

2020-2026年中国软饮料行业分析与投资策略报告

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

《2020-2026年中国软饮料行业分析与投资策略报告》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/202002/152188.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

造成碳酸饮料市场下滑的原因其实是终端消费群体的消费意识发生了改变。碳酸饮料被贴上了“不健康”的标签，消费者互相教育少喝可乐，这样负面的口碑使得碳酸饮料的市场缩减。

消费升级背景之下，碳酸饮料高糖高热量让许多追求健康的消费者望而却步，果汁、粗粮饮品、醋饮料等主打“健康概念”的产品成为饮料市场新宠，预计未来碳酸饮料的市场份额将继续被茶饮料、果汁饮料等抢占，地位继续下降。但考虑到我国过去消费碳酸饮料的群体较为庞大，因此在较长时期内，碳酸饮料的市场空间依然存在。果汁和茶饮料等品类的崛起并不能完全替代碳酸饮料的消费，可以说，经过一段时间的高速发展之后，中国碳酸饮料行业逐渐步入其生命周期的成熟阶段。

中企顾问网研究中心发布的《2020-2026年中国软饮料行业分析与投资策略报告》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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

中企顾问网研究中心是国内权威的市场调查、行业分析，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：

第1章：中国软饮料行业发展综述

1.1 软饮料行业定义及分类

1.1.1 行业概念及定义

1.1.2 行业主要产品大类

1.2 软饮料行业统计标准

1.2.1 软饮料行业统计部门和统计口径

1.2.2 软饮料行业统计方法

1.2.3 软饮料行业数据种类

1.3 行业经济环境分析

1.3.1 国际宏观经济环境分析

(1) 全球贸易形势分析

(2) 全球经济发展分析

1.3.2 国家宏观经济环境分析

(1) 国内生产总值分析

(2) 工业增加值分析

(3) 制造业PMI指数分析

1.4 行业政策环境分析

1.4.1 行业相关政策

1.4.2 行业相关行业标准

1.4.3 行业质量安全法规

1.4.4 行业贸易环境分析

1.4.5 行业发展规划

(1) 饮料行业发展规划

(2) 乳制品行业发展规划

(3) 果汁行业相关产业规划

1.5 行业社会环境分析

1.5.1 社会消费观念变化的影响

1.5.2 行业发展面临的资源瓶颈

1.5.3 行业发展面临的安全问题

第2章：中国软饮料行业发展状况分析

2.1 中国软饮料行业发展状况分析

2.1.1 中国软饮料行业发展总体概况

(1) 软饮料产品总量

(2) 软饮料生产区域

(3) 软饮料产品结构

2.1.2 软饮料行业经营情况分析

(1) 软饮料行业经营效益分析

(2) 软饮料行业盈利能力分析

(3) 软饮料行业运营能力分析

(4) 软饮料行业偿债能力分析

(5) 软饮料行业发展能力分析

2.2 软饮料行业经济指标分析

2.2.1 中国软饮料行业经济效益影响因素分析

2.2.2 软饮料行业经济指标分析

2.3 软饮料行业供需平衡分析

2.3.1 全国软饮料行业供给情况分析

2.3.2 各地区软饮料行业供给情况分析

2.3.3 全国软饮料行业需求情况分析

2.3.4 各地区软饮料行业需求情况分析

2.3.5 全国软饮料行业产销率分析

第3章：中国软饮料行业产业链分析

3.1 软饮料行业产业链简介

3.2 行业消费需求分析

3.2.1 居民收入水平分析

3.2.2 居民消费水平分析

3.2.3 软饮料消费量分析

3.2.4 行业产品消费特征分析

3.2.5 行业产品消费趋势分析

3.3 行业上游相关市场分析

3.3.1 水果行业发展分析

（1）水果供应区域分析

（2）水果供应规模分析

（3）水果需求状况分析

（4）水果价格走势分析

（5）水果市场走势对行业影响分析

3.3.2 蔬菜行业发展分析

（1）蔬菜供应现状分析

（2）蔬菜需求现状分析

（3）蔬菜价格走势分析

（4）蔬菜市场走势对行业影响分析

3.3.3 乳制品行业发展分析

（1）乳制品供应规模分析

（2）乳制品供应区域分析

- (3) 乳制品需求状况分析
- (4) 乳制品价格走势分析
- (5) 乳制品市场走势对行业影响分析

3.3.4 食糖行业发展分析

- (1) 食糖主产区域分析
- (2) 食糖供应规模分析
- (3) 食糖需求规模分析
- (4) 食糖价格走势分析
- (5) 食糖市场走势对行业影响分析

3.3.5 食品添加剂行业发展分析

- (1) 食品添加剂供应现状分析
