



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国饮料市场发展 现状及战略咨询报告

一、调研说明

《2017-2022年中国饮料市场发展现状及战略咨询报告》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/283219.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

饮料是指以水为基本原料，由不同的配方和制造工艺生产出来，供人或牲畜直接饮用的液体食品。饮料除提供水分外，由于在不同品种的饮料中含有不等量的糖、酸、乳、钠、脂肪、能量以及各种氨基酸、维生素、无机盐等营养成分，因此有一定的营养。

[Drink;Beverage] 经加工制成的适于供人或牲畜饮用的液体，尤指用来解渴、提供营养或提神的液体。汽水及各种果汁等。

2013年，软饮料行业实现累计产量1.49亿吨；同比增长了11.41%。虽然增速水平趋近“十二五”预期，但增幅较往年继续下滑，至2014年，饮料行业总体形势显得更为严峻。2014年全年软饮料行业实现产量1.66亿吨，同比增长7.01%，增速进一步下滑至个位。不过，截止2015年8月，软饮料行业实现产量1.20亿吨，累计同比相较去年有所反弹。

2014年我国饮料制造行业规模总资产达到4078.37亿元，较上年同期增长13.0%。行业销售收入为5784.86亿元，较上年同期增长9.6%。2014年行业利润总额为482.44亿元，较上年同期增长5.1%。2012-2014年我国饮料制造行业资产走势图

经济大环境疲软以及消费者习惯的转变正使得传统饮料行业面临考验，但仍不改看好未来我国饮料行业发展潜力的预判，低热量饮料、健康营养饮料、冷藏果汁饮料等发展前景广阔。

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 饮料行业概述

1.1 饮料的相关概念

1.1.1 软饮料

1.1.2 功能饮料

1.1.3 运动饮料

1.1.4 酒饮料

1.1.5 茶饮料

- 1.2 饮料的分类
 - 1.2.1软饮料的分类
 - 1.2.2酒饮料的分类
 - 1.2.3茶饮料分类

第二章 2013-2016年国际饮料市场

- 2.1 2013-2016年国际饮料市场总体概况
 - 2.1.1全球饮料消费状况
 - 2.1.2全球食品饮料行业热点
 - 2.1.3全球软饮料市场现状
 - 2.1.4全球啤酒市场状况
- 2.2 2013-2016年美国饮料市场的发展
 - 2.2.1美国碳酸饮料市场分析
 - 2.2.2美国啤酒市场分析
 - 2.2.3美国葡萄酒市场分析
- 2.3 2013-2016年欧洲饮料市场的发展
 - 2.3.1德国
 - 2.3.2俄罗斯
 - 2.3.3法国
 - 2.3.4西班牙
 - 2.3.5拉脱维亚
- 2.4 2013-2016年亚洲饮料市场的发展
 - 2.4.1日本
 - 2.4.2韩国
 - 2.4.3越南
 - 2.4.4印度
 - 2.4.5泰国

第三章 2013-2016年中国饮料行业分析

- 3.1 中国饮料行业总体概述
 - 3.1.1行业国际地位
 - 3.1.2行业现状综述

- 3.1.3行业新常态特点
- 3.1.4行业发展因素
- 3.2 2013-2016年中国饮料行业运行状况
 - 3.2.1 2014年行业发展特点
 - 3.2.2 2014年行业运行分析
 - 3.2.3 2015年行业发展主流
 - 3.2.4 2016年行业运行简析
- 3.3 2013-2016年中国饮料行业景气指数分析
 - 3.3.1 2014年景气指数分析
 - 3.3.2 2015年景气指数分析
 - 3.3.3 2016年景气指数分析
- 3.4 2013-2016年饮料行业存在的问题及策略
 - 3.4.1产业面临的挑战
 - 3.4.2行业遇新门槛
 - 3.4.3企业制胜策略
 - 3.4.4企业创新策略

第四章 2013-2016年中国饮料市场分析

- 4.1 2013-2016年中国饮料市场概况
 - 4.1.1市场的显著特征
 - 4.1.2市场运作规律分析
 - 4.1.3市场盛行高端风潮
 - 4.1.4产品发展的特性与走向
- 4.2 2013-2016年中国饮料品牌口碑分析
 - 4.2.1 2014年饮料品牌口碑分析
 - 4.2.2 2015年饮料品牌口碑分析
 - 4.2.3 2016年饮料品牌口碑分析
- 4.3 2013-2016年中国饮料市场消费者购买行为分析
 - 4.3.1消费者购买意愿和品牌爱好
 - 4.3.2消费者选择饮料关注的因素
 - 4.3.3饮料消费者的购买习惯

