

内容目录

- 一、前言 ..... 3
- 二、谷物饮料行业发展分析及趋势预测 ..... 4
  - 2.1 谷物饮料行业监管情况及主要政策法规 ..... 4
    - 2.1.1 谷物饮料所处行业分类 ..... 4
    - 2.1.2 行业管理体制 ..... 4
      - (1) 行政主管部门 ..... 4
      - (2) 行业自律组织 ..... 5
    - 2.1.3 行业主要法律法规及产业政策 ..... 5
      - (1) 行业主要法律法规 ..... 5
      - (2) 行业主要标准 ..... 7
      - (3) 行业主要政策 ..... 8
  - 2.2 我国谷物饮料行业主要发展特征 ..... 10
    - 2.2.1 饮料行业主要特征与关键成功因素分析 ..... 10
    - 2.2.2 进入本行业的主要壁垒 ..... 11
      - (1) 品牌壁垒 ..... 11
      - (2) 营销渠道壁垒 ..... 11
      - (3) 规模化经营壁垒 ..... 12
      - (4) 食品安全及质量控制壁垒 ..... 12
      - (5) 技术研发壁垒 ..... 12
    - 2.2.3 行业技术水平及技术特点 ..... 12
    - 2.2.4 行业特有的经营模式 ..... 13
    - 2.2.5 行业周期性、区域性和季节性特征 ..... 13
      - (1) 周期性 ..... 13
      - (2) 区域性 ..... 13
      - (3) 季节性 ..... 13
    - 2.2.6 行业在产业链中地位及上下游行业发展状况对行业的影响 ..... 13
      - (1) 上游行业与本行业的关联性及对本行业的影响 ..... 14
      - (2) 下游行业与本行业的关联性及对本行业的影响 ..... 14

