



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国解酒饮料市场 深度评估及投资策略报告

一、调研说明

《2015-2020年中国解酒饮料市场深度评估及投资策略报告》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/252645.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

第一部分 解酒饮料行业特性研究

第一章 解酒饮料行业概述

第一节 解酒饮料行业概述

一、解酒饮料行业定义

二、解酒饮料行业产品分类

三、解酒饮料行业产品特性

第二节 解酒饮料行业属性及国民经济地位分析

一、国民经济依赖性

二、经济类型属性

三、行业周期属性

四、解酒饮料行业国民经济地位分析

第三节 解酒饮料行业特征研究

一、2009-2014年解酒饮料行业规模（连续5年数据提供）

二、2009-2014年解酒饮料行业成长性分析

三、2009-2014年解酒饮料行业盈利性分析

四、2009-2014年解酒饮料行业竞争强度分析

五、2009-2014年解酒饮料行业所处的生命周期

第四节 解酒饮料行业产业链模型分析

一、产业链模型介绍

二、解酒饮料行业产业链模型分析

第二章 2013-2014年我国解酒饮料行业发展环境分析

第一节 2013-2014年解酒饮料行业经济环境分析

一、2013年国内生产总值初步核算为568845亿元

二、2013年全国居民消费价格总水平比上年上涨2.6%

三、2013年中国城乡居民收入情况分析

四、2013年社会消费品零售总额2327810亿元

五、2013年全国固定资产投资（不含农户）447074亿元

六、2013年我国外贸进出口总值41600亿美元

第二节 2013-2014年解酒饮料国家"十二五"产业政策环境分析

一、行业主管亿元门、行业管理体制

二、行业主要法规与产业政策

三、行业"十二五"发展规划

四、出口关税政策分析

第三节 2013-2014年中国解酒饮料行业产业社会环境分析

一、2013-2014年我国人口结构分析

二、2013-2014年教育环境分析

三、2013-2014年文化环境分析

四、2013-2014年生态环境分析

五、2013-2014年中国城镇化率分析

第四节 2013-2014年解酒饮料行业消费环境分析

一、饮食保健：健康就是粗粮为主 薯类为副

二、消费观念

三、中国饮料消费结构单

第二部分 解酒饮料行业发展现状研究

第一章 2010-2014年中国饮料行业运行新形势透析

第一节 2010-2014年中国饮料行业总体概述

一、中国饮料行业的发展历程回顾

二、饮料行业已步入多元化格局

三、中国发展饮料工业的优势

第二节 2010-2014年中国饮料行业运行状况

一、饮料市场百花齐放，逆势增长

二、我国饮料市场三足鼎立之势

第三节 2014年我国饮料市场热点关注

一、饮料行业频发"门"事件

二、饮料行业引入风险投入资金，刮起"并购风"

第四节 2010-2014年中国饮料行业品牌分析

一、中国饮料新品牌层出不穷

二、国内饮料市场大众品牌分析

三、中国饮料品牌的沉浮

四、中国饮料行业品牌集中度上升

五、国内饮料品牌的发展战略解析

第五节 2010-2014年中国饮料行业存在的问题及策略

一、我国饮料生产企业面临八大挑战

二、新国标出台饮料业又遇新门槛

三、国内饮料企业制胜策略

四、饮料行业产品和渠道创新是关键

第二章 2013-2014年我国解酒饮料行业发展分析

第一节 2013-2014年我国解酒饮料行业发展综述

一、行业运行特点分析

二、行业主要品牌分析

三、产业技术分析

第二节 中国解酒饮料产品供给分析

一、解酒饮料行业总体产能规模

二、解酒饮料行业生产区域分布

三、2008-2014年中国解酒饮料产量分析

四、供给影响因素分析

第三节 中国解酒饮料行业市场需求分析

一、2008-2014年中国解酒饮料行业市场需求量分析

二、区域市场分布

三、下游需求构成分析

四、解酒饮料行业市场需求热点

第四节 2013-2014年中国解酒饮料产品重点在建、拟建项目

一、在建项目

二、拟建项目

第五节 2013-2014年解酒饮料行业市场价格走势分析

一、解酒饮料行业市场价格走势影响因素

二、2013-2014年解酒饮料行业价格走势

第六节 2013-2014年解酒饮料行业发展存在的问题及对策分析

一、解酒饮料行业存在的问题分析

二、解酒饮料行业发展策略分析

第三章 2008-2014年中国解酒饮料所属行业数据监测分析

第一节 2008-2014年中国解酒饮料所属行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、从业人数增长分析