- (2) 食品添加剂需求现状分析
- (3) 食品添加剂价格走势分析
- (4) 食品添加剂市场走势对行业影响分析

3.3.6 饮料包装行业发展分析

- (1) 塑料包装行业分析
- (2) 金属包装行业分析
- (3) 玻璃包装行业分析
- (4) 纸包装行业分析

3.3.7 冷链物流行业发展分析

- (1) 冷链物流行业发展状况分析
- (2) 冷链物流对行业的影响分析
- (3) 行业发展趋势

第4章：中国软饮料行业市场竞争状况分析

4.1 行业国际市场竞争状况分析

4.1.1 主要国家软饮料市场发展状况

- (1) 美国软饮料市场分析
- (2) 欧洲软饮料市场分析
- (3) 日本软饮料市场分析

4.1.2 国际软饮料市场竞争状况分析

4.1.3 国际软饮料市场发展趋势分析

4.2 行业国内市场竞争状况分析

4.2.1 软饮料行业市场规模分析

4.2.2 国内软饮料行业集中度分析

(1) 行业销售集中度分析

(2) 行业资产集中度分析

(3) 行业利润集中度分析

4.2.3 软饮料行业五力模型分析

(1) 软饮料行业现有竞争者分析

(2) 软饮料行业上游议价能力分析

(3) 软饮料行业下游议价能力分析

(4) 软饮料行业替代者威胁分析

(5) 软饮料行业潜在进入者威胁分析

(6) 软饮料行业竞争状况总结

4.3 行业投资兼并与重组整合分析

4.3.1 行业投资兼并与重组整合概况

4.3.2 行业投资兼并与重组整合特征

4.3.3 行业投资兼并与重组整合趋势

第5章：中国软饮料行业主要市场分析

5.1 软饮料市场发展情况

5.2 碳酸饮料行业发展分析

5.2.1 碳酸饮料行业发展规模

5.2.2 碳酸饮料行业产销分析

(1) 碳酸饮料产品结构

(2) 碳酸饮料生产情况

(3) 碳酸饮料消费情况

5.2.3 碳酸饮料行业地位分析

5.2.4 碳酸饮料消费地域特征

5.2.5 碳酸饮料行业竞争情况

5.2.6 碳酸饮料行业发展前景

5.3 果菜汁及果菜汁饮料行业发展分析

5.3.1 果菜汁及果菜汁饮料行业发展规模

5.3.2 果菜汁及果菜汁饮料行业产量分析

(1) 果菜汁及果菜汁饮料产品结构

(2) 果菜汁及果菜汁饮料生产情况

5.3.3 果菜汁及果菜汁饮料行业地位分析

5.3.4 果菜汁及果菜汁饮料消费地域特征

5.3.5 果菜汁及果菜汁饮料行业竞争情况

5.3.6 果菜汁及果菜汁饮料行业发展前景

5.4 茶饮料及其他软饮料行业发展分析

5.4.1 茶饮料及其他软饮料行业发展规模

5.4.2 茶饮料及其他软饮料行业产销情况

(1) 茶饮料及其他软饮料产品结构

(2) 茶饮料及其他软饮料生产情况

(3) 茶饮料及其他软饮料消费情况

5.4.3 茶饮料及其他饮料行业地位分析

5.4.4 茶饮料及其他软饮料消费地域特征

5.4.5 茶饮料及其他软饮料行业竞争情况

5.4.6 茶饮料及其他软饮料行业发展前景

5.5 瓶（罐）装饮用水行业发展分析

5.5.1 瓶（罐）装饮用水行业发展规模

(1) 瓶（罐）装饮用水产品结构

(2) 瓶（罐）装饮用水生产情况

5.5.2 瓶（罐）装饮用水行业地位分析

5.5.3 瓶（罐）装饮用水行业竞争情况

5.5.4 瓶（罐）装饮用水消费地域特性

5.5.5 瓶（罐）装饮用水行业发展前景

5.6 含乳饮料和植物蛋白饮料行业发展分析

5.6.1 含乳饮料和植物蛋白饮料行业发展规模

5.6.2 含乳饮料和植物蛋白饮料行业产销情况

(1) 含乳饮料和植物蛋白饮料产品结构

(2) 含乳饮料和植物蛋白饮料生产情况

(3) 含乳饮料和植物蛋白饮料消费情况

5.6.3 含乳饮料和植物蛋白饮料行业地位分析

- 5.6.4 含乳饮料和植物蛋白饮料行业竞争情况
- 5.6.5 含乳饮料和植物蛋白饮料消费地域特性
- 5.6.6 含乳饮料和植物蛋白饮料行业发展趋势
- 5.7 固体饮料行业发展分析
 - 5.7.1 固体饮料行业发展规模
 - 5.7.2 固体饮料行业产销情况
 - (1) 固体饮料产品结构
 - (2) 固体饮料生产情况
 - (3) 固体饮料消费情况
 - 5.7.3 固体饮料行业地位分析
 - 5.7.4 固体饮料行业竞争情况
 - 5.7.5 固体饮料消费区域特性
 - 5.7.6 固体饮料行业发展前景

第6章：中国软饮料行业市场营销分析

- 6.1 中国软饮料行业销售渠道分析
 - 6.1.1 商超渠道
 - 6.1.2 餐饮渠道
 - 6.1.3 食杂店渠道
 - 6.1.4 摊点渠道
 - 6.1.5 自动售货机渠道
 - 6.1.6 其他销售渠道
- 6.2 中国软饮料行业营销策略分析
 - 6.2.1 产品策略
 - (1) 产品定位
 - (2) 产品市场
 - (3) 产品品类
 - (4) 产品包装
 - (5) 产品生产工艺
 - (6) 产品渠道
 - 6.2.2 品牌形象策略
 - (1) 品牌定位