第五章 中国饮料制造行业财务状况

5.1 2011-2016年中国饮料制造行业经济规模

5.1.1行业销售规模 2012-2014年我国饮料制造行业销售收入走势图

5.1.2行业利润规模

5.1.3行业资产规模

5.2 2011-2016年中国饮料制造行业盈利能力指标分析

5.2.1行业亏损面

5.2.2行业销售毛利率

5.2.3行业成本费用利润率

5.2.4行业销售利润率

5.3 2011-2016年中国饮料制造行业营运能力指标分析

5.3.1行业应收账款周转率

5.3.2行业流动资产周转率

5.3.3行业总资产周转率

5.4 2011-2016年中国饮料制造行业偿债能力指标分析

5.4.1行业资产负债率

5.4.2行业利息保障倍数

5.5 中国饮料制造行业财务状况综合评价

5.5.1行业财务状况综合评价

5.5.2影响行业财务状况的经济因素分析

第六章 中国饮料制造业产量数据分析

6.1 2014年-2016年全国及主要省份发酵酒精产量分析

6.1.1 2014年产量分析

6.1.2 2015年产量分析

6.1.3 2016年产量分析

6.2 2014年-2016年全国及主要省份饮料酒产量分析

6.2.1 2014年产量分析

6.2.2 2015年产量分析

6.2.3 2016年产量分析

6.3 2014年-2016年全国及主要省份软饮料产量分析

6.3.1 2014年产量分析 2014年12月中国软饮料产量为1202.96万吨，同比下降5.96%。2014

年1-12月止累计中国软饮料产量16676.81万吨，同比增长4.61%。2014年1-12月全国软饮料产量分省市统计表

地区	12月(万吨)	1-12月止累计(万吨)	12月同比增长(%)	1-12月累计同比增长(%)
全国	1202.96	16676.81	-5.96	4.61
北京	28.14	465.06	-22.74	-0.88
天津	19.85	513.74	-23.95	6.47
河北	36.92	488.75	0.22	14.69
山西	9.86	145.26	-0.16	-1.63
内蒙古	30.27	456.72	23.48	6.4
辽宁	25.12	451.99	-34.96	-5.4
吉林	58.98	801.83	10.61	4.91
黑龙江	44.55	364.15	10.01	10.43
上海	21.17	285.22	-3.55	-2.18
江苏	39.06	537.76	2.5	-6.84
浙江	48.16	859.97	-33.89	-6.08
安徽	29.38	421.38	25.32	30.31
福建	30.07	536.18	-23.84	8.17
江西	26.81	320.85	0.83	3.04
山东	47.51	649.07	-2.79	3.31
河南	124.56	1401.08	6	11.7
湖北	66.16	784.93	-8.68	-10.07
湖南	38.89	548.21	-15.71	2.15
广东	150.20	2646.69	-0.83	8.51
广西	74.60	730.01	5.83	3.2
海南	4.89	54.78	4.11	8.31
重庆	16.37	273.62	-8.78	-7.71
四川	96.49	1275.37	-24.79	10.4
贵州	26.95	342.52	59.9	32.73
云南	25.21	303.67	-11.86	-2.47
西藏	1.35	16.26	-0.2	22.36
陕西	49.22	560.93	-2.72	2.15
甘肃	19.24	225.42	9.95	6.13
青海	3.08	48.08	14.23	10.24
宁夏	1.42	10.66	-25.25	2.19
新疆	8.46	156.66	-35.91	-2.36

6.3.2 2015年产量分析 2015年12月中国软饮料产量为1376.3万吨，同比增长12.6%。2015年1-12月止累计中国软饮料产量17661.1万吨，同比增长6.2%。2015年1-12月全国软饮料产量统计表

月份	软饮料产量_当月值(万吨)	软饮料产量_累计值(万吨)	软饮料产量_同比增长(%)	软饮料产量_累计增长(%)
2015年12月	1376.3	17661.1	12.6	6.2
2015年11月	1296.6	16223.1	4.6	5
2015年10月	1258.1	14914	1.3	4.5
2015年9月	1515.4	13648	2.7	5
2015年8月	1711.3	12084.6	10.1	5.3
2015年7月	1701.5	10396.1	3	4.7
2015年6月	1721.3	8734.4	-0.3	5.4
2015年5月	1555.8	7013.4	8.9	6.7
2015年4月	1539.5	5415.5	8.7	5.8
2015年3月	1545.3	3867	2.3	4.1
2015年2月	-	2311.8	-	5.4

