

2019年中国可乐型碳酸饮料行业分析报告- 市场供需现状与投资商机研究

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《2019年中国可乐型碳酸饮料行业分析报告-市场供需现状与投资商机研究》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/387562387562.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

可乐(Cola),是指甜味、含咖啡因的碳酸饮料,有咖啡因但不含酒精,非常流行。可乐主要口味包括有香草、肉桂、柠檬香味等。名称来自可乐早期的材料之一:可乐果提取物,最知名的可乐品牌有可口可乐和百事可乐。

据数据显示,近年来,国内市场对“年轻化、健康化、颜值化”等潮流品类和产品的需求增加,我国碳酸饮料产量在2014年达到1810.66万吨的巅峰后,已经是连续三年负增长,2017年产量跌至1744.41万吨。从各品种占饮料总产量的比重来看,2017年碳酸饮料占比9.66%,已经跌破10%。据测算,2018年上半年,我国碳酸饮料产量大约为784.5万吨。

2013-2018年1-6月我国碳酸饮料产量

数据来源:安全生产监督管理局

不仅碳酸饮料产量有所下降,作为可乐类的两大龙头企业,可口可乐与百事可乐近几年财报数据显示,2014年-2017年两个公司的销售业绩都在下滑。2017年,可口可乐与百事可乐营收分别为354.1亿美元、635.25亿美元;但可口可乐净利润在下降之中被百事可乐反超,前者下降81%,至12.83亿美元,后者下降23%,至49.08亿美元。

2014-2017年可口可乐与百事可乐营业收入统计

数据来源:公司年报

2014-2017年可口可乐与百事可乐净利润统计 数据来源:公司年报

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。针对此现象,未来我国可乐类碳酸饮料势必面临转型。未来可乐类碳酸饮料发展趋势如下:

在品牌定位方面,可乐公司的这些品牌此前已经在消费者心中达成共识,但其精准的“休闲”、“时尚”、“畅饮”等定位却变成了涵盖各种类饮料风格的模糊概念,对消费者感染力有所下降。在已有的强势品牌印象的影响下,可乐公司新产品的路线有待调整。

其次,在场景化与购物体验方面,可口可乐与百事可乐面对已经更新换代的消费群,已经做出了举措,比如体验店、人气极高的创意广告等等。在把握消费者猎奇的心理需求、兴趣爱好和行为习惯方面,可乐公司还要从品牌特性出发,继续打造合适的场景来刺激其产生消费行为。

然而，在消费体验方面，味道、口味是至关重要的影响因素。到目前，一个很明显的变化是，随着全球饮品公司不断新生，饮料的品类日益丰富，市场竞争加剧，消费者的选择更多，口味也越发精细和挑剔。以可口可乐为例，公司已在2017年推出了500多种新产品，对可乐口味的创新也在大密度地进行中；同时，可口可乐宣布将涉足酒类饮料业务，将在日本推出名为Chu-Hi的日本波普甜酒。可口可乐公司目前正在加速向一家全面的饮料公司转型，延续品牌特性、深入场景、口味至上的探索才是转型之道。

可乐类碳酸饮料发展趋势

图片来源：互联网(XY)

观研天下发布的《2019年中国可乐型碳酸饮料行业分析报告-市场供需现状与投资商机研究》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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 2016-2018年中国可乐型碳酸饮料行业发展概述

第一节 可乐型碳酸饮料行业发展情况概述

- 一、 可乐型碳酸饮料行业相关定义
- 二、 可乐型碳酸饮料行业基本情况介绍
- 三、 可乐型碳酸饮料行业发展特点分析

第二节 中国可乐型碳酸饮料行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、可乐型碳酸饮料行业产业链条分析

三、中国可乐型碳酸饮料行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国可乐型碳酸饮料行业生命周期分析

一、可乐型碳酸饮料行业生命周期理论概述

二、可乐型碳酸饮料行业所属的生命周期分析

第四节 可乐型碳酸饮料行业经济指标分析

一、可乐型碳酸饮料行业的赢利性分析

二、可乐型碳酸饮料行业的经济周期分析

三、可乐型碳酸饮料行业附加值的提升空间分析

第五节 国内可乐型碳酸饮料行业进入壁垒分析

一、可乐型碳酸饮料行业资金壁垒分析

二、可乐型碳酸饮料行业技术壁垒分析

三、可乐型碳酸饮料行业人才壁垒分析

四、可乐型碳酸饮料行业品牌壁垒分析

五、可乐型碳酸饮料行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球可乐型碳酸饮料行业市场发展现状分析

第一节 全球可乐型碳酸饮料行业发展历程回顾

第二节 全球可乐型碳酸饮料行业市场区域分布情况

第三节 亚洲可乐型碳酸饮料行业地区市场分析

一、亚洲可乐型碳酸饮料行业市场现状分析

二、亚洲可乐型碳酸饮料行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲可乐型碳酸饮料行业市场前景分析

第四节 北美可乐型碳酸饮料行业地区市场分析

一、北美可乐型碳酸饮料行业市场现状分析

二、北美可乐型碳酸饮料行业市场规模与市场需求分析

三、北美可乐型碳酸饮料行业市场前景分析

第五节 欧盟可乐型碳酸饮料行业地区市场分析

一、欧盟可乐型碳酸饮料行业市场现状分析

二、欧盟可乐型碳酸饮料行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟可乐型碳酸饮料行业市场前景分析

