

# 中国饮料行业现状深度研究与发展前景预测报告 (2024-2031年)

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《中国饮料行业现状深度研究与发展前景预测报告（2024-2031年）》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：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202406/713268.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

饮料是供人饮用的液体，它是经过定量包装的，供直接饮用或按一定比例用水冲调或冲泡饮用的，乙醇含量（质量分数）不超过0.5%的制品饮料，也可分为饮料浓浆或固体形态，它的作用是解渴、补充能量等功能。

饮料按照有无酒精可分为含酒精饮料和无酒精饮料，其中，含酒精饮料主要包括发酵酒、蒸馏酒和配制酒；无酒精饮料主要包括碳酸类饮料、果蔬汁饮料、功能饮料、茶类饮料、含乳饮料和咖啡饮料。

饮料分类

分类方式

品类

含酒精饮料

发酵酒

蒸馏酒

配制酒

无酒精饮料

碳酸类饮料

果蔬汁饮料

功能饮料

茶类饮料

含乳饮料

咖啡饮料

资料来源：公开资料、观研天下整理

从产量来看，近五年我国饮料产量呈现波动变化趋势。国家统计局数据显示，2023年我国饮料产量为17499.8万吨，同比增速4.1%。

数据来源：国家统计局、观研天下整理

饮料行业壁垒

1、品牌壁垒

随着人们生活水平的提升，人们对于饮料的选择更加看重的是消费品牌所传达的理念和产品质量。知名饮料品牌更容易获得消费者的信任，且部分消费者具有品牌忠诚度，会习惯性消费特定品牌的饮料，形成品牌黏性。产品的品牌形象从某种程度上是饮料企业产品品质的保证和反映，塑造、维护一个知名品牌需要饮料企业经过产品研发与创新、生产质量管理、营销与推广等多方面长时间地投入与积累。因此，对于新进入饮料行业的企业，很难在短时间内形成自己的品牌影响力，原有知名饮料品牌的信誉度和因客户黏性而形成的客户基础均是

进入饮料行业的壁垒。

## 2、营销网络壁垒

目前我国饮料行业仍以线下零售渠道为主流，饮料企业需要有健全的密集型销售网络来满足消费者便利性的购买需求，因此营销网络的建设对于饮料企业的发展起着至关重要的作用。而营销网络的开拓、建设和维护是一个复杂而艰难的过程，需要时间和经验的积累。目前我国知名的饮料企业已在营销网络建设、市场推广与销售人才培养等方面投入了大量的资源并积累了丰富的经验，对于新进入饮料行业的企业来说，难以在短时间内建立较为完善的营销网络并与知名饮料企业竞争。

## 3、规模化经营壁垒

规模化生产能力使得饮料领先企业具有多方面优势。首先，具备大规模生产能力的饮料企业更容易获得产业链上游供应商及下游销售渠道的认同，并逐渐形成上下游互惠互利的长期战略合作关系，为饮料企业提供较强的议价能力。其次，规模化经营形成的规模效应，可以使饮料企业在降低采购及生产成本的同时提升产品质量，形成多方面竞争优势。规模化经营的形成需要饮料企业具备一定的资源优势 and 雄厚的资本实力，在产品研发、生产及质量控制、销售渠道、营销推广方面进行大量的资本投入，并需要一定周期的运作实现规模、成本、质量、效率等多方面的协同。因此，对于新进入饮料行业的企业来说，投入大量资本进行规模化经营风险较大，且很难在短时间内形成规模效应并与行业内的领先饮料企业竞争。

## 4、技术研发及行业准入壁垒

目前饮料行业内主要参与者的饮料产品均是经过了长时间的研发和市场考验形成的，产品的功效、风味、口感获得了市场的认可。同时，饮料企业想要在饮料行业内占据有利的竞争地位，需要在产品、生产工艺、质量控制等方面进行持续稳定的研发投入，以保证技术的先进性、降低生产成本、提高产品质量。因此，对于新进入饮料行业的企业来说，组建研发团队，进行持续稳定的研发投入，研发差异化产品，并获得市场的认可，将成为进入饮料行业的重要壁垒之一。

