

2024-2030年饮料行业发展现状调研 与市场前景预测报告

中国产业调研网

www.cir.cn

一、基本信息

报告名称： 2024-2030年饮料行业发展现状调研与市场前景预测报告

报告编号： 1A323A7 ← 咨询订购时，请说明该编号

报告价格： 电子版：9800 元 纸质+电子版：10000 元

优惠价格： 电子版：8800 元 纸质+电子版：9100 元 可提供增值税专用发票

咨询热线： 400 612 8668、010-66181099、66182099、010-66183099

电子邮箱： kf@Cir.cn

详细内容： <https://www.cir.cn/7/3A/YinLiaoHangYeYanJiuBaoGao.html>

提示信息： 如需订阅英文、日文等其它语言版本，请向客服咨询。

二、内容介绍

饮料市场持续多元化，从碳酸饮料、果汁、茶饮到功能性饮料，消费者的选择日益丰富。随着健康意识的提升，低糖、无糖、天然成分的饮料成为市场新宠。品牌竞争激烈，市场细分化明显，个性化与定制化服务逐渐成为吸引消费者的新策略。

未来饮料行业将更加注重健康与功能性。随着消费者对健康生活的追求，天然、有机、富含益生菌或功能性成分的饮料将获得更多关注。同时，饮料品牌将利用大数据与AI技术，提供更加个性化的饮品推荐，满足消费者的独特口味与健康需求。

第一部分 产业环境透视

第一章 饮料行业发展综述

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

第三节 饮料行业统计标准

- 一、统计部门和统计口径

二、行业主要统计方法介绍

三、行业涵盖数据种类介绍

第四节 饮料行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒／退出机制

五、风险性

六、行业周期

第二章 中国饮料行业发展环境分析

第一节 经济环境分析

一、国家宏观经济环境

二、行业宏观经济环境

第二节 政策环境分析

一、行业法规及政策

二、行业发展规划

第三节 技术环境分析

一、主要生产技术分析

二、技术发展趋势分析

第二部分 市场深度调研

第三章 2024-2030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 2024-2030年中国饮料行业运行状况

一、2023年我国饮料行业发展状况分析

二、2023年我国饮料行业运行分析

三、2023年我国饮料行业发展分析

第三节 2024-2030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 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槛
- 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

第四章 2024-2030年中国饮料市场分析

第一节 2024-2030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

第二节 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

第三节 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

第四节 2024-2030年各地区饮料市场分析

- 一、老北京品牌饮料回归京城市场
- 二、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

第五章 2024-2030年软饮料细分市场分析

第一节 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、本土碳酸饮料企业发展路径选择

第二节 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、2023年国内首款清真果汁饮料上市

五、我国饮料企业开发沙棘果汁新品

第三节 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、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、2023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、体育营销成为饮用水行业竞争焦点

四、我国饮用水监测体系建设概况

五、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

第六章 2024-2030年酒饮料市场分析

第一节 啤酒

一、2023年我国啤酒行业发展特点分析

二、2023年中国啤酒行业运行简况

三、“十三五”我国啤酒行业发展展望

四、未来我国啤酒产业发展趋势分析

第二节 白酒

一、2023年我国白酒市场整合步伐加速

- 二、2023年我国白酒市场运行状况
- 三、中国白酒在国际市场的发展状况分析
- 四、中国白酒行业快速扩张下的隐患分析

第三节 葡萄酒

- 一、2023年葡萄酒行业准入政策实施
- 二、2023年中国葡萄酒行业运行分析
- 三、2023年我国葡萄酒行业发展现状
- 四、“十三五”我国葡萄酒行业发展规划

第四节 黄酒

- 一、2023年中国黄酒行业发展解析
- 二、2023年黄酒行业运行分析
- 三、“十三五”我国黄酒行业发展规划
- 四、黄酒行业新进入者的市场策略探析

第七章 2024-2030年茶饮料市场分析

第一节 2024-2030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

第二节 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

第三节 2024-2030年茶饮料市场发展分析

- 一、2023年中国茶饮料市场发展状况
- 二、2023年中国茶饮料市场运行分析
- 三、2023年中国茶饮料市场发展动态

第四节 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

第八章 2024-2030年饮料行业原料供应分析

第一节 2024-2030年中国食糖工业概况

一、中国制糖行业发展成就回顾

二、我国食糖行业发展运行状况分析

三、我国食糖进出口状况分析

第二节 2024-2030年中国水果产业分析

一、中国水果的种植与分布状况

二、2023年中国水果市场运行情况

三、2023年中国水果市场运行分析

四、2023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 2024-2030年中国蔬菜产业分析

一、我国蔬菜产业发展回顾

二、2023年中国蔬菜行业发展简况

三、2023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

第九章 2024-2030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、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