第六节 2019-2025年世界可乐型碳酸饮料行业分布走势预测

第七节 2019-2025年全球可乐型碳酸饮料行业市场规模预测

第三章 中国可乐型碳酸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、全社会消费品可乐型碳酸饮料总额
- 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 可乐型碳酸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 中国可乐型碳酸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 中国可乐型碳酸饮料行业运行情况

第一节 中国可乐型碳酸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 中国可乐型碳酸饮料行业市场规模分析

第三节 中国可乐型碳酸饮料行业供应情况分析

第四节 中国可乐型碳酸饮料行业需求情况分析

第五节 中国可乐型碳酸饮料行业供需平衡分析

第六节 中国可乐型碳酸饮料行业发展趋势分析

第五章 中国可乐型碳酸饮料所属行业运行数据监测

第一节 中国可乐型碳酸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 中国可乐型碳酸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 中国可乐型碳酸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 2016-2018年中国可乐型碳酸饮料市场格局分析

第一节 中国可乐型碳酸饮料行业竞争现状分析

一、中国可乐型碳酸饮料行业竞争情况分析

二、中国可乐型碳酸饮料行业主要品牌分析

第二节 中国可乐型碳酸饮料行业集中度分析

一、中国可乐型碳酸饮料行业市场集中度分析

二、中国可乐型碳酸饮料行业企业集中度分析

第三节 中国可乐型碳酸饮料行业存在的问题

第四节 中国可乐型碳酸饮料行业解决问题的策略分析

第五节 中国可乐型碳酸饮料行业竞争力分析

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 2016-2018年中国可乐型碳酸饮料行业需求特点与动态分析

第一节 中国可乐型碳酸饮料行业消费市场动态情况

第二节 中国可乐型碳酸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 可乐型碳酸饮料行业成本分析

第四节 可乐型碳酸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 中国可乐型碳酸饮料行业价格现状分析

第六节 中国可乐型碳酸饮料行业平均价格走势预测

一、中国可乐型碳酸饮料行业价格影响因素

二、中国可乐型碳酸饮料行业平均价格走势预测

三、中国可乐型碳酸饮料行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国可乐型碳酸饮料行业区域市场现状分析

第一节 中国可乐型碳酸饮料行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地可乐型碳酸饮料市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区可乐型碳酸饮料市场规模分析

四、华东地区可乐型碳酸饮料市场规模预测

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、华中地区可乐型碳酸饮料市场规模分析

四、华中地区可乐型碳酸饮料市场规模预测

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、华南地区可乐型碳酸饮料市场规模分析

第九章 2016-2018年中国可乐型碳酸饮料行业竞争情况

第一节 中国可乐型碳酸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 中国可乐型碳酸饮料行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国可乐型碳酸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 可乐型碳酸饮料行业企业分析（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 2019-2025年中国可乐型碳酸饮料行业发展前景分析与预测

第一节 中国可乐型碳酸饮料行业未来发展前景分析

- 一、可乐型碳酸饮料行业国内投资环境分析
- 二、中国可乐型碳酸饮料行业市场机会分析
- 三、中国可乐型碳酸饮料行业投资增速预测

第二节 中国可乐型碳酸饮料行业未来发展趋势预测

第三节 中国可乐型碳酸饮料行业市场发展预测

- 一、中国可乐型碳酸饮料行业市场规模预测
- 二、中国可乐型碳酸饮料行业市场规模增速预测
- 三、中国可乐型碳酸饮料行业产值规模预测
- 四、中国可乐型碳酸饮料行业产值增速预测
- 五、中国可乐型碳酸饮料行业供需情况预测

第四节 中国可乐型碳酸饮料行业盈利走势预测

- 一、中国可乐型碳酸饮料行业毛利润同比增速预测
- 二、中国可乐型碳酸饮料行业利润总额同比增速预测

第十二章 2019-2025年中国可乐型碳酸饮料行业投资风险与营销分析

第一节 可乐型碳酸饮料行业投资风险分析

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

第二节 可乐型碳酸饮料行业企业经营发展分析及建议

- 一、可乐型碳酸饮料行业经营模式
- 二、可乐型碳酸饮料行业销售模式
- 三、可乐型碳酸饮料行业创新方向

第三节 可乐型碳酸饮料行业应对策略

- 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 2019-2025年中国可乐型碳酸饮料行业发展策略及投资建议

第一节 中国可乐型碳酸饮料行业品牌战略分析

- 一、可乐型碳酸饮料企业品牌的重要性
- 二、可乐型碳酸饮料企业实施品牌战略的意义
- 三、可乐型碳酸饮料企业品牌的现状分析
- 四、可乐型碳酸饮料企业的品牌战略

五、 可乐型碳酸饮料品牌战略管理的策略

第二节 中国可乐型碳酸饮料行业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

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 中国可乐型碳酸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

第十四章 2019-2025年中国可乐型碳酸饮料行业发展策略及投资建议

第一节 中国可乐型碳酸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 中国可乐型碳酸饮料行业定价策略分析

第三节 中国可乐型碳酸饮料行业营销渠道策略

一、 可乐型碳酸饮料行业渠道选择策略

二、 可乐型碳酸饮料行业营销策略

第四节 中国可乐型碳酸饮料行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、 中国可乐型碳酸饮料行业重点投资区域分析

二、 中国可乐型碳酸饮料行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yinliao/387562387562.html>