企业发展概况

二、经营效益分析

三、业务经营分析

四、财务状况分析

五、核心竞争力分析

六、公司发展战略

七、未来前景展望

第八节、青岛啤酒股份有限公司

一、企业发展概况

二、经营效益分析

三、业务经营分析

四、财务状况分析

五、核心竞争力分析

六、公司发展战略

七、未来前景展望

第九节、烟台张裕葡萄酒股份有限公司

一、企业发展概况

二、经营效益分析

三、业务经营分析

四、财务状况分析

五、核心竞争力分析

六、公司发展战略

七、未来前景展望

第十六章 中国饮料产业投资及前景分析

第一节、中国饮料产业投资环境分析

一、经济环境

二、政策环境

三、人口环境

四、消费环境

第二节、中国饮料产业投资形势分析

一、产业成资本并购主领域

二、产业面临的风险

第三节、中国饮料产业发展展望

一、未来产业发展潜力

二、市场发展趋势分析

三、产业发展方向

第四节、2023-2028年中国饮料制造产业预测分析

一、影响产业发展的因素

二、产业销售收入预测

三、产业利润总额预测

四、产业软饮料产量预测

附录

附录一：中华人民共和国食品安全法

附录二：食品添加剂使用卫生标准

附录三：冷饮食品卫生管理办法

附录四：果汁饮料总则

附录五：含乳饮料卫生标准

图表目录

图表：软饮料的分类

图表：全球饮料品牌价值排行榜

图表：全球洲际啤酒产销量及变化情况

图表：全球前25国啤酒产销量及变化情况

图表：中国软饮料产业产量分析

图表：中国碳酸饮料类（汽水）产业产量分析

图表：中国包装饮用水类产业产量分析

图表：中国饮料制造总体运行概况分析

图表：中国饮料制造规模以上企业数量分析

图表：饮料制造三费占销售收入比重变化分析

图表：我国饮料制造效益变化分析

图表：中轻饮料景气指数变化态势

图表：饮料制品产业利润景气指数变化态势

图表：饮料制品产业出口景气指数变化态势

图表：饮料产品外观色彩变化曲线

图表：不同性别网民对饮料品类的偏好

图表：不同年龄网民对饮料品类的偏好

图表：不同收入网民对饮料品类的偏好

图表：不同地域网民对饮料品类的偏好

图表：不同地域网民对不同地域品牌的偏好

图表：不同性别网民选择饮料时关注的方面

图表：不同收入网民选择饮料时关注的方面

图表：不同性别网民购买饮料的习惯

图表：不同性别网民购买饮料的渠道比较