第十章 2024-2030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、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、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

第三部分 竞争格局分析

第十一章 饮料市场竞争格局及集中度分析

第一节 饮料行业国际竞争格局分析

- 一、国际饮料市场发展状况
- 二、国际饮料市场竞争格局
- 三、国际饮料市场发展趋势分析
- 四、国际饮料重点企业竞争力分析

第二节 饮料行业国内竞争格局分析

- 一、国内饮料行业市场规模分析
- 二、国内饮料行业竞争格局分析
- 三、国内饮料行业竞争力分析

第三节 饮料行业集中度分析

- 一、行业销售收入集中度分析
- 二、行业利润集中度分析
- 三、行业工业总产值集中度分析
- 四、行业区域集中度分析

第十二章 饮料行业区域市场分析

第一节 行业总体区域结构特征分析

- 一、行业区域结构总体特征
- 二、行业区域集中度分析
- 三、行业区域分布特点分析
- 四、行业规模指标区域分布分析
- 五、行业效益指标区域分布分析
- 六、行业企业数的区域分布分析

第二节 华东地区饮料行业分析

- 一、行业发展现状分析
- 二、市场规模情况分析
- 三、市场需求情况分析
- 四、行业发展前景预测

第三节 华南地区饮料行业分析

- 一、行业发展现状分析
- 二、市场规模情况分析
- 三、市场需求情况分析
- 四、行业发展前景预测

第四节 华中地区饮料行业分析

- 一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第五节 华北地区饮料行业分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第六节 东北地区饮料行业分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第七节 西部地区饮料行业分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第十三章 中国饮料行业生产企业经营分析

第一节 统一企业股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业产品结构分析

四、企业技术水平分析

五、企业盈利能力分析

六、企业销售渠道与网络

七、企业优势与劣势分析

八、企业最新发展动向分析

第二节 杭州娃哈哈集团有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业产品结构分析

四、企业技术水平分析

五、企业盈利能力分析

六、企业销售渠道与网络

七、企业优势与劣势分析

八、企业最新发展动向分析

第三节 内蒙古蒙牛乳业集团股份有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业产品结构分析
- 四、企业技术水平分析
- 五、企业盈利能力分析
- 六、企业销售渠道与网络
- 七、企业优势与劣势分析
- 八、企业最新发展动向分析

第四节 康师傅控股有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业产品结构分析
- 四、企业技术水平分析
- 五、企业盈利能力分析
- 六、企业销售渠道与网络
- 七、企业优势与劣势分析
- 八、企业最新发展动向分析

第五节 北京汇源饮料食品集团有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业产品结构分析
- 四、企业技术水平分析
- 五、企业盈利能力分析
- 六、企业销售渠道与网络
- 七、企业优势与劣势分析
- 八、企业最新发展动向分析

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、企业经营状况分析
- 三、企业产品结构分析
- 四、企业技术水平分析
- 五、企业盈利能力分析
- 六、企业销售渠道与网络
- 七、企业优势与劣势分析

八、企业最新发展动向分析

第七节 河北承德露露股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业产品结构分析

四、企业技术水平分析

五、企业盈利能力分析

六、企业销售渠道与网络

七、企业优势与劣势分析

八、企业最新发展动向分析

第八节 天地壹号饮料股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、业产品结构分析

四、企业技术水平分析

五、企业盈利能力分析

六、企业销售渠道与网络

七、企业优势与劣势分析

八、企业最新发展动向分析

第九节 厦门银鹭集团

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业产品结构分析

四、企业技术水平分析

五、企业盈利能力分析

六、企业销售渠道与网络

七、企业优势与劣势分析

八、企业最新发展动向分析

第十节 椰树集团有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业产品结构分析

四、企业技术水平分析

五、企业盈利能力分析

六、企业销售渠道与网络

七、企业优势与劣势分析

八、企业最新发展动向分析

第四部分 发展前景展望

第十四章 2024-2030年饮料行业前景及趋势预测

第一节 2024-2030年饮料市场发展前景

- 一、饮料市场发展潜力
- 二、饮料市场发展前景展望
- 三、饮料细分行业发展前景分析

第二节 2024-2030年饮料市场发展趋势预测

- 一、饮料行业发展趋势分析
 - 1、技术发展趋势分析
 - 2、产品发展趋势分析
- 二、饮料行业市场规模预测
 - 1、饮料行业市场容量预测
 - 2、饮料行业销售收入预测
- 三、饮料行业细分市场发展趋势预测

