



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2009年中国软饮料行业市场分析 及发展前景预测报告

## 一、调研说明

《2009年中国软饮料行业市场分析及发展前景预测报告》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/10233.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

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

### 第一章 2009年中国软饮料行业市场运行环境解析

#### 一、2009年中国经济发展环境分析

- (一) 2009年前三季度经济运行情况
- (二) 全球金融危机对中国产业格局影响
- (三) 中国应对金融危机的措施

#### 二、2009年中国软饮料行业政策环境分析

- (一) 《软饮料(非酒精饮料)标准》
- (二) 《含乳饮料卫生标准》
- (三) 饮料强制性国标《饮料通则》出台

#### 三、2009年中国软饮料行业技术环境分析

- (一) 酸饮料加工技术
- (二) 果蔬汁饮料加工技术
- (三) 蛋白饮料加工技术
- (四) 茶类饮料加工技术

### 第二章 2009年国际软饮料行业发展状况浅析

#### 一、2009年软饮料发展的国际经济环境分析

- (一) 经济全球化进程加速
- (二) 新科技革命促进软饮料行业快速发展
- (三) 全球产业结构调整加快软饮料产业升级

#### 二、2009年全球饮料行业发展概况

- (一) 饮料市场呈现多样化
- (二) 消费需求倾向健康、方便和环保
- (三) 保健功能饮料越来越受到关注
- (四) 新品种接连进入市场
- (五) 全球饮料产销的重心转向亚洲

#### 三、美国软饮料市场发展状况分析

- (一) 美国软饮料市场概况
- (二) 美国软饮料行业压力增大
- (三) 美国饮料行业瓶装水带来新战略

#### 四、日本软饮料市场发展状况分析

(一) 茶饮料市场竞争激烈

(二) 蔬菜饮料风光依旧

(三) 功能型饮料品种繁多

(四) 咖啡市场平稳增长

(五) 企业注重开发保健清凉饮料

## 五、欧洲软饮料市场发展状况分析

(一) 各国、各种软饮料增长不平衡

(二) 商家品牌产品渐获重视

(三) 健康、味美、方便和反传统是创新四大主题

## 六、2009-2012年全球软饮料业的发展趋势分析

## 第三章 2009年中国软饮料行业发展现状综述

### 一、2009年中国软饮料行业现状分析

(一) 中国饮料行业概述

(二) 中国软饮料业运行特点

(三) 中国软饮料业价格战进入"白热化"