2.3 2022-2023 年中国谷物饮料行业发展情况分析 ..... 15

2.3.1 谷物饮料市场大热前景广阔 ..... 15

2.3.2 “五谷”元素正在食品饮料市场脱颖而出..... 15

2.3.3 五谷杂粮在饮料市场掀起“健康风暴” .....16

2.3.4 粗粮饮料未来发展趋势分析 ..... 17

2.3.5 玉米汁市场前景 ..... 17

2.4 2023-2028 年我国谷物饮料行业发展前景及趋势预测..... 18

2.4.1 产品趋势 ..... 18

（1）饮料新品口味全面开花，口味呈现立体化、多样化 ..... 18

（2）饮料产品高端化，新兴产品价格带普遍向中高端迁移 ..... 18

（3）饮料产品健康化，无糖、无添加剂等概念受欢迎 ..... 19

（4）饮料产品逐渐具有更多功能属性，如提神、美容、助消化等 ..... 19

|                                                |           |
|------------------------------------------------|-----------|
| (5) 饮料产品在包装上更加重视低碳环保，以循环回收和使用环保材料作为营销点之一 ..... | 19        |
| 2.4.2 渠道趋势 .....                               | 19        |
| 2.4.3 竞争格局与趋势 .....                            | 21        |
| 2.5 2023-2028 年我国谷物饮料行业发展策略.....               | 22        |
| 2.5.1 植物饮料代加工 .....                            | 22        |
| 2.5.2 如何打造深受消费者喜爱的植物饮料 .....                   | 22        |
| (1) 精准定位，把握需求 .....                            | 22        |
| (2) 植物饮料既要有用，也要口感好 .....                       | 22        |
| 2.5.3 应该从哪几个方面考虑 .....                         | 23        |
| (1) 包装设计独特，提高产品口感 .....                        | 23        |
| (2) 健康、养生、安全是发展的主要方向 .....                     | 23        |
| (3) 降低成本,发展新型系列产品是发展的必然要求 .....                | 23        |
| <b>三、谷物饮料企业如何通过价值溢价实现新一轮增长策略 .....</b>         | <b>23</b> |
| 3.1 价值溢价引领企业新一轮增长 .....                        | 23        |
| 3.1.1 疫情下，高成本让企业陷入品牌迷思 .....                   | 24        |
| 3.1.2 价值溢价引领企业新一轮增长 .....                      | 24        |
| 3.1.3 疫情加速企业价值回归 .....                         | 25        |
| 3.2 打造品牌溢价能力的策略 .....                          | 26        |
| 3.2.1 什么是品牌溢价 .....                            | 26        |
| 3.2.2 研究品牌溢价的意义 .....                          | 26        |
| 3.2.3 影响品牌溢价大小的因素 .....                        | 27        |
| 3.2.4 打造品牌溢价能力的策略 .....                        | 29        |
| (1) 塑造大品牌与业内领先地位的形象 .....                      | 29        |
| (2) 提高品质，加强品质管制是提高品牌溢价能力的基础 .....              | 30        |
| (3) 注重产品（服务）的创新，是品牌溢价能力提高的动力 .....             | 30        |
| (4) 赋予品牌高档感、高价值感 .....                         | 30        |
| (5) 保持高价格 .....                                | 31        |
| (6) 有效标识出高中低价格的不同产品 .....                      | 31        |
| 3.3 品牌的高溢价从何而来？ .....                          | 32        |
| 3.3.1 从科学管理到品牌战略 .....                         | 32        |
| 3.3.2 品牌三角模型 .....                             | 33        |
| 3.3.3 缔造连锁品牌的高溢价 .....                         | 34        |

3.4 实现品牌定位溢价的品牌战略 ..... 35

3.4.1 确定我是谁? ..... 35

3.4.2 确定我要成为谁? ..... 35

3.4.3 确定我为谁服务? ..... 36

    (1) 消费者定位 ..... 36

    (2) 选址定位 ..... 36

    (3) 价格定位 ..... 36

    (4) 文化内涵定位 ..... 36

3.5 品牌定位带来的好处 ..... 36

3.5.1 有助于突破互联网 ..... 37

3.5.2 创造市场差异化市场上 ..... 37

|                                         |           |
|-----------------------------------------|-----------|
| 3.5.3 优先选择您的产品和服务 .....                 | 37        |
| 3.5.4 传递企业价值 .....                      | 37        |
| <b>四、谷物饮料企业《通过价值溢价实现增长策略》制定手册 .....</b> | <b>37</b> |
| 4.1 动员与组织 .....                         | 37        |
| 4.1.1 动员 .....                          | 38        |
| 4.1.2 组织 .....                          | 38        |
| 4.2 学习与研究 .....                         | 39        |
| 4.2.1 学习方案 .....                        | 39        |
| 4.2.2 研究方案 .....                        | 39        |
| 4.3 制定前准备 .....                         | 40        |
| 4.3.1 制定原则 .....                        | 40        |
| 4.3.2 注意事项 .....                        | 42        |
| 4.3.3 有效战略的关键点 .....                    | 42        |
| 4.4 战略组成与制定流程 .....                     | 45        |
| 4.4.1 战略结构组成 .....                      | 45        |
| 4.4.2 战略制定流程 .....                      | 45        |
| 4.5 具体方案制定 .....                        | 46        |
| 4.5.1 具体方案制定 .....                      | 46        |
| 4.5.2 配套方案制定 .....                      | 49        |
| <b>五、谷物饮料企业《通过价值溢价实现增长策略》实施手册 .....</b> | <b>49</b> |
| 5.1 培训与实施准备 .....                       | 49        |
| 5.2 试运行与正式实施 .....                      | 50        |
| 5.2.1 试运行与正式实施 .....                    | 50        |
| 5.2.2 实施方案 .....                        | 50        |
| 5.3 构建执行与推进体系 .....                     | 51        |
| 5.4 增强实施保障能力 .....                      | 52        |
| 5.5 动态管理与完善 .....                       | 53        |
| 5.6 战略评估、考核与审计 .....                    | 53        |
| <b>六、总结：商业自是有胜算 .....</b>               | <b>54</b> |

