

2020-2026年中国饮料市场 深度评估与市场需求预测报告

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年中国饮料市场深度评估与市场需求预测报告》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/202006/169123.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

饮料行业盈利能力基本稳定。2019年1-6月，中国饮料行业盈利能力基本稳定。行业销售毛利率为29.5%，与上月相比增长0.2个百分点。饮料行业销售利润率为13%，比上月销售利润率增长0.5%。

口味是软饮料产品的核心属性，口味创新是产品创新的重中之重如果从功用性角度来追本溯源来说，软饮料的功用性本质在于解渴，而从解渴延伸，下一步便是口味。口味是软饮料产品最基本也是最核心的属性表达，厂商产品创新能力能否满足国内消费者的口味变化是决定产品能否畅销、甚至是企业生存发展的重要因素。

消费升级带来行业新趋势：健康和保健功能将更加受关注为适应消费者愈加强烈健康诉求，健康保健内涵更加丰富将是软饮料行业未来重要的发展趋势。在这种趋势之下，碳酸饮料衰落将不可避免，而符合健康特点的瓶装水、蛋白饮料、果汁、运动饮料、清淡饮料等品种则较大的市场潜力。

报告目录第一章 饮料行业发展概述

第一节 行业界定

一、饮料行业定义及分类

二、饮料行业经济特性

三、饮料行业产业链简介

第二节 饮料行业发展成熟度

一、行业发展周期分析

二、行业中外市场成熟度对比

第三节 饮料行业相关产业动态 第二章 国内饮料行业品牌产品市场规模分析

第一节 2015-2019年饮料市场规模分析

第二节 我国饮料区域结构分析

第三节 饮料区域市场规模分析

一、东北地区市场规模分析

二、华北地区市场规模分析

三、华东地区市场规模分析

四、华中地区市场规模分析

五、华南地区市场规模分析

六、西部地区市场规模分析

第四节 2020-2026年饮料市场规模预测

第三章2015-2019年我国饮料行业发展现状分析

第一节我国饮料行业发展现状

一、饮料行业品牌发展现状

二、饮料行业需求市场现状

三、饮料市场需求层次分析

四、我国饮料市场走向分析

第二节中国饮料产品技术分析

一、2015-2019年饮料产品技术变化特点

二、2015-2019年饮料产品市场的新技术

三、2015-2019年饮料产品市场现状分析

第三节中国饮料行业存在的问题

一、饮料产品市场存在的主要问题

二、国内饮料产品市场的三大瓶颈

三、饮料产品市场遭遇的规模难题

第四节对中国饮料市场的分析及思考

一、饮料市场特点

二、饮料市场分析

三、饮料市场变化的方向

四、中国饮料行业发展的新思路

五、对中国饮料行业发展的思考

第四章2015-2019年国内饮料行业品牌需求与消费者偏好调查

第一节 饮料产量统计分析

第二节 饮料历年消费量统计分析

第三节 国内饮料行业品牌产品平均价格走势分析

第四节 饮料产品目标客户群体调查

一、不同收入水平消费者偏好调查

二、不同年龄的消费者偏好调查

三、不同地区的消费者偏好调查

第五节 饮料产品的品牌市场调查

一、消费者对饮料品牌认知度宏观调查

二、消费者对饮料产品的品牌偏好调查

三、消费者对饮料品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、饮料品牌忠诚度调查

六、饮料品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第六节 不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

五、包装的影响程度

第五章 国内饮料行业品牌产品市场供需渠道分析

第一节 销售渠道特征分析

一、供需渠道定义

二、供需渠道格局

三、供需渠道形式

四、供需渠道要素对比

第二节 销售渠道对饮料行业品牌发展的重要性

第三节 饮料行业销售渠道的重要环节分析

一、批发商

二、零售商（无店铺零售、店铺零售）

三、代理商

第四节 中国饮料行业品牌产品重点区域市场渠道情况分析

一、华东

二、中南

三、华北

四、西部

第五节 销售渠道发展趋势分析

一、渠道运作趋势发展

二、渠道支持趋势发展

三、渠道格局趋势发展

四、渠道结构扁平化趋势发展

第六节 销售渠道策略分析

一、直接渠道或间接渠道的营销策略

二、长渠道或短渠道的营销策略

三、宽渠道或窄渠道的营销策略

四、单一销售渠道和多销售渠道策略

五、传统销售渠道和垂直销售渠道策略

第七节 销售渠道决策的评估方法

一、销售渠道评估数学模型介绍

二、财务评估法介绍

三、交易成本评估法介绍

四、经验评估法介绍

第八节 国内饮料行业品牌产品生产及渠道投资运作模式分析

一、国内生产企业投资运作模式

二、国内营销企业投资运作模式

三、外销与内销优势分析

第六章 国内饮料行业进出口市场情况分析

第一节 2015-2019年国内饮料行业进出口量分析

一、国内饮料行业进口分析

二、国内饮料行业出口分析

第二节 2020-2026年国内饮料行业进出口市场预测分析

一、2020-2026年国内饮料行业进口预测

二、2020-2026年国内饮料行业出口预测

第七章 饮料国内重点生产厂家分析

第一节 A公司

一、企业基本概况

二、企业经营与财务状况分析

三、企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略与规划

第二节 B公司

一、企业基本概况

二、企业经营与财务状况分析

三、企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略与规划

第三节C公司

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营与财务状况分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

