



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2016-2022年中国热饮品市场分 析及投资策略研究报告

# 一、调研说明

《2016-2022年中国热饮品市场分析及投资策略研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/274148.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：[sales@icandata.com](mailto:sales@icandata.com)

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

在现代市场经济活动中，信息已经是一种重要的经济资源，信息资源的优先占有者胜，反之则处于劣势。中国每年有近100万家企业倒闭，对于企业经营而言，因为失误而出局，极有可能意味着从此退出历史舞台。他们的失败、他们的经验教训，可能再也没有机会转化为他们下一次的成功了！企业成功的关键就在于，是否能够在需求尚未形成之时就牢牢的锁定并捕捉到它。那些成功的公司往往都会倾尽毕生的精力及资源搜寻产业的当前需求、潜在需求以及新的需求。

随着热饮品行业竞争的不断加剧，大型企业间并购整合与资本运作日趋频繁，国内外优秀的热饮品企业愈来愈重视对行业市场的分析研究，特别是对当前市场环境和客户需求趋势变化的深入研究，以期提前占领市场，取得先发优势。

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 中国热饮品行业发展环境18
第一节 热饮品行业及属性分析18
一、行业定义18
二、国民经济依赖性18
三、经济类型属性18
四、行业周期属性24
第二节 经济发展环境26
一、中国经济发展阶段26
二、2013-2015年中国经济发展状况26
三、国民收入状况51
第三节 政策发展环境52
一、产业振兴规划52
二、产业发展规划54
三、行业标准政策54
四、市场应用政策57
五、财政税收政策57

#### 第四节 社会发展环境58

##### 一、中国人口规模58

##### 二、分年龄结构59

##### 三、分学历结构59

##### 四、分地区结构60

##### 五、消费观念60

#### 第五节 投融资发展环境63

##### 一、金融开放63

##### 二、金融财政政策63

##### 三、金融货币政策73

##### 四、外汇政策75

##### 五、银行信贷政策77

##### 六、股权融资政策80

#### 第二章 中国热饮品行业发展分析83

##### 第一节 中国热饮品行业的发展概况83

##### 一、热饮品行业对国民经济和社会发展的贡献83

##### 二、2015年中国热饮品行业政策环境综述86

##### 第二节 2013-2015年中国热饮品行业的发展90

##### 一、2013-2015年中国热饮品行业的运行分析90

##### 二、2015年热饮品行业经济运行分析90

##### 第三节 中国热饮品行业发展存在的问题90

##### 一、我国热饮品供需值得关注的问题90

##### 二、热饮品行业发展亟需解决的问题91

##### 三、热饮品工业的应急机制需要加强92

##### 四、热饮品企业经营困境分析94

##### 第四节 中国热饮品行业的发展对策94

#### 第三章 中国热饮品行业经济运行分析95

##### 第一节 2013-2015年中国热饮品行业经济规模95

##### 一、2013-2015年热饮品行业企业数量95

##### 二、2013-2015年热饮品行业资产规模95

##### 三、2013-2015年热饮品行业收入规模96

##### 四、2013-2015年热饮品行业产值规模96

五、2013-2015年热饮品行业利润规模	97
第二节 2013-2015年中国热饮品行业区域结构	98
一、2013-2015年中国热饮品行业企业区域结构	98
二、2013-2015年中国热饮品行业资产区域结构	98
三、2013-2015年中国热饮品行业收入区域结构	99
四、2013-2015年中国热饮品行业产值区域结构	100
五、2013-2015年中国热饮品行业利润区域结构	100
第三节 2013-2015年中国热饮品行业规模结构	101
一、2013-2015年中国热饮品行业企业规模结构	101
二、2013-2015年中国热饮品行业资产规模结构	101
三、2013-2015年中国热饮品行业收入规模结构	101
四、2013-2015年中国热饮品行业产值规模结构	102
五、2013-2015年中国热饮品行业利润规模结构	102
第四节 2013-2015年中国热饮品行业控股结构	103
一、2013-2015年中国热饮品行业企业控股结构	103
二、2013-2015年中国热饮品行业资产控股结构	104
三、2013-2015年中国热饮品行业收入控股结构	104
四、2013-2015年中国热饮品行业产值控股结构	105
五、2013-2015年中国热饮品行业利润控股结构	105
第四章 中国热饮品区域行业市场分析	106
第一节 东北地区	106
一、2013-2015年行业发展环境分析	106
二、2013-2015年市场供需现状分析	106
三、2013-2015年行业发展现状分析	106
四、2016-2022年行业发展前景预测	107
五、2016-2022年行业投资风险预测	107
第二节 华北地区	108
一、2013-2015年行业发展环境分析	108
二、2013-2015年市场供需现状分析	108
三、2013-2015年行业发展现状分析	109
四、2016-2022年行业发展前景预测	109
五、2016-2022年行业投资风险预测	110

