

中国食品饮料行业现状深度研究与发展前景分析 报告（2024-2031年）

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《中国食品饮料行业现状深度研究与发展前景分析报告（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/202409/728641.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

2024年上半年，我国食品饮料行业整体增速承压。数据显示，2024年上半年食品饮料行业A股上市公司合计实现营业总收入5678.08亿元，同比增长5.17%，增速同比下降4.68个百分点；合计实现归属于母公司股东的净利润为1283.44亿元，同比增长14.04%，增速同比下降0.8个百分点。

面对市场竞争加剧，部分上市公司积极升级产品结构，通过布局高端产品、加码健康产品以及海外扩张等方式寻求突破，以打开业绩增量空间。

从白酒板块业来看，2024年上半年，白酒板块业绩呈分化态势。龙头酒企延续较高增速，品牌韧性彰显。次高端品牌受商务需求影响较大，业绩出现降速局面。数据显示，贵州茅台上半年实现营业收入819.31亿元，同比增长17.76%；归母净利润为416.96亿元，同比增长15.88%。五粮液上半年实现营业收入506.48亿元，同比增长11.30%；归母净利润为190.57亿元，同比增长11.86%，盈利能力稳步提升。古井贡酒实现营业收入138.06亿元，同比增长22.07%；归母净利润为35.73亿元，同比增长28.54%。

名称	营业收入（亿元）	同比增长（%）
贵州茅台	819.31	17.76
五粮液	506.48	11.30
古井贡酒	138.06	22.07

资料来源：公开资料、观研天下整理（xyl）

从啤酒板块看，2024年上半年，国内啤酒市场消费复苏乏力，啤酒行业规模以上企业共实现产量1908.8万千升，同比增长0.1%。其中，重庆啤酒、燕京啤酒、珠江啤酒等公司实现营收和净利润同比增长。青岛啤酒营收同比下降，净利润实现增长。部分公司出现亏损情况。

从休闲食品板块来看，休闲食品消费需求出现新变化，消费场景更加多样化，同时渠道变革提速。2024年上半年，三只松鼠、盐津铺子、劲仔食品和甘源食品等企业均取得营收和归母净利润两位数的同比增幅。其中，三只松鼠归母净利润同比增幅居前，达88.57%。

从饮料市场看，随着消费场景不断拓展，相关企业积极推动品类多样化，打造差异化竞争优势。东鹏饮料、维维股份、养元饮品上半年业绩表现亮眼。

从乳制品市场来看，2024年上半年，乳制品市场出现阶段性供给过剩，带动产品价格下行，消费潜力有待激发。在此背景下，10余家上市公司出现业绩亏损或增速下滑情况，而伊利股份、妙可蓝多、新乳业等公司业绩实现逆势增长。

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《中国食品饮料行业现状深度研究与发展前景分析报告（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年中国食品饮料行业发展概述

第一节 食品饮料行业发展情况概述

一、食品饮料行业相关定义

二、食品饮料特点分析

三、食品饮料行业基本情况介绍

四、食品饮料行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、食品饮料行业需求主体分析

第二节 中国食品饮料行业生命周期分析

一、食品饮料行业生命周期理论概述

二、食品饮料行业所属的生命周期分析

第三节 食品饮料行业经济指标分析

一、食品饮料行业的赢利性分析

二、食品饮料行业的经济周期分析

三、食品饮料行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球食品饮料行业市场发展现状分析

第一节 全球食品饮料行业发展历程回顾

第二节 全球食品饮料行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲食品饮料行业地区市场分析

一、亚洲食品饮料行业市场现状分析

二、亚洲食品饮料行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲食品饮料行业市场前景分析

第四节 北美食品饮料行业地区市场分析

- 一、北美食品饮料行业市场现状分析
- 二、北美食品饮料行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美食品饮料行业市场前景分析

第五节 欧洲食品饮料行业地区市场分析

- 一、欧洲食品饮料行业市场现状分析
- 二、欧洲食品饮料行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲食品饮料行业市场前景分析