(2) 品牌命名

(3) 品牌个性

6.2.3 定价策略

(1) 定价因素

(2) 定价方法

(3) 变价控制

6.2.4 促销策略

(1) 广告营销策划

(2) 销售促进策划

(3) 公共关系策划

(4) 节日营销策略

6.2.5 异业联合营销

6.3 中国软饮料行业营销案例分析

6.3.1 可口可乐营销案例分析

(1) 可口可乐营销策略

(2) 市场细分和定位策略

(3) 产品策略

(4) 价格策略

(5) 分销策略

(6) 促销策略

(7) 互联网营销

(8) 微博营销

(9) 跨界合作

6.3.2 汇源营销案例分析

(1) 产品分析

(2) 定位策略

(3) 广告策略

6.3.3 加多宝营销案例分析

6.3.4 美汁源营销分析

(1) 产品分析

(2) 广告策略

6.3.5 康师傅营销案例分析

- (1) 产品策略
- (2) 价格策略
- (3) 渠道策略
- (4) 整合营销传播策略
- (5) 康师傅营销策略对茶饮企业的启示

第7章：软饮料行业重点区域市场分析

7.1 行业总体区域结构特征分析

7.1.1 行业区域结构总体特征

- (1) 各区域企业数量占比情况
- (2) 各区域销售收入占比情况
- (3) 各区域资产总额占比情况

7.1.2 行业区域集中度分析

7.2 华北地区软饮料行业产销情况分析

7.2.1 北京市软饮料行业产销情况分析

7.2.2 天津市软饮料行业产销情况分析

7.2.3 河北省软饮料行业产销情况分析

7.2.4 山西省软饮料行业产销情况分析

7.2.5 内蒙古软饮料行业产销情况分析

7.3 华南地区软饮料行业产销情况分析

7.3.1 广东省软饮料行业产销情况分析

7.3.2 广西软饮料行业产销情况分析

7.3.3 海南省软饮料行业产销情况分析

7.4 华东地区软饮料行业产销情况分析

7.4.1 上海市软饮料行业产销情况分析

7.4.2 江苏省软饮料行业产销情况分析

7.4.3 浙江省软饮料行业产销情况分析

7.4.4 山东省软饮料行业产销情况分析

7.4.5 福建省软饮料行业产销情况分析

7.4.6 安徽省软饮料行业产销情况分析

7.4.7 江西省软饮料行业产销情况分析

7.5 华中地区软饮料行业产销情况分析

- 7.5.1 湖南省软饮料行业产销情况分析
- 7.5.2 湖北省软饮料行业产销情况分析
- 7.5.3 河南省软饮料行业产销情况分析
- 7.6 西南地区软饮料行业产销情况分析
 - 7.6.1 重庆市软饮料行业产销情况分析
 - 7.6.2 四川省软饮料行业产销情况分析
 - 7.6.3 贵州省软饮料行业产销情况分析
 - 7.6.4 云南省软饮料行业产销情况分析
- 7.7 东北地区软饮料行业产销情况分析
 - 7.7.1 吉林省软饮料行业产销情况分析
 - 7.7.2 辽宁省软饮料行业产销情况分析
 - 7.7.3 黑龙江省软饮料行业产销情况分析
- 7.8 西北地区软饮料行业产销情况分析
 - 7.8.1 陕西省软饮料行业产销情况分析
 - 7.8.2 甘肃省软饮料行业产销情况分析
 - 7.8.3 青海省软饮料行业产销情况分析
 - 7.8.4 宁夏软饮料行业产销情况分析
 - 7.8.5 新疆软饮料行业产销情况分析

第8章：软饮料行业主要企业生产经营分析

- 8.1 中国碳酸饮料行业领先企业个案分析
 - 8.1.1 可口可乐（中国）饮料有限公司经营情况分析
 - （1）企业发展简况分析
 - （2）企业经营状况分析
 - （3）企业产品结构分析
 - （4）企业销售渠道与网络
 - （5）企业经营状况优劣势分析
 - 8.1.2 广东太古可口可乐有限公司经营情况分析
 - （1）企业发展简况分析
 - （2）企业经营情况分析
 - （3）企业产品结构分析
 - （4）企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

8.1.3 上海申美饮料食品有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业组织架构分析

(4) 企业产品结构分析

(5) 企业销售渠道与网络

(6) 企业经营状况优劣势分析

8.1.4 浙江太古可口可乐饮料有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构分析

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

8.1.5 百事(中国)有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构分析

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

8.2 中国果菜汁及果菜汁饮料行业领先企业个案分析

8.2.1 陕西海升果业发展股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业产品结构分析

