

2022-2027年中国软饮料行业市场全景评估及发展战略研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2022-2027年中国软饮料行业市场全景评估及发展战略研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/channel/beverage/764439.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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、报告目录及图表目录

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。

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 软饮料行业相关概况

第一节 软饮料行业介绍

- 一、软饮料定义
- 二、软饮料组成
- 三、软饮料分类
- 四、软饮料工艺

第二节 软饮料行业政策分析

- 一、《饮料通则》分析
- 二、含乳饮料政策分析
- 三、果汁饮料政策分析
- 四、茶饮料国家标准发展情况
- 五、乳与乳制品中蛋白质测定标准发布
- 六、天然矿泉水新标准实施情况
- 七、饮料行业技术政策

第二章 国外软饮料所属行业发展分析

第一节 世界软饮料行业概况

- 一、中东软饮料市场现状及展望
- 二、西欧软饮料市场分析
- 三、亚洲和中东地区软饮料和果汁市场发展分析
- 四、全球保健型饮料市场前景广阔

第二节 部分国家软饮料行业概况

- 一、意大利
- 二、美国
- 三、印度
- 四、英国

五、乌克兰

六、日本

第三章 中国饮料所属行业分析

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回顾

二、中国饮料业发展规律及特点

三、中国饮料行业竞争激烈

第二节 2017-2021年中国饮料所属行业运行状况

二、2021年中国饮料行业运行情况分析

三、2021年中国饮料行业发展情况

三、2022年中国饮料行业发展预测

第三节 中国饮料市场分析

第四节 中国饮料行业品牌分析

一、中国饮料市场大众品牌分析

二、中国民族饮料品牌高歌猛进

三、中国饮料市场品牌格局剖析

四、中国饮料市场品牌发展战略

五、中国饮料市场品牌发展趋势

第五节 饮料行业存在的问题及策略

第四章 2017-2021年中国饮料制造所属行业经济运行数据分析

第一节 2017-2021年全国饮料制造所属行业主要经济指标

第二节 2017-2021年全国及各省市饮料制造所属行业产销数据分析

第三节 2017-2021年全国及各省市饮料制造所属行业资产负债分析

第四节 2017-2021年全国及中国各省市饮料制造所属行业规模分析

第五节 2017-2021年全国及各省市饮料制造所属行业盈利能力分析

第五章 2017-2021年中国软饮料制造所属行业经济运行数据分析

第一节 2017-2021年全国软饮料制造业所属行业主要经济指标

第二节 2017-2021年全国及各省市软饮料制造业所属行业产销数据分析

第三节 2017-2021年全国及各省市软饮料制造所属行业资产负债分析

第四节 2017-2021年全国及中国各省市软饮料制造所属行业规模分析

第五节 2017-2021年全国及各省市软饮料制造所属行业盈利能力分析

第六章 我国软饮料行业发展分析

第一节 中国软饮料行业发展综述

一、中国软饮料工业的发展回顾

二、2021年中国软饮料市场发展分析

三、2021年我国软饮料行业发展运行分析

五、我国软饮料市场的品牌效应分析

五、我国软饮料制造行业结构分析

第二节 2017-2021年全国及重点省市软饮料产量分析

第三节 我国PET软饮料包装产品市场分析

一、行业环境及发展趋势分析

二、市场状况分析

三、五种竞争力分析

第七章 我国软饮料行业细分市场分析

第一节 碳酸饮料

一、碳酸饮料的利与弊

二、碳酸饮料市场的挑战与机会

三、2021年全国及重点省市碳酸饮料产量分析

四、2021年碳酸饮料市场发展分析

五、我国碳酸饮料业发展问题及未来趋势分析

第二节 饮用水

第三节 茶饮料

第四节 果汁饮料

第五节 含乳饮料

第六节 功能饮料

第七节 固体饮料

第八章 软饮料相关行业分析

第一节 茶叶市场分析

一、2021年中国茶叶生产情况

二、2021年中国茶叶产销预计

三、中国茶叶消费市场潜力巨大

第二节 我国奶业市场分析

一、2021年中国奶业发展分析

三、2021年国产奶业完成产业升级

四、全国奶业发展规划

五、我国奶业发展目标

第三节 食糖行业市场分析

一、中国食糖市场需求加速增长

二、2017-2021年我国成品糖产量情况

三、2020年制糖期国内食糖市场回顾

四、2021年制糖期国内食糖市场分析

五、中国食糖行业调控建议分析

第九章 饮料包装行业分析

第一节 行业概述

一、软饮料个性包装分析

二、饮料包装的种类

三、我国饮料包装市场特点

四、包装促销与消费心理分析