第四节D公司

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营与财务状况分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

第五节E公司

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营与财务状况分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

第六节F公司

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营与财务状况分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

第八章 国内饮料行业品牌竞争格局分析

第一节饮料行业历史竞争格局概况

- 一、饮料行业集中度分析
- 二、饮料行业竞争程度分析

第二节饮料行业企业竞争状况分析

- 一、领导企业的市场力量
- 二、其他企业的竞争力

第三节2020-2026年国内饮料行业品牌竞争格局展望

第九章2020-2026年国内饮料行业品牌发展预测

第一节2020-2026年饮料行业品牌市场财务数据预测

- 一、2020-2026年饮料行业品牌市场规模预测
- 二、2020-2026年饮料行业总产值预测

三、2020-2026年饮料行业利润总额预测

四、2020-2026年饮料行业总资产预测

第二节2020-2026年饮料行业供需预测

一、2020-2026年饮料产量预测

二、2020-2026年饮料需求预测

三、2020-2026年饮料供需平衡预测

五、2020-2026年主要饮料产品进出口预测

第三节2020-2026年饮料行业投资机会

一、2020-2026年饮料行业主要领域投资机会

二、2020-2026年饮料行业出口市场投资机会

三、2020-2026年饮料行业企业的多元化投资机会

第四节 影响饮料行业发展的主要因素

一、2020-2026年影响饮料行业运行的有利因素分析

二、2020-2026年影响饮料行业运行的稳定因素分析

三、2020-2026年影响饮料行业运行的不利因素分析

四、2020-2026年我国饮料行业发展面临的挑战分析

五、2020-2026年我国饮料行业发展面临的机遇分析

第五节2020-2026年饮料行业投资风险及控制策略分析

一、饮料行业市场风险及控制策略

二、饮料行业政策风险及控制策略

三、饮料行业经营风险及控制策略

四、饮料行业技术风险及控制策略

五、饮料行业同业竞争风险及控制策略

六、饮料行业其他风险及控制策略

第十章2020-2026年国内饮料行业品牌投资价值与投资策略分析

第一节 行业SWOT模型分析

一、优势分析

二、劣势分析

三、机会分析

四、风险分析

第二节 饮料行业发展的PEST分析

一、政治和法律环境分析

二、经济发展环境分析

三、社会、文化与自然环境分析

四、技术发展环境分析

第三节 饮料行业投资价值分析

一、2015-2019年饮料市场趋势总结

二、2020-2026年饮料发展趋势分析

三、2020-2026年饮料市场发展空间

四、2020-2026年饮料产业政策趋向

五、2020-2026年饮料技术革新趋势

六、2020-2026年饮料价格走势分析

第四节 饮料行业投资风险分析

一、宏观调控风险

二、行业竞争风险

三、供需波动风险

四、技术创新风险

五、经营管理风险

六、其他风险

第五节 饮料行业投资策略分析

一、重点投资品种分析

二、重点投资地区分析

三、项目投资建议 第十一章 业内对国内饮料行业总结及企业经营战略建议

第一节 饮料行业问题总结

第二节 2020-2026年饮料行业企业的标杆管理

一、国内企业的经验借鉴

二、国外企业的经验借鉴

第三节 2020-2026年饮料行业企业的资本运作模式

一、饮料行业企业国内资本市场的运作建议

二、饮料行业企业海外资本市场的运作建议

第四节 2020-2026年饮料行业企业营销模式建议

一、饮料行业企业的国内营销模式建议

二、饮料行业企业海外营销模式建议

第五节 饮料市场的重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

图表目录

图表：饮料业生命周期

图表：饮料业从业人数

图表：2016-2019年全球饮料业市场规模

图表：2016-2019年中国饮料业市场规模

图表：2016-2019年饮料业重要数据指标比较

图表：2016-2019年中国饮料市场占全球份额比较

图表：2016-2019年饮料业工业总产值

图表：2016-2019年饮料业销售收入

图表：2016-2019年饮料业利润总额

图表：2016-2019年饮料业资产总计

图表：2016-2019年饮料业负债总计

图表：2020-2026年饮料业竞争力预测

图表：2020-2026年饮料市场价格走势预测

图表：2020-2026年饮料业主营业务收入预测

图表：2020-2026年饮料业主营业务成本预测

图表：2020-2026年饮料业销售费用预测

图表：2020-2026年饮料业管理费用预测

图表：2020-2026年饮料业财务费用预测

图表：2020-2026年饮料业销售毛利率预测

图表：2020-2026年饮料业销售利润率预测

图表：2020-2026年饮料业成本费用利润率预测

图表：2020-2026年饮料业总资产利润率预测

图表：2016-2019年国内生产总值及其增长速度

图表：2016-2019年居民消费价格涨跌幅度

……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202006/169123.html>