三、资产规模增长分析

第二节 2011-2014年中国解酒饮料所属行业结构分析

一、企业数量结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

二、销售收入结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

第三节 2008-2014年中国解酒饮料所属行业产值分析

一、产成品增长分析

二、工业销售产值分析

三、出口交货值分析

第四节 2008-2014年中国解酒饮料所属行业成本费用分析

一、销售成本统计

二、费用统计

第五节 2008-2014年中国解酒饮料所属行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第四章 2013-2014年我国解酒饮料行业进出口市场分析

第一节 2011-2014年中国解酒饮料进口数据分析

一、进口数量分析

二、进口金额分析

第二节 2011-2014年中国解酒饮料出口数据分析

一、出口数量分析

二、出口金额分析

第三节 2011-2014年中国解酒饮料进出口产品结构分析

一、解酒饮料行业进口产品结构

二、解酒饮料行业出口产品结构

第三节 2011-2014年中国解酒饮料进出口平均单价分析

一、进口价格走势

二、出口价格走势

第五章 2006-2014年中国解酒饮料加工业相关产量数据分析

第一节 2007-2014年中国软饮料产量数据统计分析

一、2008-2014年全国软饮料产量数据分析

二、2014年全国软饮料产量数据分析（数据均可更新至最新月份）

三、全国软饮料产量增长性分析

第二节 2007-2014年中国果汁和蔬菜汁饮料产量数据统计分析

一、2008-2014年全国果汁和蔬菜汁饮料产量数据分析

二、2014年全国果汁和蔬菜汁饮料产量数据分析（数据均可更新至最新月份）

三、全国果汁和蔬菜汁饮料产量增长性分析

第六章 中国解酒饮料区域行业市场分析

第一节 东北地区

一、2009-2014年东北地区在解酒饮料行业中的地位变化

二、2009-2014年东北地区解酒饮料行业规模情况分析

三、2009-2014年东北地区解酒饮料行业企业分析

四、2009-2014年东北地区解酒饮料行业发展趋势预测

第二节 华北地区

一、2009-2014年华北地区在解酒饮料行业中的地位变化

二、2009-2014年华北地区解酒饮料行业规模情况分析

三、2009-2014年华北地区解酒饮料行业企业分析

四、2009-2014年华北地区解酒饮料行业发展趋势预测

第三节 华东地区

一、2009-2014年华东地区在解酒饮料行业中的地位变化

二、2009-2014年华东地区解酒饮料行业规模情况分析

三、2009-2014年华东地区解酒饮料行业企业分析

四、2009-2014年华东地区解酒饮料行业发展趋势预测

第四节 华中地区

- 一、2009-2014年华中地区在解酒饮料行业中的地位变化
- 二、2009-2014年华中地区解酒饮料行业规模情况分析
- 三、2009-2014年华中地区解酒饮料行业企业分析
- 四、2009-2014年华中地区解酒饮料行业发展趋势预测

第五节 华南地区

- 一、2009-2014年华南地区在解酒饮料行业中的地位变化
- 二、2009-2014年华南地区解酒饮料行业规模情况分析
- 三、2009-2014年华南地区解酒饮料行业企业分析
- 四、2009-2014年华南地区解酒饮料行业发展趋势预测