## 一、前言

疫情下，有企业不堪重负，也有企业逆势上扬。这些逆势上扬的企业都有一个共同点：加深对品牌价值的挖掘，拉长企业发展的战略周期。未来，随着这样的企业逐渐占据市场话语权，市场格局也可能再次发生改变。

那么，企业如何通过价值溢价引领新一轮增长？

连锁品牌的高溢价从何而来？

如何制定品牌溢价的品牌战略？

下面，我们先从谷物饮料行业市场进行分析，然后重点分析并解答以上问题。

3

让每个人都能成为 行业专家、管理专家、营销专家、战略专家、成功企业家……

相信通过本文全面深入的研究和解答，您对这些信息的了解与把控，将上升到一个新的台阶。这将为您的经营管理、战略部署、成功投资提供有力的决策参考价值，也为您抢占市场先机提供有力的保证。

## 二、谷物饮料行业发展分析及趋势预测

### 2.1 谷物饮料行业监管情况及主要政策法规

#### 2.1.1 谷物饮料所处行业分类

谷物饮料是指以谷物为主要原料加工制得的饮料产品，是谷物食品的一个重要组成部分。如大米、薏米、大麦、小麦、玉米等，都是生产谷物饮料的良好原料。已研制出许多别有风味的谷物饮料产品，一榨鲜玉米汁，五谷杂粮汁等健康饮品应运而生。

根据中国证监会《上市公司行业分类指引》（2012 年修订），谷物饮料所属行业为“C15 酒、饮料和精制茶制造业”；根据国家统计局《国民经济行业分类和代码》（GB/T4754-2017），谷物饮料所属行业为“饮料制造（C152）”。

#### 2.1.2 行业管理体制

##### （1）行政主管部门

谷物饮料所属饮料行业的行政主管部门主要由国务院食品安全委员会、国家卫生健康委员会、国家市场监督管理总局、国家发展和改革委员会、国家工业和信息化部等组成。行业内企业由各地的市场监督管理局、卫生主管部门、质量监督检验检疫主管部门负责监督管理。行业监管体制具体如下：

国务院食品安全委员会是国务院食品安全工作的高层次议事协调机构，主要职责为分析食品安全形势，研究部署、统筹指导食品安全工作；提出食品安全监管的重大政策措施；督促落实食品安全监管责任。

国家卫生健康委员会是国务院的组成部门，下设食品安全标准与监测评估司，主要负责组织拟订食品安全国家标准，开展食品安全风险监测、评估和交流，承担新食品原料、食品添加剂新品

种、食品相关产品新品种的安全性审查。

国家市场监督管理总局为国务院直属机构，负责组织实施质量强国战略、食品安全战略和标准

4

让每个人都能成为

行业专家、管理专家、营销专家、战略专家、成功企业家……

化战略，负责食品安全监督管理等。国家市场监督管理总局设产品质量安全监督管理局、食品安全协调司、食品生产安全监督管理局、食品经营安全监督管理局、特殊食品安全监督管理局、食品安全抽检监测司等机构。

国家发展和改革委员会和国家工业和信息化部负责研究制定行业发展规划、计划和产业政策；监测行业运行态势，指导行业结构调整等。

(2) 行业自律组织

饮料行业全国性的自律组织主要包括中国食品工业协会和中国饮料工业协会等。

其中，中国食品工业协会主要职责为开展行业统计工作，发布食品工业经济运行情况；协助立法机关和行政机关，制定和完善食品安全方针政策、法律法规、技术标准和执法措施；配合政府部门做好食品质量和安全检查等工作；激励引导食品工业企业增强创新能力和技术装备水平，推动科技创新体系建设；负责组织和协调国内外的行业交流活动等。

中国饮料工业协会主要职责为对饮料行业进行调查统计，研究饮料行业发展方向；提出饮料行业发展规划、经济技术政策、扶优限劣政策及经济立法等方面的建议；推动饮料行业的技术进步，推广应用新技术、新工艺、新材料、新设备和新包装，促进新产品开发；开展饮料行业国家标准和行业标准的制定和修订工作；加强产品质量管理工作等。

