

2021-2027年中国食品饮料 产业发展现状与投资战略报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2021-2027年中国食品饮料产业发展现状与投资战略报告》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.cction.com/report/202109/236898.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

食品饮料行业的发展分成三个阶段：扩容式增长阶段，结构性增长阶段和挤压式增长阶段。

扩容式增长阶段：顾名思义就是有产品不愁卖，市场容量不断扩大。研究食品行业有两个节点，1978年作为一个研究节点，1978年的食品工业产值是400多亿，有的人喜欢从1992年开始研究，92年是食品工业产值是3044亿。当时正好中国打开国门引进国外的机器设备。

其实从78年到2008年这段时间是食品饮料行业扩容式增长阶段，因为到2017年食品行业的总产值达到12万亿，大家可以想一下，从78年到17年，食品工业总产值翻了几百倍。

所以在这个阶段只要你从事食品加工行业，有产品、多建设工厂，市场容量能够很快扩大。现在许多大的品牌，比如伊利、娃哈哈，实际上都是在这个阶段奠定的基础，成长起来的。

结构性增长阶段：结构性增长顾名思义就是符合需求的品类增长。08年之后，结构性增长阶段的表现比较典型了，比如说像以饮料为例，当时像碳酸饮料，大家已经意识到不健康销量停滞或者下滑。但是像一些中国风的饮料，像凉茶、核桃乳，在这个阶段高速增长。

08年之后，整个食品饮料行业进入了结构性增长阶段。挤压性增长阶段：挤压性增长阶段，其实目前如果来看整个大食品行业还没有到这个阶段，但是有些类别已经进入了挤压式增长阶段。

所谓挤压式增长就是整个大市场的增长速度放缓，你要增长就把别人的市场抢占了，把别人口袋的钱，掏在自己口袋里来。比如说典型的像啤酒行业进入了挤压式增长阶段。

食品饮料行业有的细分门类，进入了挤压式增长阶段，比如像乳制品，这两年的常温酸奶，比如说安慕希快速增长，实际上在快速增长过程中也挤压了莫斯利安的市场。

2015年开始食品行业出现了拐点，从高速增长期进入了低速增长期，表现的特征就是一些领导品牌，一些老大哥的品牌销量出现了大幅下滑，甚至有的大单品出现了百分之二十、百分之三十下滑的幅度，所以基于对产业周期的分析，消费换代渠道变化的分析，糖烟酒周刊在2015年底提出来：食品饮料行业进入重构期，把2016-2020年称为整个食品饮料行业重构的关键时期。

未来我觉得食品饮料行业有的门类将陆续进入挤压式增长阶段，资本的作用会越来越重。

食品饮料分板块年度收益率分析食品饮料分板块年度收益率（相对于万得全A）白酒(申万)年度收益率 中企顾问网发布的《2021-2027年中国食品饮料产业发展现状与投资战略报告》共十四章。首先介绍了中国食品饮料行业市场发展环境、食品饮料整体运行态势等，接着分析了中国食品饮料行业市场运行的现状，然后介绍了食品饮料市场竞争格局。随后，报告对食品饮料做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国食品饮料行业发展趋势与投资预测。您若想对食品饮料产业有个系统的了解或者想投资中国食品饮料行业，本报告是您不可或缺

重要工具。

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。

报告目录：

第一章 食品饮料行业发展综述

第一节 食品饮料行业概述及分类

一、行业概述

二、行业主要产品分类

三、行业主要商业模式

第二节 食品饮料行业特征分析

一、产业链分析

二、食品饮料行业在国民经济中的地位

三、食品饮料行业生命周期分析

1、行业生命周期理论基础

2、食品饮料行业生命周期

第三节 食品饮料行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒 / 退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 2019年中国食品饮料行业运行环境分析

第一节 食品饮料行业政治法律环境分析

一、行业管理体制分析

二、行业主要法律法规

三、行业相关发展规划

第二节 食品饮料行业经济环境分析

一、国际宏观经济形势分析

二、国内宏观经济形势分析

三、产业宏观经济环境分析

第三节 食品饮料行业社会环境分析

一、食品饮料产业社会环境

二、社会环境对行业的影响

三、食品饮料产业发展对社会发展的影响

第四节 食品饮料行业技术环境分析

一、食品饮料技术分析

二、食品饮料技术发展水平

三、行业主要技术发展趋势

第三章 2019年中国食品饮料所属行业运行分析

第一节 食品饮料行业发展状况分析

一、食品饮料行业发展阶段

二、食品饮料行业发展总体概况

三、食品饮料行业发展特点分析

第二节 食品饮料行业发展现状

一、食品饮料行业市场规模

二、食品饮料行业发展分析食品饮料(申万)超额收益(相对于万得全A)