第六节 西部地区

- 一、2009-2014年西部地区在解酒饮料行业中的地位变化
- 二、2009-2014年西部地区解酒饮料行业规模情况分析
- 三、2009-2014年西部地区解酒饮料行业企业分析
- 四、2009-2014年西部地区解酒饮料行业发展趋势预测

第七章 中国解酒饮料行业竞争状况分析

第一节 2013-2014年中国解酒饮料行业竞争力分析

- 一、中国解酒饮料行业要素成本分析
- 二、品牌竞争分析
- 三、技术竞争分析

第二节 2013-2014年中国解酒饮料行业市场区域格局分析

- 一、重点生产区域竞争力分析
- 二、市场销售集中分布
- 三、国内企业与国外企业相对竞争力

第三节 2013-2014年中国解酒饮料行业市场集中度分析

- 一、行业集中度分析
- 二、企业集中度分析

第四节 中国解酒饮料行业五力竞争分析

- 一、“波特五力模型”介绍
- 二、解酒饮料“波特五力模型”分析
 - (1) 行业内竞争
 - (2) 潜在进入者威胁

(3) 替代品威胁

(4) 供应商议价能力分析

(5) 买方侃价能力分析

第五节 2013-2014年中国解酒饮料行业竞争的因素分析

第三部分 解酒饮料行业产业链分析

第一章 2013-2014年中国解酒饮料上游行业研究分析

第一节 2013-2014年中国解酒饮料上游行业一研究分析

一、上游行业一产销状分析

二、上游行业一市场价格情况分析

三、上游行业一生产商情况

四、上游行业一市场发展前景预测

第二节 2013-2014年中国解酒饮料上游二行业研究分析

一、上游二行业产销状分析

二、上游二行业市场价格情况分析

三、上游二行业生产商情况

四、上游一行业市场发展前景预测

第三节 上游行业发展对解酒饮料影响因素分析

第二章 2010-2014年中国解酒饮料市场消费调查

第一节 消费者基本情况分析

一、性别占比

二、年龄分布

三、职业

四、对解酒饮料认知情况

第二节 2010-2014年中国消费者购买解酒饮料行为调研

一、消费者选用解酒饮料的目的

二、消费者最常喝解酒饮料品牌

三、消费者对解酒饮料价格敏感度分析

第三节 影响消费者选择运动型饮料因素分析

第三章 2010-2014年中国解酒饮料市场营销解析

第一节 2010-2014年中国饮料行业营销现状分析

一、国内饮料营销的五大派系

二、饮料行业销售渠道探讨

三、饮料业网络营销战略分析

第二节 2010-2014年中国解酒饮料卖点解析

第三节 2010-2014年中国解酒饮料市场营销策略剖析

一、解酒饮料市场产品定位

二、品类名解决消费者的口感障碍与亲近感问题

三、明确核心消费群定位与解酒饮料的诉求方向问题

四、相应的产品包装进行配套

五、以实际行动解决市场推广问题

第四节 2010-2014年中国解酒饮料市场营销策略分析

一、解酒饮料概念营销

二、解酒饮料精细营销分析

第四部分 解酒饮料行业企业竞争力分析

第一章 2013-2014年解酒饮料行业优势企业分析

第一节 企业一经营情况分析

一、企业发展简况分析

二、企业产品结构及新产品动向

三、企业销售渠道与网络

三、2013-2014年企业主要经济指标（收入、成本、利润）

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业经营能力分析

七、企业成长能力分析

八、企业经营状况SWOT分析

九、企业投资兼并与重组分析

十、企业最新发展动向分析

第二节 企业二经营情况分析

一、企业发展简况分析

二、企业产品结构及新产品动向

三、企业销售渠道与网络

三、2013-2014年企业主要经济指标（收入、成本、利润）

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业经营能力分析

七、企业成长能力分析

八、企业经营状况SWOT分析

九、企业投资兼并与重组分析

十、企业最新发展动向分析

第三节 企业三经营情况分析

一、企业发展简况分析

二、企业产品结构及新产品动向

三、企业销售渠道与网络

三、2013-2014年企业主要经济指标（收入、成本、利润）

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业经营能力分析

七、企业成长能力分析

