

# 2024-2030年中国食品饮料 制造业市场分析与投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

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

# 报告报价

《2024-2030年中国食品饮料制造业市场分析与投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/report/l09165D3UN.html>

【报告价格】纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

【出版日期】2023-12-27

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

## 报告说明:

博思数据发布的《2024-2030年中国食品饮料制造业市场分析与投资前景研究报告》介绍了食品饮料制造业行业相关概述、中国食品饮料制造业产业运行环境、分析了中国食品饮料制造业行业的现状、中国食品饮料制造业行业竞争格局、对中国食品饮料制造业行业做了重点企业经营状况分析及中国食品饮料制造业产业发展前景与投资预测。您若想对食品饮料制造业产业有个系统的了解或者想投资食品饮料制造业行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

食品工业是指以农副产品为原料通过物理加工或利用酵母发酵的方法制造食品的工业生产部门。其原料主要是农、林、牧、渔及副业部门生产的初级产品。按照我国1984年12月制定的分类目录，它的总称为食品、饮料和烟草制造业，在它的下面划分四大行业：(1) 食品制造业，包括粮食加工业，植物油加工业，糕点、糖果制造业，制糖业，屠宰及肉类加工。

饮料即饮品是经过定量包装的，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（质量分量）不超过0.5%的制品。也可分为饮料浓浆或固体形态。

饮料一般可分为含酒精饮料和无酒精饮料，无酒精饮料又称软饮料。酒精饮料系指供人们饮用且乙醇(酒精)含量在百分之0.5—65(v/v)的饮料，包括各种发酵酒、蒸馏酒及配制酒。无酒精饮料是指酒精含量小于百分之0.5(v/v)，以补充人体水分为主要目的的流质食品，包括固体饮料。

饮料行业作为中国快速消费品市场的重要组成部分，经历了多年的快速发展和变化。随着消费者需求的多样化、健康意识的提高以及市场环境的变化，中国饮料行业正面临新的机遇和挑战。本文将分析中国饮料行业的现状，并探讨未来的市场前景。

市场格局：中国饮料市场呈现出多元化的格局，包括碳酸饮料、果汁饮料、茶饮料、能量饮料等众多品类。其中，瓶装水、茶饮料和果汁饮料占据了最大的市场份额。

健康消费趋势：随着消费者健康意识的提高，健康型饮料逐渐受到消费者的青睐。无糖、低糖、天然、有机等健康概念的饮料市场需求不断增长。

品牌竞争：中国饮料市场上品牌众多，竞争激烈。国内外品牌通过创新、营销和品牌建设等手段争夺市场份额。一些本土品牌凭借品质和创新逐渐获得消费者的认可。

渠道变革：随着电商、便利店和无人售货等新型零售渠道的兴起，饮料销售渠道正在发生变化。企业需要紧跟市场变化，调整销售策略，以适应新的渠道环境。

跨国企业与本土企业的竞争：跨国饮料企业在品牌、技术和渠道方面具有优势，而本土企业则更了解市场需求和消费者心理。双方在市场竞争中各有千秋，相互竞争与合作。

未显示数据请查阅正文

据博思数据发布的《2024-2030年中国饮料制造市场分析与投资前景研究报告》表明：2023年我国饮料产量累计值达17499.8万吨，期末总额比上年累计增长4.1%。      指标 2023年12月 2023年11月 2023年10月 2023年9月 2023年8月 2023年7月    饮料产量当期值(万吨)  
1313.4 1029.7 1060.4 1614.9 1834.2 1890.7    饮料产量累计值(万吨) 17499.8 16177.7 15302.5  
14232.6 12631.5 10935.2    饮料产量同比增长(%) 4 4.3 -3.8 -0.5 -0.1 -0.3    饮料产量累计  
增长(%) 4.1 4 3.6 3.5 4 6.1    更多数据请关注【博思数据官方网站 <http://www.bosidata.com>】  
】 数据来源：博思数据整理