第六节 2024-2031年世界食品饮料行业分布走势预测

第七节 2024-2031年全球食品饮料行业市场规模预测

第三章 中国食品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食品饮料行业的影响分析

第三节 中国食品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 政策环境对食品饮料行业的影响分析

第五节 中国食品饮料行业产业社会环境分析

第四章 中国食品饮料行业运行情况

第一节 中国食品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 中国食品饮料行业市场规模分析

- 一、影响中国食品饮料行业市场规模的因素
- 二、中国食品饮料行业市场规模
- 三、中国食品饮料行业市场规模解析

第三节 中国食品饮料行业供应情况分析

- 一、中国食品饮料行业供应规模
- 二、中国食品饮料行业供应特点

第四节 中国食品饮料行业需求情况分析

- 一、中国食品饮料行业需求规模
- 二、中国食品饮料行业需求特点

第五节 中国食品饮料行业供需平衡分析

第五章 中国食品饮料行业产业链和细分市场分析

第一节 中国食品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、食品饮料行业产业链图解

第二节 中国食品饮料行业产业链环节分析

- 一、上游产业发展现状
- 二、上游产业对食品饮料行业的影响分析
- 三、下游产业发展现状
- 四、下游产业对食品饮料行业的影响分析

第三节 我国食品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年中国食品饮料行业市场竞争分析

第一节 中国食品饮料行业竞争现状分析

- 一、中国食品饮料行业竞争格局分析
- 二、中国食品饮料行业主要品牌分析

第二节 中国食品饮料行业集中度分析

- 一、中国食品饮料行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国食品饮料行业市场集中度分析

第三节 中国食品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年中国食品饮料行业模型分析

第一节 中国食品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 中国食品饮料行业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、中国食品饮料行业SWOT分析结论

第三节 中国食品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年中国食品饮料行业需求特点与动态分析

第一节 中国食品饮料行业市场动态情况

第二节 中国食品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 食品饮料行业成本结构分析

第四节 食品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 中国食品饮料行业价格现状分析

第六节 中国食品饮料行业平均价格走势预测

一、中国食品饮料行业平均价格趋势分析

二、中国食品饮料行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国食品饮料行业所属行业运行数据监测

第一节 中国食品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 中国食品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 中国食品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年中国食品饮料行业区域市场现状分析

第一节 中国食品饮料行业区域市场规模分析

一、影响食品饮料行业区域市场分布的因素

二、中国食品饮料行业区域市场分布

第二节 中国华东地区食品饮料行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区食品饮料行业市场分析

(1) 华东地区食品饮料行业市场规模

(2) 华东地区食品饮料行业市场现状

(3) 华东地区食品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、华中地区食品饮料行业市场分析

(1) 华中地区食品饮料行业市场规模

(2) 华中地区食品饮料行业市场现状

(3) 华中地区食品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、华南地区食品饮料行业市场分析

(1) 华南地区食品饮料行业市场规模

(2) 华南地区食品饮料行业市场现状

(3) 华南地区食品饮料行业市场规模预测

第五节 华北地区食品饮料行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区食品饮料行业市场分析

- (1) 华北地区食品饮料行业市场规模
- (2) 华北地区食品饮料行业市场现状
- (3) 华北地区食品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、东北地区食品饮料行业市场分析

- (1) 东北地区食品饮料行业市场规模
- (2) 东北地区食品饮料行业市场现状
- (3) 东北地区食品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、西南地区食品饮料行业市场分析

- (1) 西南地区食品饮料行业市场规模
- (2) 西南地区食品饮料行业市场现状
- (3) 西南地区食品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、西北地区食品饮料行业市场分析

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

第十一章 食品饮料行业企业分析（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年中国食品饮料行业发展前景分析与预测

第一节 中国食品饮料行业未来发展前景分析

一、食品饮料行业国内投资环境分析

二、中国食品饮料行业市场机会分析

三、中国食品饮料行业投资增速预测

第二节 中国食品饮料行业未来发展趋势预测

第三节 中国食品饮料行业规模发展预测

一、中国食品饮料行业市场规模预测

二、中国食品饮料行业市场规模增速预测

三、中国食品饮料行业产值规模预测

四、中国食品饮料行业产值增速预测

五、中国食品饮料行业供需情况预测

第四节 中国食品饮料行业盈利走势预测

第十三章 2024-2031年中国食品饮料行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 中国食品饮料行业进入壁垒分析

一、食品饮料行业资金壁垒分析

二、食品饮料行业技术壁垒分析

三、食品饮料行业人才壁垒分析

四、食品饮料行业品牌壁垒分析

五、食品饮料行业其他壁垒分析

第二节 食品饮料行业风险分析

一、食品饮料行业宏观环境风险

二、食品饮料行业技术风险

三、食品饮料行业竞争风险

四、食品饮料行业其他风险

第三节 中国食品饮料行业存在的问题

第四节 中国食品饮料行业解决问题的策略分析

第十四章 2024-2031年中国食品饮料行业研究结论及投资建议

第一节 观研天下中国食品饮料行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节 中国食品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 食品饮料行业营销策略分析

一、食品饮料行业产品策略

二、食品饮料行业定价策略

三、食品饮料行业渠道策略

四、食品饮料行业促销策略

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/202409/728641.html>