### 第三节 华东地区111

- 一、2013-2015年行业发展环境分析111
- 二、2013-2015年市场供需现状分析111
- 三、2013-2015年行业发展现状分析111
- 四、2016-2022年行业发展前景预测112
- 五、2016-2022年行业投资风险预测112

### 第四节 华中地区113

- 一、2013-2015年行业发展环境分析113
- 二、2013-2015年市场供需现状分析113
- 三、2013-2015年行业发展现状分析114
- 四、2016-2022年行业发展前景预测114
- 五、2016-2022年行业投资风险预测115

### 第五节 华南地区115

- 一、2013-2015年行业发展环境分析116
- 二、2013-2015年市场供需现状分析116
- 三、2013-2015年行业发展现状分析116
- 五、2016-2022年行业投资风险预测117

### 第六节 西北地区118

- 一、2013-2015年行业发展环境分析118
- 二、2013-2015年市场供需现状分析118
- 三、2013-2015年行业发展现状分析119
- 四、2016-2022年行业发展前景预测119
- 五、2016-2022年行业投资风险预测120

### 第七节 西南地区120

- 一、2013-2015年行业发展环境分析120
- 二、2013-2015年市场供需现状分析121
- 三、2013-2015年行业发展现状分析121
- 四、2016-2022年行业发展前景预测122
- 五、2016-2022年行业投资风险预测122

## 第五章 中国热饮品行业盈利现状124

### 第一节 中国热饮品行业整体运行指标124

- 一、2013-2015年偿债能力124

二、2013-2015年发展能力	125
三、2013-2015年经营能力	125
四、2013-2015年盈利能力	126
第二节 中国热饮品行业成本分析	127
一、2013-2015年热饮品行业原材料价格走势	127
二、2013-2015年热饮品行业人工成本分析	127
三、2013-2015年热饮品行业销售成本分析	128
四、2013-2015年热饮品行业管理成本分析	128
五、2013-2015年热饮品行业成本费用分析	129
第三节 中国热饮品行业产销运存分析	130
一、2013-2015年热饮品行业产销情况	130
二、2013-2015年热饮品行业库存情况	130
三、2013-2015年热饮品行业资金周转情况	131
第四节 中国热饮品行业整体盈利指标	131
一、2013-2015年行业亏损面	131
二、2013-2015年行业毛利率	132
三、2013-2015年行业成本费用利润率	132
四、2013-2015年行业营业利润率	133
五、2013-2015年行业净利率	134
第五节 中国热饮品行业盈利结构分析	134
一、不同规模企业利润总额比较分析	135
二、不同所有制企业利润总额比较分析	135
三、不同规模企业销售利润率比较分析	136
四、不同所有制企业销售利润率比较分析	136
五、不同规模企业总资产利润率比较分析	137
六、不同所有制企业总资产利润率比较分析	137
七、不同规模企业产值利税率比较分析	138
八、不同所有制企业产值利税率比较分析	138
第六章 中国热饮品行业重点企业分析	140
第一节 广东喜之郎集团有限公司	140
一、企业概述	140
二、企业产品结构	140

- 三、2013-2015年企业经营规模141
- 四、2013-2015年企业财务指标141
- 五、2013-2015年市场业绩143
- 六、发展战略143
- 第二节 香飘飘食品有限公司144
  - 一、企业概述144
  - 二、企业产品结构145
  - 三、2013-2015年企业经营规模145
  - 四、2013-2015年企业财务指标145
  - 五、2013-2015年市场业绩147
  - 六、发展战略147
- 第三节 维维集团147
  - 一、企业概述147
  - 二、企业产品结构149
  - 三、2013-2015年企业经营规模150
  - 四、2013-2015年企业财务指标150
  - 五、2013-2015年市场业绩155
  - 六、发展战略155
- 第四节 浙江大好大食品有限公司155
  - 一、企业概述155
  - 二、企业产品结构156
  - 三、2013-2015年企业经营规模156
  - 四、2013-2015年企业财务指标157
  - 五、2013-2015年市场业绩158
  - 六、发展战略159
- 第五节 黑牛食品股份有限公司159
  - 一、企业概述159
  - 二、企业产品结构160
  - 三、2013-2015年企业经营规模161
  - 四、2013-2015年企业财务指标162
  - 五、2013-2015年市场业绩166
  - 六、发展战略166