三、食品饮料企业发展分析

第三节 区域市场分析

一、区域市场分布总体情况

二、重点省市市场分析

第四节 食品饮料细分产品/服务市场分析

一、细分产品/服务特色

二、细分产品/服务市场规模及增速

三、重点细分产品/服务市场前景预测

第五节 食品饮料产品/服务价格分析

一、食品饮料价格走势

二、影响食品饮料价格的关键因素分析

- 1、成本
- 2、供需情况
- 3、关联产品
- 4、其他

三、2016-2019年食品饮料产品/服务价格变化趋势

四、主要食品饮料企业价位及价格策略

第四章 2019年中国食品饮料所属行业整体运行指标分析

第一节 食品饮料行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、人员规模状况分析
- 三、行业资产规模分析
- 四、行业市场规模分析

第二节 食品饮料行业产销情况分析

- 一、食品饮料行业工业总产值
- 二、食品饮料行业工业销售产值
- 三、食品饮料行业产销率

第三节 食品饮料行业财务指标总体分析

- 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

第五章 2019年中国食品饮料行业供需形势分析

第一节 食品饮料行业供给分析

- 一、食品饮料行业供给分析
- 二、2016-2019年食品饮料行业供给变化趋势
- 三、食品饮料行业区域供给分析

第二节 食品饮料行业需求情况

- 一、食品饮料行业需求市场
- 二、食品饮料行业客户结构

三、食品饮料行业需求的地区差异

第三节 食品饮料市场应用及需求预测

一、食品饮料应用市场总体需求分析

1、食品饮料应用市场需求特征

2、食品饮料应用市场需求总规模

二、2021-2027年食品饮料行业领域需求量预测

1、2021-2027年食品饮料行业领域需求产品/服务功能预测

2、2021-2027年食品饮料行业领域需求产品/服务市场格局预测

三、重点行业食品饮料产品/服务需求分析预测

第六章 2019年中国食品饮料行业产业结构分析

第一节 食品饮料产业结构分析

一、市场细分充分程度分析

二、各细分市场领先企业排名

三、各细分市场占总市场的结构比例

四、领先企业的结构分析（所有制结构）

第二节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

一、产业价值链的构成

二、产业链条的竞争优势与劣势分析

第三节 产业结构发展预测

一、产业结构调整指导政策分析

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、中国食品饮料行业参与国际竞争的战略市场定位

四、产业结构调整方向分析

第七章 2019年中国食品饮料行业产业链分析

第一节 食品饮料行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

三、与上下游行业之间的关联性

第二节 食品饮料上游行业分析

一、食品饮料产品成本构成

- 二、上游行业发展现状
- 三、2016-2019年上游行业发展趋势
- 四、上游供给对食品饮料行业的影响
- 第三节 食品饮料下游行业分析
 - 一、食品饮料下游行业分布
 - 二、下游行业发展现状
 - 三、2016-2019年下游行业发展趋势
 - 四、下游需求对食品饮料行业的影响

第八章 2019年中国食品饮料行业渠道分析及策略

第一节 食品饮料行业渠道分析

- 一、渠道形式及对比
- 二、各类渠道对食品饮料行业的影响
- 三、主要食品饮料企业渠道策略研究
- 四、各区域主要代理商情况

第二节 食品饮料行业用户分析

- 一、用户需求特点分析
- 二、用户购买途径分析

第三节 食品饮料行业营销策略分析

- 一、中国食品饮料营销概况
- 二、食品饮料营销策略探讨
- 三、食品饮料营销发展趋势

第九章 2019年中国食品饮料行业竞争形势及策略

第一节 行业总体市场竞争状况分析

- 一、食品饮料行业竞争结构分析
 - 1、现有企业间竞争
 - 2、潜在进入者分析
 - 3、替代品威胁分析
 - 4、供应商议价能力
 - 5、客户议价能力
 - 6、竞争结构特点总结