报告目录：

## 第一部分 行业环境透析

### 第一章 食品饮料制造业发展环境分析

#### 第一节 国内宏观经济环境

- 一、GDP历史变动轨迹
- 二、固定资产投资历史变动轨迹
- 三、进出口贸易历史变动轨迹
- 四、2022年我国宏观经济发展预测

#### 第二节 我国食品饮料制造产业政策分析

- 一、国家对食品饮料制造产业发展的鼓励政策
- 二、我国食品饮料制造税收政策
- 三、我国食品饮料制造投资政策

#### 第三节 食品饮料制造业发展的波特五力模型分析

- 一、行业内竞争
- 二、买方侃价能力
- 三、卖方侃价能力
- 四、进入威胁
- 五、替代威胁

#### 第四节 影响食品饮料制造业发展的主要因素分析

#### 第五节 2024-2030年我国食品饮料制造业发展及趋势预测

## 第二部分 行业市场调研

### 第二章 中国食品饮料制造所属行业生产分析

#### 第一节 2024-2030年我国总产量分析

#### 第二节 2024-2030年我国食品饮料制造所属行业产能过剩情况分析

第三节 2024-2030年我国食品饮料制造所属行业产销率与产品库存分析

第四节 2024-2030年我国食品饮料制造所属行业产量预测

第三章 中国食品饮料制造业消费分析

第一节 2024-2030年我国食品饮料制造业总消费量分析

第二节 2024-2030年我国食品饮料制造业消费特点与消费趋势分析

第三节 2024-2030年我国食品饮料制造业需求满足率与潜在需求量分析

一、2024-2030年我国食品饮料制造业满足率分析

二、2024-2030年我国食品饮料制造业潜在需求量分析

第四节 2024-2030年我国食品饮料制造业市场价格变动分析

第五节 2024-2030年我国食品饮料制造业消费量预测

第四章 中国食品饮料制造市场供需状况分析

第一节 2024-2030年食品饮料制造业供需状况

一、2024-2030年食品饮料制造供给状况

二、2024-2030年食品饮料制造需求状况

第二节 2024-2030年我国食品饮料制造供给变化趋势预测

第三节 2024-2030年我国食品饮料制造需求变化趋势预测

第五章 中国食品饮料制造业细分市场调研

第一节 2024-2030年我国分食品饮料制造业生产分析

第二节 2024-2030年我国分食品饮料制造业消费分析

第三节 2024-2030年我国分食品饮料制造业供需波动规律分析

第四节 2024-2030年我国分食品饮料制造业市场价格走势调分析

第五节 2024-2030年我国分食品饮料制造业预测

第六章 中国食品饮料制造业市场价格分析

第一节 2024-2030年我国食品饮料制造业平均价格走势分析

第二节 2024-2030年我国分食品饮料制造业价格走势分析

第三节 价格形成机制分析

第四节 2024-2030年我国食品饮料制造业价格走势预测

第五节 2024-2030年我国分食品饮料制造业价格走势预测

第三章 2024-2030年中国食品饮料所属行业经济指标分析

第一节 2024-2030年食品饮料所属行业发展概述

第二节 2024-2030年食品饮料所属行业经济运行状况

一、食品饮料所属行业企业数量分析

二、食品饮料所属行业资产规模分析

三、食品饮料所属行业销售收入分析

四、食品饮料所属行业利润总额分析

第三节 2024-2030年食品饮料所属行业成本费用分析

一、食品饮料所属行业销售成本分析

二、食品饮料所属行业销售费用分析

三、食品饮料所属行业管理费用分析

四、食品饮料所属行业财务费用分析

第四节 2024-2030年食品饮料所属行业运营效益分析

一、食品饮料所属行业盈利能力分析

二、食品饮料所属行业运营能力分析

四、食品饮料所属行业偿债能力分析

五、食品饮料所属行业成长能力分析

第七章 中国食品饮料制造业地区市场调研

第一节 2024-2030年我国不同地区产品生产分析

第二节 2024-2030年我国不同地区产品消费分析

第三节 2024-2030年我国主要城市产品市场价格分析

第四节 2024-2030年我国不同地区产品竞争程度分析

第五节 2024-2030年我国不同地区产品供需走势分析

第六节 2024-2030年我国不同地区产品发展预测

第三部分 行业竞争格局

第八章 中国食品饮料制造业及企业竞争格局分析

第一节 食品饮料制造业历史竞争格局综述

一、食品饮料制造业集中度分析

二、食品饮料制造业竞争程度

第二节 食品饮料制造业企业竞争状况分析