政策方面，近年来国家不断印发饮料行业相关政策，持续关注饮料产品质量和安全水平，推动饮料行业健康发展。如2023年12月，中共山西省委办公厅、山西省人民政府办公厅印发《关于推动消费品工业高质量发展的实施意见》，提出要支持品牌培育和运营专业服务机构发展，新培育一批高水平的消费品品牌设计创意中心和广告服务机构，重点为酒、饮料、方便食品、服装服饰等品牌附加值高的行业内企业提供品牌创建咨询评估服务。

我国饮料行业相关政策	时间	发布部门	政策名称	主要内容	
国家市场监督管理总局	2022年1月		关于加强固体饮料质量安全监督的公告	固体饮料生产企业应当严格按照食品安全相关法律法规和标准规范要求组织生产，具备与所生产产品相适应的生产条件和检验控制能力，严格过程控制，保证食品安全。	
四川省、重庆市	2023年3月		推动川南渝西地区融合发展总体方案	形成食品饮料、汽摩、电子信息、装备制造、先进材料等优势产业集群，初步建成具有全国影响力的先进制造业基地。	
	2023年5月				

四川省经济和信息化厅 关于征集定制化生产重点企业的通知  
重点面向电子信息、装备制造、汽车、家用电器、服装、家具、食品饮料等领域开展征集。  
2023年12月 山西省、山西省 关于推动消费品工业高质量发展实施意见 支持品牌培育和运营专业服务机构发展,新培育一批高水平的消费品品牌设计创意中心和广告服务机构,重点为酒、饮料、方便食品、服装服饰等品牌附加值高的行业内企业提供品牌创建咨询评估服务。

资料来源：公开资料、观研天下整理（xyl）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。  
个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国饮料行业现状深度研究与发展前景预测报告（2024-2031年）》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，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。

行业报告是业内企业、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。

本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

## 【目录大纲】

### 第一章 2019-2023年中国饮料行业发展概述

#### 第一节 饮料行业发展情况概述

- 一、饮料行业相关定义
- 二、饮料特点分析
- 三、饮料行业基本情况介绍
- 四、饮料行业经营模式
  - 1、生产模式
  - 2、采购模式
  - 3、销售/服务模式
- 五、饮料行业需求主体分析

#### 第二节 中国饮料行业生命周期分析

- 一、饮料行业生命周期理论概述

- 二、饮料行业所属的生命周期分析
- 第三节 饮料行业经济指标分析
  - 一、饮料行业的赢利性分析
  - 二、饮料行业的经济周期分析
  - 三、饮料行业附加值的提升空间分析
- 第二章 2019-2023年全球饮料行业市场发展现状分析
  - 第一节 全球饮料行业发展历程回顾
  - 第二节 全球饮料行业市场规模与区域分布情况
  - 第三节 亚洲饮料行业地区市场分析
    - 一、亚洲饮料行业市场现状分析
    - 二、亚洲饮料行业市场规模与市场需求分析
    - 三、亚洲饮料行业市场前景分析
  - 第四节 北美饮料行业地区市场分析
    - 一、北美饮料行业市场现状分析
    - 二、北美饮料行业市场规模与市场需求分析
    - 三、北美饮料行业市场前景分析
  - 第五节 欧洲饮料行业地区市场分析
    - 一、欧洲饮料行业市场现状分析
    - 二、欧洲饮料行业市场规模与市场需求分析
    - 三、欧洲饮料行业市场前景分析
  - 第六节 2024-2031年世界饮料行业分布走势预测
  - 第七节 2024-2031年全球饮料行业市场规模预测
- 第三章 中国饮料行业产业发展环境分析
  - 第一节 我国宏观经济环境分析
  - 第二节 我国宏观经济环境对饮料行业的影响分析
  - 第三节 中国饮料行业政策环境分析
    - 一、行业监管体制现状
    - 二、行业主要政策法规
    - 三、主要行业标准
  - 第四节 政策环境对饮料行业的影响分析
  - 第五节 中国饮料行业产业社会环境分析
- 第四章 中国饮料行业运行情况
  - 第一节 中国饮料行业发展状况情况介绍
    - 一、行业发展历程回顾
    - 二、行业创新情况分析