第七章 中国热饮品行业投资状况分析	167
第一节 热饮品行业投资优劣势分析	167
一、投资优势分析	167
二、投资劣势分析	167
第二节 热饮品行业投资概述	168
一、2013-2015年投资规模	168
二、2013-2015年投资结构	168
三、2013-2015年投资增速	169
四、2013-2015年投资地区	169
第三节 热饮品行业投资机会分析	171
一、热饮品行业投资项目分析	171
二、细分行业投资机会	171
三、上下游投资机会	171
四、产业链投资热点分析	172
五、热饮品行业投资新方向	173
第四节 热饮品行业投资前景分析	173
一、行业市场发展前景分析	173
二、行业市场蕴藏的商机	173
三、热饮品行业金融危机下的发展前景	174
四、2016-2022年行业市场面临的发展商机	174
第八章 中国热饮品行业发展趋势与规划建议	175
第一节 中国热饮品市场趋势预测	175
一、2011-2015年我国热饮品市场趋势总结	175
二、2016-2022年我国热饮品发展趋势分析	175
第二节 中国热饮品市场供给趋势预测	176
一、2016-2022年热饮品产品技术趋势分析	176
二、2016-2022年热饮品产品进口趋势分析	176
三、2016-2022年热饮品产量预测	177
四、2016-2022年热饮品行业市场供给量预测	178
第三节 中国热饮品市场需求趋势预测	178
一、2016-2022年热饮品市场需求热点	178
二、2016-2022年热饮品市场出口预测	179

三、2016-2022年热饮品国内消费预测	179
四、2016-2022年热饮品国内价格预测	180
第四节 中国热饮品行业发展规划建议	180
一、行业整体规划	180
二、产业整合建议	181
三、行业政策建议	182
四、市场规范建议	183
五、人才战略建议	183
第九章 中国热饮品行业企业发展策略建议	185
第一节 市场策略分析	185
一、价格策略分析	185
二、渠道策略分析	185
第二节 销售策略分析	186
一、媒介选择策略分析	186
二、产品定位策略分析	189
三、企业宣传策略分析	190
第三节 提高热饮品行业企业竞争力的建议	192
一、提高中国热饮品企业核心竞争力的对策	192
二、热饮品企业提升竞争力的主要方向	195
三、热饮品企业核心竞争力的因素及提升途径	196
四、提高热饮品的策略	197
第四节 对我国热饮品品牌的战略思考	198
一、热饮品行业实施品牌战略的意义	198
二、热饮品行业企业品牌的现状分析	200
三、热饮品行业企业的品牌战略	201
四、热饮品行业品牌战略管理的策略	203
第十章 结论及专家建议	204
图表目录：	
图表 1 我国行业属性代码简表	19
图表 2 我国热饮品行业所处生命周期示意图	24
图表 3 行业生命周期、战略及其特征	25
图表 4 2013-2015年三季度中国国内生产总值及其增长速度	27

图表 5 2015年三季度&mdash;2015年三季度国内生产总值季度累计同比增长率（%） 28

图表 6 2015年我国规模以上工业增加值增长速度（月度同比） 30

图表 7 2013-2015年我国工业增加值及其增长速度30

图表 8 2015年10月&mdash;2015年工业增加值月度同比增长率（%） 31

图表 9 2015年主要工业产品产量及其增长速度31

图表 10 2015年规模以上工业企业实现利润及其增长速度33

图表 11 2013-2015年三季度我国社会消费品零售总额及其增长速度35

图表 12 2013-2015年10月&mdash;2015年社会消费品零售总额月度同比增长率（%） 35

图表 13 2015年城镇固定资产投资增长速度（累计同比） 36

图表 14 2015年分行业城镇固定资产投资及其增长速度37

图表 15 2015年固定资产投资新增主要生产能力39

图表 16 2015年房地产开发和销售主要指标完成情况40

图表 17 2013-2015年三季度我国全社会固定资产及其增长速度41

图表 18 2015年10月&mdash;2015年固定资产投资完成额月度累计同比增长率（%） 41

图表 19 2013-2015年三季度我国货物进出口总额43

图表 20 2015年10月-2015年出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率（%） 43