2.1.3 行业主要法律法规及产业政策

(1) 行业主要法律法规

| 序号 | 法律、法规名称                   | 发布单位         | 实施时间   |
|----|---------------------------|--------------|--------|
| 1  | 《中华人民共和国食品安全法》（2021年修正）   | 全国人大常委会      | 2021 年 |
| 2  | 《中华人民共和国广告法》（2021年修订）     | 全国人大常委会      | 2021 年 |
| 3  | 《国家食品安全监督抽检实施细则》（2022 年版） | 国家食品药品监督管理总局 | 2022 年 |
| 4  | 《网络食品安全违法行为查处办法》（2021年修改） | 国家食品药品监督管理总局 | 2021 年 |
| 5  | 《食品召回管理办法》（2020 年修订）      | 国家市场监督管理总局   | 2020 年 |

|   |                                  |            |        |
|---|----------------------------------|------------|--------|
| 6 | 《食品生产许可管理办法》                     | 国家市场监督管理总局 | 2020 年 |
| 7 | 《产品质量监督抽查管理暂行办法》                 | 国家市场监督管理总局 | 2020 年 |
| 8 | 《中华人民共和国食品安全法实施条例》<br>(2019 年修订) | 国务院        | 2019 年 |

让每个人都能成为

行业专家、管理专家、营销专家、战略专家、成功企业家……

# 谷物饮料企业通过价值溢价实现增长策略制定与实施手册

|    |                                     |                                                                 |        |
|----|-------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|--------|
| 9  | 《食品安全抽样检验管理办法》（2019 年修订）            | 国家市场监督管理总局                                                      | 2019 年 |
| 10 | 《中华人民共和国产品质量法》（2018 修正）             | 全国人大常委会                                                         | 2018 年 |
| 11 | 《食品安全标准跟踪评价工作方案》                    | 国家卫生健康委员会、国家市场监督管理总局                                            | 2018 年 |
| 12 | 《中华人民共和国计量法》（2018 年修正）              | 全国人大常委会                                                         | 2018 年 |
| 13 | 《中华人民共和国农产品质量安全法》（2018 年修正）         | 全国人大常委会                                                         | 2018 年 |
| 14 | 《关于加大食品药品安全执法力度严格落实食品药品违法行为处罚到人的规定》 | 公安部、国家食品药品监督管理总局                                                | 2018 年 |
| 15 | 《关于进一步加强食品药品标准工作的指导意见》              | 国家食品药品监督管理总局                                                    | 2018 年 |
| 16 | 《食品添加剂新品种管理办法》（2017 年修订）            | 国家卫生计生委                                                         | 2017 年 |
| 17 | 《饮料生产许可审查细则》（2017 年版）               | 国家食品药品监督管理总局                                                    | 2017 年 |
| 18 | 《食品经营许可证管理办法》（2017 修正）              | 国家食品药品监督管理总局                                                    | 2017 年 |
| 19 | 《食品、保健食品欺诈和虚假宣传整治方案》                | 国务院食品安全办、工信部、公安部、商务部、工商总局、质检总局、新闻出版广电总局、国家食品药品监督管理总局、国家互联网信息办公室 | 2017 年 |
| 20 | 《关于贯彻实施〈食品生产许可管理办法〉有关问题的通知》         | 国家食品药品监督管理总局                                                    | 2017 年 |
| 21 | 《关于食品生产经营企业建立食品安全追溯体系的若干规定》         | 国家食品药品监督管理总局                                                    | 2017 年 |
| 22 | 《网络购买商品七日无理由退货暂行办法》                 | 国家市场监督管理总局                                                      | 2017 年 |
| 23 | 《总局关于印发食品生产经营风险分级管理办法（试行）的通知》       | 国家食品药品监督管理总局                                                    | 2016 年 |
| 24 | 《食品生产许可审查通则》                        | 国家食品药品监督管理总局                                                    | 2016 年 |
| 25 | 《食品安全信用信息管理办法》                      | 国家食品药品监督管理总局                                                    | 2016 年 |
| 26 | 《食品安全工作评议考核办法》                      | 国务院                                                             | 2016 年 |

|    |                                  |              |        |
|----|----------------------------------|--------------|--------|
| 27 | 《关于开展消费品工业“三品”专项行动营造良好市场环境的若干意见》 | 国务院          | 2016 年 |
| 28 | 《食品生产经营日常监督检查管理办法》               | 国家食品药品监督管理总局 | 2016 年 |
| 29 | 《食品药品投诉举报管理办法》                   | 国家食品药品监督管理总局 | 2016 年 |

