

2021年中国软饮料市场分析报告- 行业现状与未来商机预测

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国软饮料市场分析报告-行业现状与未来商机预测》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://baogao.chinabaogao.com/yinliao/537181537181.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

软饮料的主要原料是饮用水或矿泉水，果汁、蔬菜汁或植物的根、茎、叶、花和果实的抽提液。软饮料的品种很多。按原料和加工工艺分为碳酸饮料、果汁及其饮料、蔬菜汁及其饮料、植物蛋白质饮料、植物抽提液饮料、乳酸饮料、矿泉水和固体饮料8类；按性质和饮用对象分为特种用途饮料、保健饮料、餐桌饮料和大众饮料4类。

随着我国居民收入的不断增长和消费者观念的逐渐转变，软饮料已经成为了居民日常消费中的主流商品，随着市场趋于饱和，软饮料行业进入平稳温和增长。软饮料各细分行业中包装饮用水行业、能量饮料、即饮咖啡等规模处于增长阶段，2020年中国软饮料行业市场规模为6075亿元，同比增长5%。

2014-2020年中国软饮料行业市场规模及增速 数据来源：公开资料整理

一、供应商的议价能力

供应商讨价还价能力指的是供应商提高投入价格或通过降低投入和服务的品质来增加产业成本的能力。饮料行业产业链上游产业众多，主要原材料包括：水、糖、牛奶、果蔬、添加剂、塑料等，上游基本是常见的企业类型，市场供应都比较足，也不存在生产技术方面的问题，议价能力总体比较弱。

二、购买者的议价能力

购买者主要通过压价与要求提供较高的产品或服务质量的能力，来影响行业中现有企业的盈利能力。软饮料行业企业众多，集中度不高，而且行业内产品存在互相替代性，同质化程度高，竞争非常激烈，购买者的讨价还价能力强。

三、新进入者的威胁

目前软饮料产品、营销、渠道逐步向多元化发展。据企查查数据显示，饮料相关企业注册量逐年增加，2020年中国饮料相关企业注册量为441968家，同比增长10.7%。

2014年-2020年中国饮料相关企业注册量及增速 数据来源：企查查

四、替代品的威胁

软饮料行业细分行业众多，没有被完全取代的可能。但是软饮料行业中的细分行业存在较多替代关系，例如瓶装水与其他饮料，中国软饮料消费群体已经逐渐从碳酸饮料过渡到瓶装水；瓶装水细分市场所占份额不断提高，其他细分市场，如碳酸饮料市场则进一步被吞并。随着整个现代社会生活水平的提高，消费者会更加注重生活品质以及生活健康，对食品消费健康的重视程度会越来越高，人们对瓶装用水的消费量也将在未来几年持续稳定地增长。

2020-2025年中国瓶装水市场规模预测 数据来源：公开资料整理

五、同业竞争者的竞争程度

软饮料细分市场整体呈现出“一超多强”的品类格局。其中，包装饮用水是最大的细分品类，占比34.55%。包装饮用水之后，即饮茶、果汁饮料、碳酸饮料分别占比21.12%、15

.59%和14.94%。软饮市场中前四大品类合计占比达到86.2%。

2019年软饮料细分品类市场结构 数据来源：公开资料整理

从企业来看，行业竞争激烈，竞争格局较为分散。2019年，软饮料行业CR3、CR5分别为24.3%、34.2%，行业市占率排名前三的公司分别为可口可乐(主要业务为碳酸饮料)、顶新(主要饮料业务为茶饮料)、养生堂(主要业务为包装饮用水)，其零售额市场占有率分别为9.1%、8.0%和7.2%。

2019年软饮料行业企业市场占有率 数据来源：公开资料整理（TF）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国软饮料市场分析报告-行业现状与未来商机预测》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。

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。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。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国软饮料行业发展概述