二、食品饮料行业企业间竞争格局分析

三、食品饮料行业集中度分析

四、食品饮料行业SWOT分析

第二节 食品饮料行业竞争格局综述

一、食品饮料行业竞争概况

1、中国食品饮料行业竞争格局

2、食品饮料行业未来竞争格局和特点

3、食品饮料市场进入及竞争对手分析

二、中国食品饮料行业竞争力分析

1、中国食品饮料行业竞争力剖析

2、中国食品饮料企业市场竞争的优势

3、国内食品饮料企业竞争能力提升途径

三、食品饮料市场竞争策略分析

第十章 食品饮料主要企业发展概述

第一节 贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司

一、企业及主营业务介绍

二、企业获得荣誉

三、企业偿债能力分析

四、企业成长能力分析

五、企业盈利能力分析

六、企业发展规划

第二节 上海光明乳业股份有限公司

一、企业及主营业务介绍

二、企业获得荣誉

三、企业成长能力分析

四、企业盈利能力分析

第三节 杭州娃哈哈集团有限公司

一、企业及主营业务介绍

二、历年生产规模、销售规模、发展历程

三、企业获得荣誉

四、市场拓展战略与手段分析

第四节北京三元食品股份有限公司

- 一、企业及主营业务介绍
- 二、企业获得荣誉
- 三、企业偿债能力分析
- 四、企业成长能力分析
- 五、企业盈利能力分析

第五节河南省漯河市双汇实业集团有限责任公司

- 一、企业情况、历年生产规模、销售规模
- 二、发展历程
- 三、企业偿债能力分析
- 四、企业成长能力分析
- 五、企业盈利能力分析

第六节内蒙古伊利实业集团股份有限公司

- 一、企业及主营业务介绍
- 二、企业发展历程及荣誉
- 三、企业偿债能力分析
- 四、企业成长能力分析
- 五、企业盈利能力分析
- 六、市场拓展战略与手段分析

第十一章 2021-2027年中国食品饮料行业投资前景分析

第一节 食品饮料市场发展前景

- 一、食品饮料市场发展潜力
- 二、食品饮料市场发展前景展望
- 三、食品饮料细分行业发展前景分析

第二节 食品饮料市场发展趋势预测

- 一、食品饮料行业发展趋势
- 二、食品饮料市场规模预测
- 三、食品饮料行业应用趋势预测
- 四、2021-2027年细分市场发展趋势预测

第三节 食品饮料行业供需预测

- 一、食品饮料行业供给预测

二、食品饮料行业需求预测

三、食品饮料供需平衡预测

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

一、市场整合成长趋势

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测

三、企业区域市场拓展的趋势

四、科研开发趋势及替代技术进展

五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章 2021-2027年中国食品饮料行业投资机会与风险分析

第一节 食品饮料行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

第二节 食品饮料行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

第三节 食品饮料行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

第十三章 2021-2027年中国食品饮料行业投资战略研究

第一节 食品饮料行业发展战略研究

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

第二节 食品饮料新产品差异化战略

一、食品饮料行业投资战略研究

二、食品饮料行业投资战略

三、食品饮料行业投资战略

四、细分行业投资战略

第十四章 研究结论及投资建议

第一节 食品饮料行业研究结论

第二节 食品饮料行业投资价值评估

第三节 食品饮料行业投资建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录：

图表：食品饮料行业生命周期

图表：食品饮料行业产业链结构

图表：2019年中国食品饮料行业市场规模

图表：2019年中国食品饮料市场占全球份额比较

图表：2019年中国食品饮料行业重要数据指标比较

图表：2019年中国食品饮料行业集中度

图表：2019年中国食品饮料行业销售收入

图表：2019年中国食品饮料行业利润总额

图表：2019年中国食品饮料行业资产总计

图表：2019年中国食品饮料行业负债总计

图表：2019年中国食品饮料市场价格走势

图表：2019年中国食品饮料行业竞争力分析

图表：2019年中国食品饮料行业工业总产值

图表：2019年中国食品饮料行业主营业务收入

图表：2019年中国食品饮料行业主营业务成本

图表：2019年中国食品饮料行业销售费用分析

图表：2019年中国食品饮料行业管理费用分析

图表：2019年中国食品饮料行业财务费用分析

图表：2019年中国食品饮料行业销售毛利率分析

图表：2019年中国食品饮料行业销售利润率分析

图表：2019年中国食品饮料行业成本费用利润率分析

图表：2019年中国食品饮料行业总资产利润率分析

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202109/236898.html>