第十五章 2024-2030年饮料行业投资机会与风险防范

第一节 中国饮料行业投资特性分析

- 一、饮料行业进入壁垒分析
- 二、饮料行业盈利模式分析
- 三、饮料行业盈利因素分析

第二节 中国饮料行业投资情况分析

- 一、饮料行业总体投资及结构
- 二、饮料行业投资规模情况
- 三、饮料行业投资项目分析

第三节 中国饮料行业投资风险

- 一、饮料行业政策风险
- 二、饮料行业供求风险
- 三、饮料行业宏观经济波动风险
- 四、饮料行业关联产业风险
- 五、饮料行业产品结构风险
- 六、饮料行业技术风险
- 七、其他风险

第四节 饮料行业投资机会

- 一、产业链投资机会
- 二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、饮料行业投资机遇

第五部分 发展战略研究

第十六章 饮料行业发展战略研究

第一节 饮料行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对中国饮料品牌的战略思考

一、饮料品牌的重要性

二、饮料实施品牌战略的意义

三、饮料企业品牌的现状分析

四、中国饮料企业的品牌战略

五、饮料品牌战略管理的策略

第三节 饮料行业经营策略分析

一、饮料市场细分策略

二、饮料市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、饮料新产品差异化战略

第四节 中智林—济研：饮料行业投资战略研究

一、2023年饮料行业投资战略

二、2024-2030年饮料行业投资战略

三、2024-2030年细分行业投资战略

图表目录

图表 饮料行业生命周期

图表 饮料行业产业链结构

图表 2024-2030年中国饮料行业盈利能力分析

图表 2024-2030年中国饮料行业运营能力分析

图表 2024-2030年中国饮料行业偿债能力分析

图表 2024-2030年中国饮料行业发展能力分析

图表 2024-2030年中国饮料行业经营效益分析

图表 2024-2030年不同规模企业利润总额分布

图表 2024-2030年饮料行业不同规模企业从业人员分布

图表 2024-2030年饮料行业不同规模企业销售收入分布

图表 2024-2030年饮料行业不同规模企业资产总额分布

图表 2024-2030年饮料行业不同规模企业数量分布

图表 2024-2030年饮料行业不同性质企业利润总额分布

图表 2024-2030年饮料行业不同性质企业从业人员分布

图表 2024-2030年饮料行业不同性质企业销售收入分布

图表 2024-2030年饮料行业不同性质企业资产总额分布

图表 2024-2030年饮料行业不同性质企业数量分布

图表 2024-2030年全球饮料行业市场规模

图表 2024-2030年中国饮料行业市场规模

图表 2024-2030年饮料行业重要数据指标比较

图表 2024-2030年中国饮料市场占全球份额比较

图表 2024-2030年饮料行业工业总产值

图表 2024-2030年饮料行业销售收入

图表 2024-2030年饮料行业利润总额

图表 2024-2030年饮料行业资产总计

图表 2024-2030年饮料行业负债总计

图表 2024-2030年饮料行业竞争力分析

图表 2024-2030年饮料市场价格走势

图表 2024-2030年饮料行业主营业务收入

图表 2024-2030年饮料行业主营业务成本

图表 2024-2030年饮料行业销售费用分析

图表 2024-2030年饮料行业管理费用分析

图表 2024-2030年饮料行业财务费用分析

图表 2024-2030年饮料行业销售毛利率分析

图表 2024-2030年饮料行业销售利润率分析

图表 2024-2030年饮料行业成本费用利润率分析

图表 2024-2030年饮料行业总资产利润率分析

图表 2024-2030年饮料行业产能分析

.....

图表 2024-2030年饮料行业需求分析

图表 2024-2030年饮料行业进口数据

.....

图表 2024-2030年饮料行业集中度

图表 2024-2030年饮料行业市场规模预测

图表 2024-2030年饮料行业销售收入预测

图表 2024-2030年饮料行业产量预测

图表 2024-2030年饮料行业竞争格局预测

略……

订阅“2024-2030年饮料行业发展现状调研与市场前景预测报告”，编号：1A323A7，

请致电：400 612 8668、010-6618 1099、010-66182099、010-66183099

Email邮箱：kf@Cir.cn

详细内容：<https://www.cir.cn/7/3A/YinLiaoHangYeYanJiuBaoGao.html>

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！！