八、企业经营状况SWOT分析

九、企业投资兼并与重组分析

十、企业最新发展动向分析

第四节 企业四经营情况分析

一、企业发展简况分析

二、企业产品结构及新产品动向

三、企业销售渠道与网络

三、2013-2014年企业主要经济指标（收入、成本、利润）

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业经营能力分析

七、企业成长能力分析

八、企业经营状况SWOT分析

九、企业投资兼并与重组分析

十、企业最新发展动向分析

第五节 企业五经营情况分析

- 一、企业发展简况分析
 - 二、企业产品结构及新产品动向
 - 三、企业销售渠道与网络
 - 三、2013-2014年企业主要经济指标（收入、成本、利润）
 - 四、企业盈利能力分析
 - 五、企业偿债能力分析
 - 六、企业经营能力分析
 - 七、企业成长能力分析
 - 八、企业经营状况SWOT分析
 - 九、企业投资兼并与重组分析
 - 十、企业最新发展动向分析
- 第六节 企业六经营情况分析

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品结构及新产品动向
- 三、企业销售渠道与网络
- 三、2013-2014年企业主要经济指标（收入、成本、利润）
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 六、企业经营能力分析
- 七、企业成长能力分析
- 八、企业经营状况SWOT分析
- 九、企业投资兼并与重组分析
- 十、企业最新发展动向分析

…….

第五部分 解酒饮料行业未来市场前景展望、投资策略研究

第一章 2015-2020年中国解酒饮料产业发趋势预测分析

第一节 2015-2020年中国解酒饮料发展趋势分析

- 一、解酒饮料产业技术发展方向分析
- 二、解酒饮料竞争格局预测分析
- 三、解酒饮料行业发展预测分析

第二节 2015-2020年中国解酒饮料市场预测分析

- 一、解酒饮料供给预测分析

二、解酒饮料需求预测分析

三、解酒饮料进出口预测分析

第三节 2015-2020年中国解酒饮料市场盈利预测分析

第二章 2015-2020年中国解酒饮料行业投资机会与风险分析

第一节 2015-2020年中国解酒饮料行业投资前景分析

第二节 2015-2020年中国解酒饮料行业投资特性分析

一、2015-2020年中国解酒饮料行业行业进入壁垒分析

二、2015-2020年中国解酒饮料行业行业盈利模式分析

三、2015-2020年中国解酒饮料行业行业盈利因素分析

第三节 2015-2020年中国解酒饮料行业投资机会分析

一、2015-2020年中国解酒饮料行业细分市场投资机会分析

二、2015-2020年中国解酒饮料行业区域市场投资潜力分析

第四节 2015-2020年中国解酒饮料行业投资风险分析

一、2015-2020年中国解酒饮料行业市场竞争风险

二、2015-2020年中国解酒饮料行业技术风险

三、2015-2020年中国解酒饮料行业政策风险

四、2015-2020年中国解酒饮料行业进入退出风险

第三章 2015-2020年中国解酒饮料行业发展策略及投资建议

第一节 解酒饮料行业发展策略分析

一、坚持产品创新的领先战略

二、坚持品牌建设的引导战略

三、坚持工艺技术创新的支持战略

四、坚持市场营销创新的决胜战略

五、坚持企业管理创新的保证战略

第二节 解酒饮料行业市场的关键客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第四章 中国行业咨询网研究部结论及专家建议

图表目录：

图表：解酒饮料行业产业链模型图

图表：2008-2014年中国GDP增长变化趋势图

图表：2008-2014年中国消费价格指数变化趋势图

图表：2008-2014年中国城镇居民可支配收入变化趋势图

图表：2008-2014年中国农村居民纯收入变化趋势图

图表：2008-2014年中国社会消费品零售总额变化趋势图

图表：2008-2014年中国全社会固定资产投资总额变化趋势图

图表：2008-2014年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2008-2014年中国解酒饮料产量情况