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

8.2.2 可口可乐装瓶商生产(东莞)有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业产品结构分析

(4) 企业经营状况优劣势分析

8.2.3 武汉统一企业食品有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产销能力分析
- (3) 企业产品结构分析
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

8.2.4 中国汇源果汁集团有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业产品结构分析
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

8.2.5 椰树集团有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业组织架构分析
- (4) 企业产品结构分析
- (5) 企业销售渠道与网络
- (6) 企业经营状况优劣势分析

8.3 中国茶饮料及其他软饮料行业领先企业个案分析

8.3.1 乐天澳的利饮料有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业产品结构分析
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

8.3.2 广东加多宝饮料食品有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业产品结构分析
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

8.3.3 浙江加多宝饮料有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业产品结构分析
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

8.3.4 杭州顶津食品有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业产品结构分析
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

8.3.5 广州顶津食品有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业产品结构分析
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

8.4 中国瓶（罐）装饮用水行业领先企业个案分析

8.4.1 华润怡宝饮料（中国）有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业产品结构分析
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

8.4.2 沈阳润田食品饮料有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业产品结构分析
- (4) 企业经营状况优劣势分析

8.4.3 深圳达能益力泉饮品有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析

- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业产品结构分析
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

8.4.4 广州屈臣氏食品饮料有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业产品结构分析
- (4) 企业经营状况优劣势分析

8.4.5 农夫山泉杭州千岛湖饮用水有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业产品结构分析
- (4) 企业经营状况优劣势分析

8.5 中国含乳饮料和植物蛋白饮料行业领先企业个案分析

8.5.1 厦门银鹭食品集团有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业产品结构分析
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

8.5.2 河北承德露露股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业组织架构分析
- (8) 企业产品结构分析
- (9) 企业销售渠道与网络
- (10) 企业经营状况优劣势分析