图表 21 2013-2015年居民消费价格涨幅度45

图表 22 2015年10月&mdash;2015年居民消费价格指数（上年同月=100） 45

图表 23 2015年10月&mdash;2015年工业品出厂价格指数（上年同月=100） 46

图表 24 2015年&mdash;2015年货币供应量月度同比增长率（%） 48

图表 25 2008年&mdash;2015年三季度gdp同比增长率51

图表 26 2008年&mdash;2015年一次产业增加值季度同比增长率52

图表 27 2015年我国重点财政政策内容一览64

图表 28 2013-2015年教育、社会保障、住房保障及医疗四项开支比例变化情况65

图表 29 2013-2015年我国财政收支情况变化（单位：亿元） 66

图表 30 2013-2015年中央财政赤字情况（单位：亿元） 67

图表 31 "十三五"期间全国财政对环境保护方面的支出及增长情况（单位：亿元） 71

图表 32 2013-2015年我国保障性住房建设情况72

图表 33 2015年三季度央行调控措施一览74

图表 34 2013-2015年我国热饮品行业企业数量分析95

图表 35 2013-2015年我国热饮品行业资产规模分析95

图表 36 2013-2015年我国热饮品行业收入规模分析96

图表 37 2013-2015年我国热饮品行业产值规模分析97

图表 38 2013-2015年我国热饮品行业利润规模分析97

图表 39 2015年中国热饮品行业企业区域结构98

图表 40 2015年中国热饮品行业资产区域结构98

图表 41 2015年中国热饮品行业收入区域结构99

图表 42 2015年中国热饮品行业产值区域结构100

图表 43 2015年中国热饮品行业利润区域结构100

图表 44 2015年中国热饮品行业资产规模结构101

图表 45 2015年中国热饮品行业收入规模结构101

图表 46 2015年中国热饮品行业产值规模结构102

图表 47 2015年中国热饮品行业利润规模结构102

图表 48 2015年中国热饮品行业企业控股结构103

图表 49 2015年中国热饮品行业资产控股结构104

图表 50 2015年中国热饮品行业收入控股结构104

图表 51 2015年中国热饮品行业产值控股结构105

图表 52 2015年中国热饮品行业利润控股结构105

图表 53 2013-2015年东北地区热饮品行业营运能力分析106

图表 54 2011-2015年东北地区热饮品行业盈利能力表106

图表 55 2016-2022年东北地区热饮品行业产销能力分析预测107

图表 56 2016-2022年东北地区热饮品行业偿债能力分析预测108

图表 57 2013-2015年华北地区热饮品行业营运能力分析108

图表 58 2011-2015年华北地区热饮品行业盈利能力表109

图表 59 2016-2022年华北地区热饮品行业产销能力分析预测109

图表 60 2016-2022年华北地区热饮品行业偿债能力分析预测110

图表 61 2013-2015年华东地区热饮品行业营运能力分析111

图表 62 2011-2015年华东地区热饮品行业盈利能力分析111

图表 63 2016-2022年华东地区热饮品行业产销能力分析预测112

图表 64 2016-2022年华东地区热饮品行业偿债能力分析预测113

图表 65 2013-2015年华中地区热饮品行业营运能力分析113

图表 66 2011-2015年华中地区热饮品行业盈利能力分析114

图表 67 2016-2022年华中地区热饮品行业产销能力分析预测114

图表 68 2016-2022年华中地区热饮品行业偿债能力分析预测115

图表 69 2013-2015年华南地区热饮品行业营运能力分析116  
图表 70 2011-2015年华南地区热饮品行业盈利能力分析116  
图表 71 2016-2022年华南地区热饮品行业产销能力分析预测117  
图表 72 2016-2022年华南地区热饮品行业偿债能力分析预测117  
图表 73 2013-2015年西北地区热饮品行业营运能力分析118  
图表 74 2011-2015年西北地区热饮品行业盈利能力分析预测119  
图表 75 2016-2022年西北地区热饮品行业产销能力分析预测119  
图表 76 2016-2022年西北地区热饮品行业偿债能力分析预测120  
图表 77 2013-2015年西南地区热饮品行业营运能力分析121  
图表 78 2011-2015年西南地区热饮品行业盈利能力分析121  
图表 79 2016-2022年西南地区热饮品行业产销能力分析预测122  
图表 80 2016-2022年西南地区热饮品行业偿债能力分析预测122

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/274148.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

### 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

### 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适

中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。