图表：2013年我国解酒饮料消费结构表

图表：2013年我国解酒饮料消费结构图

图表：2008-2014年中国解酒饮料需求量情况

图表：2008-2014年中国解酒饮料进口量情况表

图表：2008-2014年中国解酒饮料进口量变化趋势图

图表：2008-2014年中国解酒饮料进口金额情况表

图表：2008-2014年中国解酒饮料进口平均价格情况表

图表：2010年中国解酒饮料分国家进口情况

图表：2011年中国解酒饮料分国家进口情况

图表：2008-2014年中国解酒饮料出口量情况表

图表：2008-2014年中国解酒饮料出口量变化趋势图

图表：2008-2014年中国解酒饮料出口金额情况表

图表：2008-2014年中国解酒饮料出口平均价格情况表

图表：2008-2014年中国解酒饮料行业产品市场价格变化趋势图

图表：2008-2014年中国解酒饮料所属行业企业数量及其增长情况

图表：2008-2014年中国解酒饮料所属行业亏损企业数量及亏损面情况

图表：2008-2014年中国解酒饮料所属行业从业人数及其增长情况

图表：2008-2014年中国解酒饮料所属行业资产规模及其增长情况

图表：2012年中国解酒饮料所属行业不同类型企业数量情况

图表：2012年中国解酒饮料所属行业不同类型企业企业数量结构图

图表：2012年中国解酒饮料所属行业不同所有制企业数量情况

图表：2012年中国解酒饮料所属行业不同所有制企业企业数量结构图

图表：2012年中国解酒饮料所属行业不同类型企业销售收入情况

图表：2012年中国解酒饮料所属行业不同类型企业销售收入结构图

图表：2012年中国解酒饮料所属行业不同所有制企业销售收入情况

图表：2012年中国解酒饮料所属行业不同所有制企业企业销售收入结构图

图表：2008-2014年中国解酒饮料所属行业产成品及其增长情况

图表：2008-2014年中国解酒饮料所属行业工业销售产值及其增长情况

图表：2008-2014年中国解酒饮料所属行业出口交货值及其增长情况

图表：2008-2014年中国解酒饮料所属行业销售成本情况

图表：2008-2014年中国解酒饮料所属行业营业费用情况

图表：2008-2014年中国解酒饮料所属行业利润总额及其增长情况

图表：2008-2014年中国解酒饮料所属行业盈利能力变化趋势图

图表：企业一主要经济指标

图表：企业一销售收入变化趋势图

图表：企业一盈利指标分析

图表：企业一盈利能力分析

图表：企业一偿债能力分析

图表：企业一经营能力分析

图表：企业一成长能力分析

图表：企业二主要经济指标

图表：企业二销售收入变化趋势图

图表：企业二盈利指标分析

图表：企业二盈利能力分析

图表：企业二偿债能力分析

图表：企业二经营能力分析

图表：企业二成长能力分析

图表：企业三主要经济指标

图表：企业三销售收入变化趋势图

图表：企业三盈利指标分析

图表：企业三盈利能力分析
图表：企业三偿债能力分析
图表：企业三经营能力分析
图表：企业三成长能力分析
图表：企业四主要经济指标
图表：企业四销售收入变化趋势图
图表：企业四盈利指标分析
图表：企业四盈利能力分析
图表：企业四偿债能力分析
图表：企业四经营能力分析
图表：企业四成长能力分析
图表：企业五主要经济指标
图表：企业五销售收入变化趋势图
图表：企业五盈利指标分析
图表：企业五盈利能力分析
图表：企业五偿债能力分析
图表：企业五经营能力分析
图表：企业五成长能力分析
图表：2015-2020年中国解酒饮料产量预测
图表：2015-2020年中国解酒饮料需求量预测
图表：2015-2020年中国解酒饮料进出口量预测
图表：2015-2020年中国解酒饮料市场价格预测
图表：2015-2020年中国解酒饮料盈利能力预测

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/252645.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）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。