

2019-2025年中国饮料行业市场运营现状及投资规划研究建议报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2019-2025年中国饮料行业市场运营现状及投资规划研究建议报告》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/detail/456811.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

2019年6月全国软饮料产量为1719.9万吨，同比增长2.7%；2019年1-6月全国软饮料产量为8240.9万吨，同比增长3.3%

2015-2019年6月全国软饮料产量统计图

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 中国饮料行业发展状况综述

第一节 中国饮料行业界定

- 一、饮料行业的界定及分类
- 二、饮料行业的特征
- 三、饮料的主要用途

第二节 饮料行业相关政策

- 一、国家“十三五”产业政策
- 二、其他相关政策
- 三、出口关税政策

第三节 饮料政策发展环境

- 一、产业振兴规划
- 二、产业发展规划
- 三、行业标准政策
- 四、市场应用政策
- 五、财政税收政策

第四节 中国饮料行业发展情况分析

- 一、中国饮料行业发展历程
- 二、中国饮料行业发展面临的问题

第二章 中国饮料所属行业供给与需求情况分析

第一节 2015-2018年中国饮料所属行业总体规模

第二节 中国饮料所属行业供给概况

- 一、2015-2018年中国饮料所属行业供给情况分析

二、2016-2018年中国饮料所属行业供给特点分析

三、2019-2025年中国饮料所属行业供给预测分析

第三节 中国饮料所属行业需求概况

一、2015-2018年中国饮料所属行业需求情况分析

二、2016-2018年中国饮料所属行业市场需求特点分析

三、2019-2025年中国饮料所属行业市场需求预测分析

第四节 饮料产业供需平衡状况分析

2019Q1中国饮料销售量累计值为3532.7万吨，产销率累计值为100%，期末库存比年初减少1.2%；2018年1-12月中国饮料销售量累计值为15634.8万吨，产销率累计值为100.4%，期末库存比年初减少0.6%。

2016-2019Q1中国饮料销售量累计值

第三章 2015-2018年中国饮料所属行业总体发展情况分析

第一节 中国饮料所属行业规模情况分析

一、饮料所属行业单位规模情况分析

二、饮料所属行业人员规模状况分析

三、饮料所属行业资产规模状况分析

四、饮料所属行业市场规模状况分析

五、饮料所属行业敏感性分析

第二节 中国饮料所属行业财务能力分析

一、饮料所属行业盈利能力分析

二、饮料所属行业偿债能力分析

三、饮料所属行业营运能力分析

四、饮料所属行业发展能力分析

第四章 国内饮料产品价格走势及影响因素分析

第一节 2015-2018年国内饮料市场价格回顾

第二节 当前国内饮料市场价格及评述

第三节 国内饮料价格影响因素分析

第四节 2019-2025年国内饮料市场价格走势预测分析

第五章 饮料细分行业市场调研

第一节 饮料细分行业——A市场调研

一、A行业现状调研

二、A行业前景预测分析

第二节 饮料细分行业——B市场调研

- 一、B行业现状调研
- 二、B行业前景预测分析

第六章 饮料产业投资策略

第一节 饮料产品定位策略

- 一、市场细分策略
- 二、目标市场的选择

第二节 饮料产品开发策略

- 一、追求产品质量
- 二、促进产品多元化发展

第三节 饮料渠道销售策略

- 一、销售模式分类
- 二、市场投资建议

第四节 饮料品牌经营策略

- 一、不同品牌经营模式
- 二、如何切入开拓品牌

第五节 饮料服务策略

第七章 饮料行业竞争格局分析

第一节 中国饮料行业不同地区竞争格局

第二节 中国饮料行业的不同企业竞争格局

- 一、不同所有制企业竞争格局分析
- 二、不同规模企业竞争格局分析
- 三、国内饮料企业竞争格局分析

第三节 2019-2025年中国饮料行业竞争格局变化趋势预测

第八章 2016-2018年中国饮料产业投资分析

第一节 饮料产业投资环境

- 一、资源环境分析
- 二、市场竞争分析
- 三、政策环境分析

第二节 饮料产业投资机会分析

第三节 饮料产业投资风险及对策分析

第四节 饮料产业投资发展前景

- 一、饮料市场供需发展趋势预测分析
- 二、未来饮料产业发展展望

第九章 中国饮料行业重点企业竞争力分析

第一节 可口可乐公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析

第二节 百事可乐公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析

第三节 内蒙古伊利实业集团

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析

第四节 河北承德露露股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析

第五节 青岛啤酒股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析

第六节 通化葡萄酒股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析

第十章 饮料企业发展策略分析

第一节 饮料市场策略分析

一、饮料价格策略分析

二、饮料渠道策略分析

第二节 饮料销售策略分析

一、媒介选择策略分析

二、产品定位策略分析

三、企业宣传策略分析

第三节 提高饮料企业竞争力的策略

一、提高中国饮料企业核心竞争力的对策

二、饮料企业提升竞争力的主要方向

三、影响饮料企业核心竞争力的因素及提升途径

四、提高饮料企业竞争力的策略

第四节 对我国饮料品牌的战略思考

一、饮料实施品牌战略的意义

二、饮料企业品牌的现状分析

三、我国饮料企业的品牌战略

四、饮料品牌战略管理的策略

第十一章 中国饮料产业市场竞争策略建议

第一节 中国饮料市场竞争策略建议

一、饮料市场定位策略建议

二、饮料产品开发策略建议

三、饮料渠道竞争策略建议

四、饮料品牌竞争策略建议

五、饮料价格竞争策略建议

六、饮料客户服务策略建议

第二节 中国饮料产业竞争战略建议

一、饮料 竞争战略选择建议

二、饮料产业升级策略建议

三、饮料产业转移策略建议

四、饮料价值链定位建议

第十二章 饮料行业风险趋势预测与对策

第一节 饮料行业风险分析

- 一、饮料市场竞争风险
- 二、饮料原材料压力风险分析
- 三、饮料技术风险分析
- 四、饮料政策和体制风险
- 五、进入退出风险

第二节 饮料行业投资风险及应对措施

- 一、2019-2025年饮料行业市场风险及应对措施
- 二、2019-2025年饮料行业政策风险及应对措施
- 三、2019-2025年饮料行业经营风险及应对措施
- 四、2019-2025年饮料同业竞争风险及应对措施
- 五、2019-2025年饮料行业其他风险及应对措施

第十三章 2019-2025年饮料行业盈利模式与投资策略探讨

第一节 国外饮料行业投资现状及经营模式分析

- 一、境外饮料行业成长情况调查
- 二、经营模式借鉴
- 三、在华投资新趋势动向

第二节 我国饮料行业商业模式探讨

第三节 我国饮料行业投资国际化发展战略分析

- 一、战略优势分析
- 二、战略机遇分析
- 三、战略规划目标
- 四、战略措施分析

第四节 我国饮料行业投资策略分析

第五节 饮料行业最优投资路径设计

- 一、投资对象
- 二、投资模式
- 三、预期财务状况分析
- 四、风险资本退出方式

第十四章 饮料投资机会分析与项目投资建议

第一节 饮料投资机会分析（AK LT）

第二节 饮料投资趋势预测

第三节 项目投资建议

- 一、饮料行业投资环境考察

二、饮料投资风险及应对措施

三、饮料产品投资方向建议

四、饮料项目投资建议

1、技术应用注意事项

2、项目投资注意事项

3、生产开发注意事项

4、销售注意事项

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/456811.html>