(四) 中国软饮料业增长迅速

### 二、2009年中国软饮料行业安全与健康探讨

(一) 食品饮料行业面对健康和赢利难以选择

(二) 食品饮料业面临安全考验

(三) 迫切建立食品饮料安全保障体系

(四) 管理问题是中国饮料行业发展的重要问题

### 三、2009年中国软饮料制造业市场发展动态

(一) 软饮料品牌成行业软肋

(二) 无序市场呼唤主导企业

(三) 渠道单一与品牌力弱的互相制约

## 第四章 2009年中国软饮料市场运行形势分析

### 一、2009年中国软饮料市场供需分析

(一) 软饮料产量统计分析

(二) 市场需求量分析

(三) 价格走势分析

#### （四）进出口贸易分析

### 二、2009年中国软饮料供给主要影响因素分析

#### （一）产品自身价格

#### （二）生产要素的价格

#### （三）生产技术的变化

#### （四）软饮料行业供给中存在的问题

### 二、2009年中国软饮料消费需求的主要影响因素分析

#### （一）商品价格

#### （二）消费者的收入

#### （三）消费者偏好程度

#### （四）消费者的预期

### 三、2009年中国软饮料市场消费者分析

#### （一）消费者构成

#### （二）软饮料消费特征

#### （三）消费目的与消费依据

#### （四）消费者需求的最新变化

## 第五章 2007-2009年中国软饮料行业相关经济数据监测

### 一、2007-2009年中国软饮料业总体数据分析

#### （一）2007年中国软饮料业全部企业数据分析

#### （二）2009年中国软饮料业全部企业数据分析

### 二、2007-2009年中国软饮料业不同规模企业数据分析

#### （一）2007年中国软饮料业不同规模企业数据分析

#### （二）2009年中国软饮料业不同规模企业数据分析

### 三、2007-2009年中国软饮料业不同所有制企业数据分析

#### （一）2007年中国软饮料业不同所有制企业数据分析

#### （二）2009年中国软饮料业不同所有制企业数据分析

## 第六章 2009年中国软饮料行业主要细分市场发展态势探究

### 一、碳酸饮料

#### （一）碳酸饮料相关阐述

#### （二）2009年碳酸饮料市场透视

- (三) 碳酸饮料更换包装点亮市场
- (四) "十一五"中国碳酸饮料生产比例将下降

## 二、瓶装水

- (一) 2009年中国饮用水市场现状
- (二) 饮用水市场服务制胜
- (三) 饮用水市场可能重新洗牌
- (四) 桶装水市场竞争更激烈

## 三、果汁饮料

- (一) 中国果汁行业现状分析
- (二) 中国果汁市场态势
- (三) 纯鲜果汁市场发展迅猛

## 四、茶饮料

- (一) 中国茶饮料市场发展概述
- (二) 茶饮料市场主导地位
- (三) 茶饮料新品营销策略
- (四) 纯茶将成茶饮料发展趋势

## 五、功能型饮料

- (一) 中国功能饮料行业概况
- (二) 中国功能饮料市场格局解析
- (三) 中国功能饮料品牌状况透析

## 六、其他软饮料

- (一) 蔬菜汁饮料
- (二) 含乳饮料
- (三) 植物蛋白饮料
- (四) 固体饮料

## 第七章 2009年中国软饮料行业市场营销现状剖析

### 一、2009年中国软饮料市场营销渠道分析

- (一) 营销渠道的概念、类型与动态
- (二) 营销渠道的发展阶段
- (三) 营销渠道的策划分析

### 二、2009年中国软饮料市场销售渠道模式分析

(一) 传统销售渠道模式

(二) 销售渠道的变化模式

(三) 软饮料销售渠道选择的依据

(四) 软饮料企业的渠道整合

## 二、2009年中国软饮料行业的广告促销分析

(一) 不同广告运作方式

(二) 软饮料企业广告促销费用情况

## 三、2009年中国软饮料的营销策略点评

(一) 饮料营销策略探讨

(二) 饮料行业应塑造国际品牌

(三) 体验营销是饮料营销新动向

(四) 功能饮料的营销模式

## 第八章 2009年中国软饮料行业市场竞争格局透析

### 一、2009年中国软饮料行业五力分析模型分析

(一) 现有竞争者分析

(二) 潜在进入者分析

(三) 供应商议价能力

(四) 替代品分析

(五) 消费者分析

### 二、2009年中国软饮料行业竞争特点探究

(一) 外资企业在行业竞争中占重要地位

(二) 产品向中西部转移

(三) 软饮料品牌竞争日益成熟

(四) 软饮料行业的广告竞争更激烈

### 三、2009年中国软饮料业竞争趋势

(一) 软饮料品类格局演变预测分析

(二) 未来竞争和发展的五大关键主题

(三) 中国软饮料行业竞争未来发展趋势

(四) 饮料市场竞争日趋多元化

## 第九章 中国软饮料行业重点企业分析

## 一、康师傅（杭州）饮品有限公司

### （一）企业概况

### （二）企业经营状况分析

### （三）企业竞争力分析

## 二、红牛维他命饮料有限公司

### （一）企业概况

### （二）企业经营状况分析

### （三）企业竞争力分析

## 三、百事(中国)有限公司

### （一）企业概况

### （二）企业经营状况分析

### （三）企业竞争力分析

## 四、广州百乐饮料发展公司

### （一）企业概况

### （二）企业经营状况分析

### （三）企业竞争力分析

## 五、北京汇源食品饮料有限公司

### （一）企业概况

### （二）企业经营状况分析

### （三）企业竞争力分析

## 第十章 2009年中国软饮料上下游产业链运行分析

### 一、上游原材料供应量

#### （一）软饮料主要原料产量

#### （二）主要原材料区域分布

#### （三）主要原材料进出口总量

### 二、原材料价格

#### （一）近年我国软饮料主要原料产品的价格变动趋势

#### （二）不同地区软饮料主要原料产品价格

### 三、原材料供应商议价能力

#### （一）中国软饮料主要原料产品的供求对比

#### （二）原材料行业与软饮料行业的议价能力



#### 四、软饮料消费总量分析

（一）2005-2007年软饮料消费总量

（二）重点地区消费量分析

（三）软饮料消费结构

#### 五、软饮料消费影响因素

（一）产品质量因素

（二）产品价格因素

（三）渠道因素

（四）品牌因素

（五）包装因素

#### 六、软饮料的主要渠道分析

（一）便利店

（二）批发商

（三）超市、大卖场

（四）出口贸易

#### 七、下游议价能力综述（消费者、经销商）

### 第十一章 2009-2012年中国软饮料行业发展及投资前景分析

#### 一、2009-2012年中国软饮料发展趋势分析

（一）行业将继续保持快速增长

（二）市场集中度逐步提高，产量区域分布仍不平衡

（三）行业内部加速分化，产品差别化趋势进一步加强

#### 二、2009-2012年中国软饮料市场发展预测

（一）中国软饮料市场供给预测分析

（二）中国软饮料市场需求预测分析

#### 三、2009-2012年中国软饮料行业投资分析

（一）软饮料市场前景商机大

（二）果汁饮料行业投资前景广阔

（三）投资浓缩苹果汁产业利润高

（四）中国蔬菜汁生产发展前景诱人

（五）中国软饮料行业投资风险分析

#### 四、2009-2012年中国软饮料行业投资策略分析

- (一) 充分发挥资源优势进行产品创新
- (二) 关键在于品牌培养与经营
- (三) 放缓扩张速度加强结构调整

图表目录（部分）：

图表：2006-2009年三季度中国GDP增长情况

图表：2009年前三季度中国三大产业结构

图表：2003-2009年中国工业增加值增长率

图表：2005-2009年中国固定资产投资及消费品零售增长情况

图表：2007年9月-2009年9月中国CPI、PPI走势

图表：2009年1-9月中国外贸增长情况

图表：2009年1-9月份我国部分行业调整变化（同比增长率%）

图表：2009年1-9月份我国周期性行业调整变化（同比增长率%）

图表：2009年1-9月份耐用消费类产业出现负增长（同比增长率%）

图表：近期公布的刺激经济的政策一览表

图表：提高出口退税率的商品清单

图表：略&hellip;&hellip;

更多图表见报告正文

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/10233.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提供专业投资咨询报告、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。