### 三、行业发展特点分析

#### 第二节 中国饮料行业市场规模分析

##### 一、影响中国饮料行业市场规模的因素

##### 二、中国饮料行业市场规模

##### 三、中国饮料行业市场规模解析

#### 第三节 中国饮料行业供应情况分析

##### 一、中国饮料行业供应规模

##### 二、中国饮料行业供应特点

#### 第四节 中国饮料行业需求情况分析

##### 一、中国饮料行业需求规模

##### 二、中国饮料行业需求特点

#### 第五节 中国饮料行业供需平衡分析

### 第五章 中国饮料行业产业链和细分市场分析

#### 第一节 中国饮料行业产业链综述

##### 一、产业链模型原理介绍

##### 二、产业链运行机制

##### 三、饮料行业产业链图解

#### 第二节 中国饮料行业产业链环节分析

##### 一、上游产业发展现状

##### 二、上游产业对饮料行业的影响分析

##### 三、下游产业发展现状

##### 四、下游产业对饮料行业的影响分析

#### 第三节 我国饮料行业细分市场分析

##### 一、细分市场一

##### 二、细分市场二

### 第六章 2019-2023年中国饮料行业市场竞争分析

#### 第一节 中国饮料行业竞争现状分析

##### 一、中国饮料行业竞争格局分析

##### 二、中国饮料行业主要品牌分析

#### 第二节 中国饮料行业集中度分析

##### 一、中国饮料行业市场集中度影响因素分析

##### 二、中国饮料行业市场集中度分析

#### 第三节 中国饮料行业竞争特征分析

##### 一、企业区域分布特征

##### 二、企业规模分布特征

### 三、企业所有制分布特征

## 第七章 2019-2023年中国饮料行业模型分析

### 第一节 中国饮料行业竞争结构分析（波特五力模型）

#### 一、波特五力模型原理

#### 二、供应商议价能力

#### 三、购买者议价能力

#### 四、新进入者威胁

#### 五、替代品威胁

#### 六、同业竞争程度

#### 七、波特五力模型分析结论

### 第二节 中国饮料行业SWOT分析

#### 一、SOWT模型概述

#### 二、行业优势分析

#### 三、行业劣势

#### 四、行业机会

#### 五、行业威胁

#### 六、中国饮料行业SWOT分析结论

### 第三节 中国饮料行业竞争环境分析（PEST）

#### 一、PEST模型概述

#### 二、政策因素

#### 三、经济因素

#### 四、社会因素

#### 五、技术因素

#### 六、PEST模型分析结论

## 第八章 2019-2023年中国饮料行业需求特点与动态分析

### 第一节 中国饮料行业市场动态情况

### 第二节 中国饮料行业消费市场特点分析

#### 一、需求偏好

#### 二、价格偏好

#### 三、品牌偏好

#### 四、其他偏好

### 第三节 饮料行业成本结构分析

### 第四节 饮料行业价格影响因素分析

#### 一、供需因素

#### 二、成本因素



### 三、其他因素

#### 第五节 中国饮料行业价格现状分析

#### 第六节 中国饮料行业平均价格走势预测

##### 一、中国饮料行业平均价格趋势分析

##### 二、中国饮料行业平均价格变动的影响因素

### 第九章 中国饮料行业所属行业运行数据监测

#### 第一节 中国饮料行业所属行业总体规模分析

##### 一、企业数量结构分析

##### 二、行业资产规模分析

#### 第二节 中国饮料行业所属行业产销与费用分析

##### 一、流动资产

##### 二、销售收入分析

##### 三、负债分析

##### 四、利润规模分析

##### 五、产值分析

#### 第三节 中国饮料行业所属行业财务指标分析

##### 一、行业盈利能力分析

##### 二、行业偿债能力分析

##### 三、行业营运能力分析

##### 四、行业发展能力分析

### 第十章 2019-2023年中国饮料行业区域市场现状分析

#### 第一节 中国饮料行业区域市场规模分析

##### 一、影响饮料行业区域市场分布的因素

##### 二、中国饮料行业区域市场分布

#### 第二节 中国华东地区饮料行业市场分析

##### 一、华东地区概述

##### 二、华东地区经济环境分析

##### 三、华东地区饮料行业市场分析

###### (1) 华东地区饮料行业市场规模

###### (2) 华南地区饮料行业市场现状

###### (3) 华东地区饮料行业市场规模预测

#### 第三节 华中地区市场分析

##### 一、华中地区概述

##### 二、华中地区经济环境分析

##### 三、华中地区饮料行业市场分析

- (1) 华中地区饮料行业市场规模