让每个人都能成为 行业专家、管理专家、营销专家、战略专家、成功企业家……

|    |                                      |              |        |
|----|--------------------------------------|--------------|--------|
| 30 | 《关于加快推进重要产品追溯体系建设的意见》                | 国务院          | 2016 年 |
| 31 | 《食品经营许可审查通则（试行）》                     | 国家食品药品监督管理总局 | 2015 年 |
| 32 | 《关于贯彻落实〈食品召回管理办法〉的实施意见》              | 国家食品药品监督管理总局 | 2015 年 |
| 33 | 《驰名商标认定和保护规定》                        | 国家工商行政管理总局   | 2014 年 |
| 34 | 《中华人民共和国工业产品生产许可证管理条例实施办法》           | 国家质量监督检验检疫总局 | 2014 年 |
| 35 | 《中华人民共和国消费者权益保护法》（2013 年修正）          | 全国人大常委会      | 2014 年 |
| 36 | 《国务院关于加强食品安全工作的决定》                   | 国务院          | 2012 年 |
| 37 | 《国家食品安全事故应急预案》（2011 年修订）             | 国务院          | 2011 年 |
| 38 | 《国务院办公厅关于严厉打击食品非法添加行为切实加强食品添加剂监管的通知》 | 国务院          | 2011 年 |
| 39 | 《关于使用企业食品生产许可证标志有关事项的公告》             | 国家质量监督检验检疫总局 | 2010 年 |

## （2）行业主要标准

| 序号 | 标准名称                  | 发布机构                       | 标准编号          | 实施时间   |
|----|-----------------------|----------------------------|---------------|--------|
| 1  | 《食品安全国家标准食品中农药最大残留限量》 | 国家卫生健康委员会、农业农村部、国家市场监督管理总局 | GB2763-2021   | 2021 年 |
| 2  | 《食品安全国家标准预包装食品中致病菌限量》 | 国家卫生健康委员会、国家市场监督管理总局       | GB29921-2021  | 2021 年 |
| 3  | 《食品安全国家标准食品中污染物限量》    | 国家卫生和计划生育委员会、国家食品药品监督管理总局  | GB2762-2017   | 2017 年 |
| 4  | 《食品安全国家标准食品中真菌毒素限量》   | 国家卫生和计划生育委员会、国家食品药品监督管理总局  | GB2761-2017   | 2017 年 |
| 5  | 《食品安全国家标准食品中脂肪的测定》    | 国家卫生和计划生育委员会、国家食品药品监督管理总局  | GB5009.6-2016 | 2017 年 |
| 6  | 《食品安全国家标准食品中蛋白质的测定》   | 国家卫计委、国家食品药品监督管理总局         | GB5009.5-2016 | 2017 年 |

|    |                    |                           |                 |        |
|----|--------------------|---------------------------|-----------------|--------|
| 7  | 《食品安全国家标准饮料生产卫生规范》 | 国家卫生和计划生育委员会、国家食品药品监督管理总局 | GB12695-2016    | 2017 年 |
| 9  | 《食品安全国家标准饮料》       | 国家卫生和计划生育委员会              | GB7101-2015     | 2016 年 |
| 10 | 《饮料通则》             | 国家质量监督检验检疫总局、国家标准化管理委员会   | GB/T 10789-2015 | 2016 年 |

让每个人都能成为

行业专家、管理专家、营销专家、战略专家、成功企业家……

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/366205224222011004>