8.5.3 乐百氏（广东）食品饮料有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业产品结构分析
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

8.5.4 广州明旺乳业有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业产品结构分析
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

8.5.5 内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构分析
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营状况优劣势分析

8.6 中国固体饮料制造行业领先企业个案分析

8.6.1 维维食品饮料股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构分析
- (8) 企业销售渠道与网络

(9) 企业经营状况优劣势分析

8.6.2 黑牛食品股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

(7) 企业组织架构分析

(8) 企业产品结构分析

(9) 企业销售渠道与网络

(10) 企业经营状况优劣势分析

8.6.3 卡夫广通食品有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业产品结构分析

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

8.6.4 浙江香飘飘食品有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业产品结构分析

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

8.6.5 广西梧州冰泉实业股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业组织架构分析

(4) 企业产品结构分析

(5) 企业销售渠道与网络

(6) 企业经营状况优劣势分析

第9章：中国软饮料行业投资与前景分析

9.1 中国软饮料行业投资风险

9.1.1 软饮料行业外部环境风险

9.1.2 软饮料行业政策环境风险

9.1.3 软饮料行业供需环境风险

9.1.4 软饮料行业技术环境风险

9.1.5 软饮料企业经营管理风险

9.1.6 软饮料行业其他环境风险

（1）行业企业竞争风险

（2）行业产业链风险

（3）市场运营管理风险

9.2 中国软饮料行业投资特性分析

9.2.1 软饮料行业进入壁垒分析

（1）行业规模经济壁垒

（2）行业销售渠道壁垒

（3）行业产品品牌壁垒

9.2.2 软饮料行业盈利模式分析

9.2.3 软饮料行业盈利因素分析

9.3 中国软饮料行业发展趋势与投资建议

9.3.1 软饮料市场发展趋势分析

9.3.2 软饮料行业投资建议分析

（1）软饮料行业热点投资地域分析

（2）软饮料行业热点投资方式分析

9.3.3 软饮料行业资本运作模式建议分析

（1）软饮料行业融资方式与选择建议

（2）软饮料行业海外资本市场运作建议

图表目录

图表1：中国软饮料主要产品大类的定义及产品划分

图表2：世界货物贸易额增长情况（单位：亿美元，%）

图表3：2015-2019年全球GDP运行趋势（单位：%）

图表4：2015-2019年中国GDP总额及增长率变化走势图（单位：亿元，%）

图表5：2015-2019年中国工业增加值趋势图（单位：万亿元，%）

图表6：2015-2019年规模以上工业增加值同比增长速度（按月度）（单位：%）

图表7：2013-2019年中国制造业PMI走势图（单位：%）

图表8：2019年中国制造业PMI指数（单位：%）

图表9：我国软饮料行业相关政策汇总

图表10：我国软饮料产品保质期标准

图表11：我国软饮料产品卫生标准

图表12：《中华人民共和国食品安全法》主要内容

图表13：《中国饮料行业发展规划建议》主要内容

图表14：全国奶业发展规划主要目标

图表15：《食品工业发展规划》对乳制品制造行业的影响

图表16：《食品工业发展规划》果蔬汁行业产业布局及发展目标

图表17：2015-2019年我国软饮料产品总产量（单位：万吨，%）

图表18：软饮料市场产品生产区域占比情况（单位：%）

图表19：软饮料市场产品占比情况（单位：%）

图表20：软饮料行业经营效益分析（单位：家，万元，%）

图表21：中国软饮料行业盈利能力分析（单位：%）

图表22：中国软饮料行业运营能力分析（单位：次）

图表23：中国软饮料行业偿债能力分析（单位：%，倍）

图表24：中国软饮料行业发展能力分析（单位：%）

图表25：软饮料行业主要经济指标统计表（单位：万元，家，%）

图表26：2015-2019年软饮料行业工业总产值及增长率走势（单位：亿元，%）

图表27：2015-2019年软饮料行业产成品及增长率走势图（单位：亿元，%）

图表28：2015-2019年工业总产值居前的10个地区统计表（单位：万元，%）

图表29：2019年工业总产值居前的10个地区比重图（单位：%）

图表30：产成品居前的10个地区统计表（单位：万元，%）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202002/152188.html>