- (2) 华中地区饮料行业市场现状
- (3) 华中地区饮料行业市场规模预测

#### 第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区饮料行业市场分析
  - (1) 华南地区饮料行业市场规模
  - (2) 华南地区饮料行业市场现状
  - (3) 华南地区饮料行业市场规模预测

#### 第五节 华北地区饮料行业市场分析

- 一、华北地区概述
- 二、华北地区经济环境分析
- 三、华北地区饮料行业市场分析
  - (1) 华北地区饮料行业市场规模
  - (2) 华北地区饮料行业市场现状
  - (3) 华北地区饮料行业市场规模预测

#### 第六节 东北地区市场分析

- 一、东北地区概述
- 二、东北地区经济环境分析
- 三、东北地区饮料行业市场分析
  - (1) 东北地区饮料行业市场规模
  - (2) 东北地区饮料行业市场现状
  - (3) 东北地区饮料行业市场规模预测

#### 第七节 西南地区市场分析

- 一、西南地区概述
- 二、西南地区经济环境分析
- 三、西南地区饮料行业市场分析
  - (1) 西南地区饮料行业市场规模
  - (2) 西南地区饮料行业市场现状
  - (3) 西南地区饮料行业市场规模预测

#### 第八节 西北地区市场分析

- 一、西北地区概述
- 二、西北地区经济环境分析
- 三、西北地区饮料行业市场分析

- (1) 西北地区饮料行业市场规模
- (2) 西北地区饮料行业市场现状
- (3) 西北地区饮料行业市场规模预测

## 第十一章 饮料行业企业分析（随数据更新有调整）

### 第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

### 四、公司优势分析

### 第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

### 第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

### 第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

### 第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

### 第六节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十二章 2024-2031年中国饮料行业发展前景分析与预测

第一节 中国饮料行业未来发展前景分析

一、饮料行业国内投资环境分析

二、中国饮料行业市场机会分析

三、中国饮料行业投资增速预测

第二节 中国饮料行业未来发展趋势预测

第三节 中国饮料行业规模发展预测

一、中国饮料行业市场规模预测

二、中国饮料行业市场规模增速预测

三、中国饮料行业产值规模预测

四、中国饮料行业产值增速预测

## 五、中国饮料行业供需情况预测

### 第四节 中国饮料行业盈利走势预测

## 第十三章 2024-2031年中国饮料行业进入壁垒与投资风险分析

### 第一节 中国饮料行业进入壁垒分析

#### 一、饮料行业资金壁垒分析

#### 二、饮料行业技术壁垒分析

#### 三、饮料行业人才壁垒分析

#### 四、饮料行业品牌壁垒分析

#### 五、饮料行业其他壁垒分析

### 第二节 饮料行业风险分析

#### 一、饮料行业宏观环境风险

#### 二、饮料行业技术风险

#### 三、饮料行业竞争风险

#### 四、饮料行业其他风险

### 第三节 中国饮料行业存在的问题

### 第四节 中国饮料行业解决问题的策略分析

## 第十四章 2024-2031年中国饮料行业研究结论及投资建议

### 第一节 观研天下中国饮料行业研究综述

#### 一、行业投资价值

#### 二、行业风险评估

### 第二节 中国饮料行业进入策略分析

#### 一、行业目标客户群体

#### 二、细分市场选择

#### 三、区域市场的选择

### 第三节 饮料行业营销策略分析

#### 一、饮料行业产品策略

#### 二、饮料行业定价策略

#### 三、饮料行业渠道策略

#### 四、饮料行业促销策略

### 第四节 观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文 . . . . .

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202406/713268.html>