一、领导企业的市场力量

二、其他企业的竞争力

第三节 行业代表性企业经营发展模式分析

第四节 近期企业并购分析

第五节 国内外企业发展的SWOT模型分析

第六节 2024-2030年食品饮料制造业竞争格局展望

- 一、食品饮料制造业集中度展望
- 二、食品饮料制造业竞争格局对产品价格的影响展望
- 三、产品竞争格局有所改变

## 第九章 食品饮料制造业重点企业竞争分析

### 第一节 广州顶津食品有限公司

- 一、企业概况
- 二、市场定位情况
- 三、企业优劣势分析
- 四、经营状况分析

### 第二节 乐天澳的利饮料有限公司

- 一、企业概况
- 二、市场定位情况
- 三、企业优劣势分析
- 四、经营状况分析

### 第三节 广州顶津饮品有限公司

- 一、企业概况
- 二、市场定位情况
- 三、企业优劣势分析
- 四、经营状况分析

### 第四节 康师傅广州饮品有限公司

- 一、企业概况
- 二、市场定位情况
- 三、企业优劣势分析
- 四、经营状况分析

### 第五节 广东加多宝饮料食品有限公司

- 一、企业概况
- 二、市场定位情况
- 三、企业优劣势分析
- 四、经营状况分析

## 第四部分 行业深度分析

## 第十章 中国食品饮料制造业产品技术发展分析

### 第一节 当前我国食品饮料制造技术发展现状

## 第二节 我国食品饮料制造产品技术成熟度分析

## 第三节 中外食品饮料制造技术差距及产生差距的主要原因分析

## 第四节 提高我国食品饮料制造技术的对策

## 第五节 中外主要食品饮料制造生产商生产设备配置对比分析

## 第六节 我国食品饮料制造产品研发、设计发展趋势分析

## 第十一章 中国食品饮料制造业产品营销分析

### 第一节 食品饮料制造业国内营销模式分析

### 第二节 食品饮料制造业主要销售渠道分析

### 第三节 食品饮料制造业广告与促销方式分析

### 第四节 食品饮料制造业价格竞争方式分析

### 第五节 食品饮料制造业国际化营销模式分析

## 第十二章 中国食品饮料制造业消费者偏好调查

### 第一节 食品饮料制造产品目标客户群体调查

#### 一、不同收入水平消费者偏好调查

#### 二、不同年龄的消费者偏好调查

#### 三、不同地区的消费者偏好调查

### 第二节 食品饮料制造产品的品牌市场运营状况分析

#### 一、消费者对食品饮料制造品牌认知度宏观调查

#### 二、消费者对食品饮料制造产品的品牌偏好调查

#### 三、消费者对食品饮料制造品牌的首要认知渠道

#### 四、消费者经常购买的品牌调查

#### 五、食品饮料制造品牌忠诚度调查

#### 六、食品饮料制造品牌市场占有率调查

#### 七、消费者的消费理念调研

### 第三节 不同客户购买相关的态度及影响分析

#### 一、价格敏感程度

#### 二、品牌的影响

#### 三、购买方便的影响

#### 四、广告的影响程度

## 第五部分 投资前景建议研究

## 第十三章 中国食品饮料制造业投资前景分析

### 第一节 2024-2030年食品饮料制造业投资机会



- 一、2024-2030年食品饮料制造业主要产品投资机会
- 二、2024-2030年食品饮料制造企业的多元化投资机会

## 第二节 2024-2030年食品饮料制造业投资前景展望

- 一、宏观调控风险
- 二、行业竞争风险
- 三、供需波动风险
- 四、技术风险
- 五、经营管理风险
- 六、其他风险

## 第十四章 中国食品饮料制造业投资建议分析

### 第一节 2024-2030年食品饮料制造业投资分析

- 一、2024-2030年行业热点投资产品分析
- 二、2024-2030年行业热点投资地域分析
- 三、2024-2030年行业热点投资方式分析

### 第二节 2024-2030年食品饮料制造企业经营战略建议

- 一、2024-2030年食品饮料制造企业的标杆管理
  - （一）国内企业的经验借鉴
  - （二）国外企业的经验借鉴

### 第三节 2024-2030年食品饮料制造企业的资本运作模式

- 一、食品饮料制造企业国内资本市场的运作建议
  - （一）食品饮料制造企业的兼并及收购建议
  - （二）食品饮料制造企业的融资方式选择建议
- 二、食品饮料制造企业海外资本市场的运作建议

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/I09165D3UN.html>