

2020-2026年中国食品饮料 市场前景展望与未来前景预测报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2020-2026年中国食品饮料市场前景展望与未来前景预测报告》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.abaogao.com/b/shipin/114382DL8M.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

从目前的主营业务收入数据来看，酒、饮料类在消费四大行业里面恢复较快，到2018Q2累计同比达到10.8%，只低于医药制造行业。从食品饮料各子行业来看，白酒呈现挤压式增长，茅台、五粮液等高端酒表现出远快于行业的增速；常温酸奶、高端白奶维持高增速，带动液态奶整体结构升级；进口啤酒、进口葡萄酒在体量渐大下仍保持较好增速；超高端、高端奶粉市场快速扩容；绝味、周黑鸭等休闲卤制品品牌扩张提速；桃李等领先短保面包品牌加速替代杂牌。

食品饮料行业需求普遍复苏。酒、饮料和精制茶制造业收入累计同比增速从2016年下半年开始提升，2017年6月后有所回落，2018年年初以来，收入同比增速从7.7%迅速回升至4月的11.9%，增幅达4.2pct。食品制造业收入累计同比增速自2017年以来回升明显，截至2018年4月，累计同比增速为8.8%，从2017年11月以来提升0.5pct。

居民消费意愿提升，农村消费支出高于城镇。2017年以来，国内消费者信心指数持续稳健提升，有力支撑消费的持续复苏。在精准扶贫、三四线城市棚户区改造等大背景下，居民可支配收入明显提升，相较于城镇居民，农村居民可支配收入、人均消费支出的提升速度均明显较快。

2017-2118年中国食品类居民消费价格指数情况

从收入水平看，不同级别城市的差距也已不大。收入水平上我们选取应届生和出租车司机收入，以及份子钱来作为衡量当下大众收入的重要指标。二线城市（杭州）除了份子钱支出较高外，无论是出租车司机收入还是应届毕业生收入情况均没有与其他三四线城市形成较大差距。不同级别城市间居民收入的差距在逐渐减小。各地区出租车司机收入各地区应届毕业生收入

智研数据研究中心发布的《2020-2026年中国食品饮料市场前景展望与未来前景预测报告》共十二章。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的重要工具。

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：

第一章中国食品饮料行业宏观环境分析

第一节 食品饮料行业定义分析

一、行业定义

二、行业产品分类

第二节 食品饮料行业宏观环境分析

一、政策环境

二、经济环境

三、技术环境

四、社会环境

第二章全球食品饮料所属行业现状及发展预测分析

第一节 全球食品饮料行业概述

第二节 全球食品饮料行业市场格局分析

一、全球食品饮料贸易动向分析

二、全球食品饮料生产概况

三、国内外食品饮料工厂化生产模式及效益

第三节 全球食品饮料产业主要国家运行形势分析

一、美国

二、欧洲

三、日本

第四节 2020-2026年全球食品饮料产业市场走势预测分析

第三章 2013-2019年中国食品饮料所属行业经济指标分析

第一节 2013-2019年食品饮料所属行业发展概述

第二节 2013-2019年食品饮料所属行业经济运行状况

一、食品饮料行业企业数量分析

二、食品饮料行业资产规模分析

三、食品饮料行业销售收入分析

四、食品饮料行业利润总额分析

第三节 2013-2019年食品饮料所属行业成本费用分析

一、食品饮料行业销售成本分析

二、食品饮料行业销售费用分析

三、食品饮料行业管理费用分析

四、食品饮料行业财务费用分析

第四节 2013-2019年食品饮料所属行业运营效益分析

一、食品饮料行业盈利能力分析

二、食品饮料行业运营能力分析

四、食品饮料行业偿债能力分析

五、食品饮料行业成长能力分析

第四章中国食品饮料所属行业市场与竞争分析

根据统计，伊利渗透率蝉联榜首，2017年高达89.6%，消费者触及数达1218百万，在高渗透率的基础上，受益于渠道下沉，消费者触及数年度增长仍然达6%。蒙牛则成为除以及外另一个消费者触及数过10亿的快消品品牌。此外，海天保持强劲的势头，利用渠道优势提高渗透率，消费者触及数增长6%，2017年排名上升至第四。2017年中国食品饮料市场消费者首选十大品牌