第一节 软饮料行业发展情况概述

一、软饮料行业相关定义

二、软饮料行业基本情况介绍

三、软饮料行业发展特点分析

四、软饮料行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售模式

五、软饮料行业需求主体分析

第二节 中国软饮料行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、软饮料行业产业链条分析

三、产业链运行机制

1、沟通协调机制

2、风险分配机制

3、竞争协调机制

四、中国软饮料行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国软饮料行业生命周期分析

一、软饮料行业生命周期理论概述

二、软饮料行业所属的生命周期分析

第四节 软饮料行业经济指标分析

一、软饮料行业的赢利性分析

二、软饮料行业的经济周期分析

三、软饮料行业附加值的提升空间分析

第五节 中国软饮料行业进入壁垒分析

一、软饮料行业资金壁垒分析

二、软饮料行业技术壁垒分析

三、软饮料行业人才壁垒分析

四、软饮料行业品牌壁垒分析

五、软饮料行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球软饮料行业市场发展现状分析

第一节 全球软饮料行业发展历程回顾

第二节 全球软饮料行业市场区域分布情况

第三节 亚洲软饮料行业地区市场分析

- 一、亚洲软饮料行业市场现状分析
- 二、亚洲软饮料行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲软饮料行业市场前景分析
- 第四节 北美软饮料行业地区市场分析
 - 一、北美软饮料行业市场现状分析
 - 二、北美软饮料行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美软饮料行业市场前景分析
- 第五节 欧洲软饮料行业地区市场分析
 - 一、欧洲软饮料行业市场现状分析
 - 二、欧洲软饮料行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧洲软饮料行业市场前景分析
- 第六节 2021-2026年世界软饮料行业分布走势预测
- 第七节 2021-2026年全球软饮料行业市场规模预测

第三章 中国软饮料产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品软饮料总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国软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

第三节 中国软饮料产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 中国软饮料行业运行情况

第一节 中国软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 中国软饮料行业市场规模分析

第三节 中国软饮料行业供应情况分析

第四节 中国软饮料行业需求情况分析

第五节 我国软饮料行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

三、其它细分市场

第六节 中国软饮料行业供需平衡分析

第七节 中国软饮料行业发展趋势分析

第五章 中国软饮料所属行业运行数据监测

第一节 中国软饮料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 中国软饮料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 中国软饮料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

第六章 2017-2020年中国软饮料市场格局分析

第一节 中国软饮料行业竞争现状分析

一、中国软饮料行业竞争情况分析

二、中国软饮料行业主要品牌分析

第二节 中国软饮料行业集中度分析

一、中国软饮料行业市场集中度影响因素分析

二、中国软饮料行业市场集中度分析

第三节 中国软饮料行业存在的问题

第四节 中国软饮料行业解决问题的策略分析

第五节 中国软饮料行业钻石模型分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国软饮料行业需求特点与动态分析

第一节 中国软饮料行业消费市场动态情况

第二节 中国软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 软饮料行业成本结构分析

第四节 软饮料行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国软饮料行业价格现状分析

第六节 中国软饮料行业平均价格走势预测

一、中国软饮料行业价格影响因素

二、中国软饮料行业平均价格走势预测

三、中国软饮料行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国软饮料行业区域市场现状分析

第一节 中国软饮料行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区软饮料市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区软饮料市场规模分析

四、华东地区软饮料市场规模预测

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、华中地区软饮料市场规模分析

四、华中地区软饮料市场规模预测

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、华南地区软饮料市场规模分析

四、华南地区软饮料市场规模预测

第九章 2017-2020年中国软饮料行业竞争情况

第一节 中国软饮料行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国软饮料行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国软饮料行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 软饮料行业企业分析（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、公司优劣势分析

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、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国软饮料行业发展前景分析与预测

第一节 中国软饮料行业未来发展前景分析

一、软饮料行业国内投资环境分析

二、中国软饮料行业市场机会分析

三、中国软饮料行业投资增速预测

第二节 中国软饮料行业未来发展趋势预测

第三节 中国软饮料行业市场发展预测

一、中国软饮料行业市场规模预测

二、中国软饮料行业市场规模增速预测

- 三、中国软饮料行业产值规模预测
- 四、中国软饮料行业产值增速预测
- 五、中国软饮料行业供需情况预测
- 第四节 中国软饮料行业盈利走势预测
 - 一、中国软饮料行业毛利润同比增速预测
 - 二、中国软饮料行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国软饮料行业投资风险与营销分析

第一节 软饮料行业投资风险分析

- 一、软饮料行业政策风险分析
- 二、软饮料行业技术风险分析
- 三、软饮料行业竞争风险分析
- 四、软饮料行业其他风险分析

第二节 软饮料行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国软饮料行业发展战略及规划建议

第一节 中国软饮料行业品牌战略分析

- 一、软饮料企业品牌的重要性
- 二、软饮料企业实施品牌战略的意义
- 三、软饮料企业品牌的现状分析
- 四、软饮料企业的品牌战略
- 五、软饮料品牌战略管理的策略

第二节 中国软饮料行业市场重点客户战略实施

- 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
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国软饮料行业战略综合规划分析

- 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

第四节 软饮料行业竞争力提升策略

一、软饮料行业产品差异性策略

二、软饮料行业个性化服务策略

三、软饮料行业的促销宣传策略

四、软饮料行业信息智能化策略

五、软饮料行业品牌化建设策略

六、软饮料行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国软饮料行业发展策略及投资建议

第一节 中国软饮料行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国软饮料行业营销渠道策略

一、软饮料行业渠道选择策略

二、软饮料行业营销策略

第三节 中国软饮料行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国软饮料行业重点投资区域分析

二、中国软饮料行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yinliao/537181537181.html>