第二节 我国饮料包装行业发展分析

一、国内外四大饮料包装市场发展现状

二、国内饮料包装市场分析

三、饮料包装行业市场格局

四、饮料包装行业风险分析

五、中国食品饮料包装市场分析

六、玻璃瓶在饮料包装市场发展现状

第三节 PET饮料瓶

一、PET瓶饮料包装的优势与劣势

二、PET瓶饮料包装业环境及趋势

三、PET瓶饮料包装市场状况分析

四、PET瓶饮料包装五种竞争力分析

五、我国PET饮料瓶市场蕴藏商机

第四节 饮料包装行业发展趋势

一、饮料包装发展新趋势

二、饮料包装环保化趋势分析

三、从包装材料分析饮料包装发展趋势

四、从包装理念分析饮料包装发展趋势

第十章 软饮料市场竞争格局分析

第一节 软饮料竞争环境分析

一、软饮料行业竞争环境分析

二、我国软饮料行业SWOT分析

三、科技创新引领饮料变革

四、我国饮料业竞争格局

五、中外饮料在华竞争状况

第二节 中国饮料行业竞争概况

第三节 软饮料行业细分市场竟争分析

- 一、中国茶饮料市场竞争分析
- 二、中国果汁饮料市场竞争分析
- 三、中国乳饮料市场竞争分析
- 四、中国瓶装水市场竞争分析
- 五、我国功能饮料市场竞争分析
- 六、我国碳酸饮料市场竞争分析
- 七、中国咖啡饮料市场竞争分析
- 第十一章 著名软饮料企业分析
 - 第一节 可口可乐公司
 - 一、企业发展简况分析
 - 二、企业经营情况分析
 - 三、企业经营优劣势分析
 - 第二节 百事可乐公司
 - 一、企业发展简况分析
 - 二、企业经营情况分析
 - 三、企业经营优劣势分析
 - 第三节 统一企业
 - 一、企业发展简况分析
 - 二、企业经营情况分析
 - 三、企业经营优劣势分析
 - 第四节 河北承德露露股份有限公司
 - 一、企业发展简况分析
 - 二、企业经营情况分析
 - 三、企业经营优劣势分析
 - 第五节 北京汇源饮料食品有限公司
 - 一、企业发展简况分析
 - 二、企业经营情况分析
 - 三、企业经营优劣势分析
- 第十二章 2022-2027年软饮料行业发展趋势
 - 第一节 2021年中国宏观经济环境分析
 - 第二节 饮料行业发展趋势
 - 一、2022-2027年饮料行业发展环境
 - 二、2022-2027年饮料行业发展预测
 - 三、未来中国饮料市场发展趋势
 - 四、植物成为未来饮料市场的发展趋势

五、我国饮料市场未来发展格局分析

第三节 软饮料行业发展趋势

- 一、软饮料发展趋势
- 二、软饮料包装发展趋势
- 三、我国果汁饮料市场前景分析
- 四、我国饮用水行业前景分析
- 五、茶饮料成为市场未来发展趋势

第十三章 2022-2027年软饮料行业发展战略

第一节 软饮料市场营销策略分析

- 一、中国饮料营销流派分析
- 二、软饮料终端营销策略
- 三、软饮料销售策略
- 四、饮料营销思维创新策略

第二节 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、饮料品牌定位与品类规划策略
- 四、软饮料新产品差异化战略

第三节 软饮料产品营销策略分析

- 一、果汁饮料营销策略分析
- 二、凉茶饮料营销策略
- 三、可口可乐营销策略分析
- 四、王老吉营销策略分析
- 五、哇哈哈本土饮料产品策略
- 六、汇源的渐进营销策略

第十四章 2022-2027年软饮料企业发展策略

第一节 我国本土软饮料渠道战略分析(AK HT)

第二节 软饮料企业零售渠道深度分销模式的完善

- 一、零售渠道深度分销模式及其盛行原因
- 二、零售渠道深度分销模式有效实施难点
- 三、完善软饮料企业的零售渠道深度分销模式

第三节 软饮料企业的顾客关系营销策略研究

- 一、软饮料行业的概况
- 二、顾客关系营销理念
- 三、顾客关系营销策略

第四节 中小饮料企业品牌战略思考

- 一、中小饮料企业的品牌战略
- 二、中小饮料企业的品牌战术
- 三、品牌成功经营的条件

第五节 饮料企业创造“虚拟价值”战略分析

- 一、饮料业创造“虚拟价值”的意义
- 二、碳酸饮料：打造虚拟感觉
- 三、果汁市场：策略依浓度而定
- 四、低浓度果汁：靠“虚拟价值”支撑
- 五、纯果汁：凸显营养价值
- 六、中浓度混合果汁：虚实并重
- 七、天然水：水质至上
- 八、功能茶饮料：突出功效
- 九、乳类饮料：策略随市场定位而变
- 十、乳酸菌饮品：紧贴潮流
- 十一、高端奶：营造高端形象

图表目录：

图表植物蛋白饮料的分类

图表蔬菜汁饮料的分类

图表固体饮料的分类

图表日本软饮料的分类

图表2021年饮料制造业产品产量（分地区）

图表2021年饮料制造业主要经济指标全国统计数据

图表2021年全国及各省市饮料制造业产成品统计数据

图表2021年全国及各省市饮料制造业产成品比去年同期增长

图表2021年全国及各省市饮料制造业工业销售产值统计数据

图表2021年全国及各省市饮料制造业工业销售产值比去年同期增长

图表2021年全国及各省市饮料制造业主营业务收入统计数据

更多图表见正文……

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/beverage/764439.html>