第一节 食品饮料行业上下游市场分析

一、食品饮料行业产业链简介

二、上游市场供给分析

三、下游市场需求分析

第二节 食品饮料行业市场供需分析

一、食品饮料行业生产总量

二、食品饮料行业市场总量

1、市场需求总量

2、各产品市场容量及变化

三、食品饮料行业产品价格分析

第三节 食品饮料行业竞争力分析

一、上游议价能力分析

二、下游议价能力分析

三、替代品威胁分析

四、新进入者威胁分析

五、行业竞争现状分析

第四节 食品饮料行业市场集中度分析

一、行业市场集中度分析

二、行业主要竞争者分析

第五章中国食品饮料行业传统商业模式分析

第一节 食品饮料行业原料采购模式

第二节 食品饮料行业经营模式

第三节 食品饮料行业盈利模式

第四节 OEM、ODM、OBM模式分析

第六章中国食品饮料行业商业模式构建与实施策略

第一节 食品饮料行业商业模式要素与特征

一、商业模式的构成要素

二、商业模式的模式要素

1、产品价值模式

2、战略模式

3、市场模式

4、营销模式

5、管理模式

6、资源整合模式

7、资本运作模式

8、成本模式

9、营收模式

三、成功商业模式的特征

第二节 食品饮料行业企业商业模式构建步骤

一、挖掘客户价值需求

1、转变商业思维

2、客户隐性需求

3、客户价值主张

二、产业价值链再定位

1、客户价值公式

2、产业价值定位

3、商业形态定位

三、寻找利益相关者

四、构建盈利模式

第三节 食品饮料行业商业模式的实施策略

一、企业价值链管理的目标

1、高效率

2、高品质

3、持续创新

4、快速客户响应

二、企业价值链管理系统建设

1、组织结构系统

2、企业控制系统

三、企业文化建设

第七章中国食品饮料行业商业模式创新转型分析

第一节 互联网思维对行业的影响

一、互联网思维三大特征

二、基于互联网思维的行业发展

第二节 互联网时代七大商业模式

一、平台模式

1、构成平台模式的6个条件

2、平台模式的战略定位

3、平台模式成功的四大要素

4、平台模式案例

二、免费模式

1、免费商业模式解析

2、免费战略的实施条件

3、免费战略的类型

(1) 产品模式创新型

(2) 伙伴模式创新型

(3) 族群模式创新型

(4) 渠道模式创新型

(5) 沟通模式创新型

(6) 客户模式创新型

(7) 成本模式创新型

(8) 壁垒模式创新型

三、软硬一体化模式

1、软硬一体化商业模式案例

2、软硬一体化模式受到市场追捧

3、软硬一体化模式是一项系统工程

4、成功打造软硬一体化商业模式的关键举措

四、O2O模式

1、O2O模式爆发巨大力量

2、O2O模式分类

3、O2O模式的盈利点分析

4、O2O模式的思考

五、品牌模式

1、品牌模式的内涵及本质

2、成功的移动互联网品牌

3、如何推进品牌经营

六、双模模式

1、双模模式概述

2、移动互联网：用户规模是关键

3、双模模式案例

七、速度模式

1、什么是速度模式

2、速度模式的主要表现

3、速度模式应注意的几个问题

第三节 互联网背景下食品饮料行业商业模式选择

一、食品饮料行业与互联网思维的结合

二、互联网背景下食品饮料行业商业模式选择

第八章 2013-2019年中国食品饮料进出口数据监测分析

第一节 2013-2019年中国食品饮料进口数据分析

一、进口数量分析

二、进口金额分析

第二节 2013-2019年中国食品饮料出口数据分析

一、出口数量分析

二、出口金额分析

第三节 2013-2019年中国食品饮料进出口平均单价分析

第四节 2013-2019年中国食品饮料进出口国家及地区分析

一、进口国家及地区分析

二、出口国家及地区分析

第九章 食品饮料行业企业经营情况与商业模式分析

第一节 贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司

一、企业发展基本情况

二、企业主营业务产品

三、企业经营情况分析

四、企业销售渠道网络

五、企业经营模式分析

六、企业发展战略规划

第二节 上海光明乳业股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主营业务产品

三、企业经营情况分析

四、企业销售渠道网络

五、企业经营模式分析

六、企业发展战略规划

第三节 北京三元食品股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主营业务产品

三、企业经营情况分析

四、企业销售渠道网络

五、企业经营模式分析

六、企业发展战略规划

第四节 河南省漯河市双汇实业集团有限责任公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主营业务产品
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业销售渠道网络
- 五、企业经营模式分析
- 六、企业发展战略规划

第五节 内蒙古伊利实业集团股份有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主营业务产品
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业销售渠道网络
- 五、企业经营模式分析
- 六、企业发展战略规划

第十章 2020-2026年中国食品饮料行业发展前景预测分析

第一节 2020-2026年食品饮料行业发展前景及趋势预测分析

第二节 2020-2026年食品饮料行业发展前景预测

- 一、2020-2026年食品饮料行业生产规模预测
- 二、2020-2026年食品饮料行业市场规模预测
- 三、2020-2026年食品饮料行业盈利前景预测

第十一章 食品饮料行业投资分析与预测

第一节 行业投资特性分析

- 一、行业进入壁垒分析
- 二、盈利模式分析
- 三、盈利因素分析

第二节 行业投资风险分析

- 一、投资政策风险分析
- 二、投资技术风险分析
- 三、投资供求风险分析
- 四、宏观经济波动风险

第三节 投资机会与建议

一、行业投资机会分析

二、行业主要投资建议

第四节 行业发展趋势与预测分析

一、发展趋势分析

二、发展前景预测

(1) 生产规模预测

(2) 市场容量预测

(3) 销售收入预测

第十二章 2020-2026年中国食品饮料行业投融资战略规划分析

第一节 食品饮料行业关键成功要素分析

第二节 食品饮料行业投资壁垒分析

一、食品饮料行业进入壁垒

二、食品饮料行业退出壁垒

第三节 食品饮料行业投资风险与规避

一、宏观经济风险与规避

二、行业政策风险与规避

三、原料市场风险与规避

四、市场竞争风险与规避

五、技术风险分析与规避

六、下游需求风险与规避

第四节 食品饮料行业融资渠道与策略

一、食品饮料行业融资渠道分析

二、食品饮料行业融资策略分析

图表目录：

图表 食品饮料产业链分析

图表 国际食品饮料市场规模

图表 国际食品饮料生命周期

图表 中国GDP增长情况

图表 中国CPI增长情况

图表 中国人口数及其构成

图表 中国工业增加值及其增长速度

图表 中国城镇居民可支配收入情况

图表 2013-2019年中国食品饮料市场规模

图表 2013-2019年中国食品饮料产能

图表 2013-2019年中国食品饮料产量

图表 2013-2019年中国食品饮料产值

图表 2013-2019年我国食品饮料供应情况

图表 2013-2019年我国食品饮料需求情况

图表 2020-2026年中国食品饮料市场规模预测

图表 2020-2026年我国食品饮料供应情况预测

图表 2020-2026年我国食品饮料需求情况预测

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/shipin/114382DL8M.html>