6.3.3 2016年产量分析

6.4 2014年-2016年全国及主要省份液体乳产量分析

6.4.1 2014年产量分析

6.4.2 2015年产量分析

6.4.3 2016年产量分析

6.5 2014年-2016年全国及主要省份精制茶产量分析

6.5.1 2014年产量分析

6.5.2 2015年产量分析

6.5.3 2016年产量分析

第七章 2013-2016年中国饮料行业进出口数据分析

7.1 2013-2016年中国未加味、加糖或其他甜物质的矿泉水及汽水进出口数据分析

7.1.1进出口总量数据分析

7.1.2主要贸易国进出口情况分析

7.1.3主要省市进出口情况分析

7.2 2013-2016年中国其他未加味、加糖或其他甜物质的水；冰及雪进出口数据分析

7.2.1进出口总量数据分析

7.2.2主要贸易国进出口情况分析

7.2.3主要省市进出口情况分析

7.3 2013-2016年中国加味、加糖或其他甜物质的水进出口数据分析

7.3.1进出口总量数据分析

7.3.2主要贸易国进出口情况分析

7.3.3主要省市进出口情况分析

7.4 2013-2016年中国其他无酒精饮料进出口数据分析

7.4.1进出口总量数据分析

7.4.2主要贸易国进出口情况分析

7.4.3主要省市进出口情况分析

第八章 2013-2016年软饮料细分市场分析

8.1 碳酸饮料

8.1.1行业供给规模

8.1.2行业运行规模

8.1.3市场消费分析

8.1.4市场下滑态势

8.1.5产品创新动态

8.2 果汁饮料

8.2.1行业运行现状

8.2.2市场特征现状

8.2.3市场发展规模

8.2.4产品发展格局

8.2.5行业发展瓶颈

- 8.2.6企业竞争策略
- 8.2.7行业发展建议
- 8.2.8产品发展方向
- 8.3 乳饮料
 - 8.3.1市场发展概况
 - 8.3.2重点品牌情况
 - 8.3.3行业经营现状
 - 8.3.4细分市场分析
 - 8.3.5市场前景展望
 - 8.3.6行业发展趋势
- 8.4 功能饮料
 - 8.4.1市场需求情况
 - 8.4.2品牌竞争格局
 - 8.4.3市场竞争动态
 - 8.4.4市场运行现状
 - 8.4.5广告投放情况
 - 8.4.6市场发展潜力
- 8.5 饮用水
 - 8.5.1行业供给态势
 - 8.5.2行业生产现状
 - 8.5.3行业格局生变
 - 8.5.4行业新标出台
 - 8.5.5市场潜力看好
- 8.6 其它软饮料
 - 8.6.1大健康饮料
 - 8.6.2粗粮饮料
 - 8.6.3鲜花饮料
 - 8.6.4森林饮料

第九章 2013-2016年酒饮料市场分析

- 9.1 啤酒
 - 9.1.1市场发展态势

- 9.1.2市场竞争格局
- 9.1.3区域发展格局
- 9.1.4产品发展格局
- 9.1.5市场前景展望
- 9.1.6未来发展趋势
- 9.2 白酒
 - 9.2.1行业发展现状
 - 9.2.2产品产量规模
 - 9.2.3市场消费特征
 - 9.2.4市场渠道变革
 - 9.2.5行业转型态势
 - 9.2.6行业整合动态
- 9.3 葡萄酒
 - 9.3.1行业现状特征
 - 9.3.2产品产销情况
 - 9.3.3行业运行规模
 - 9.3.4市场消费情况
 - 9.3.5市场消费特征
 - 9.3.6未来发展规划
- 9.4 黄酒
 - 9.4.1行业发展态势
 - 9.4.2品牌竞争格局
 - 9.4.3市场销售渠道
 - 9.4.4市场发展策略
 - 9.4.5未来发展规划

第十章 2013-2016年中国茶饮料市场分析

- 10.1 茶饮料行业发展综述
 - 10.1.1行业发展变化
 - 10.1.2行业特征分析
 - 10.1.3行业发展现状
 - 10.1.4行业影响因素

- 10.2 茶饮料市场发展总体分析
 - 10.2.1 市场格局分析
 - 10.2.2 市场新势力分析
 - 10.2.3 市场需求特征
 - 10.2.4 产品结构分析
- 10.3 2013-2016年茶饮料市场运行分析
 - 10.3.1 2014年市场进入成熟期
 - 10.3.2 2014年消费者满意度
 - 10.3.3 2015年消费者满意度
 - 10.3.4 2015年市场显露颓势
- 10.4 茶饮料行业的SWOT剖析
 - 10.4.1 优势分析
 - 10.4.2 劣势分析
 - 10.4.3 机遇分析
 - 10.4.4 挑战分析
- 10.5 茶饮料行业存在问题及对策分析
 - 10.5.1 行业生产问题
 - 10.5.2 技术质量问题
 - 10.5.3 行业发展建议
 - 10.5.4 市场突围策略
- 10.6 茶饮料市场发展前景分析
 - 10.6.1 茶饮料市场未来前景展望
 - 10.6.2 无糖茶饮料市场前景分析
 - 10.6.3 纯茶饮料的发展趋势预测
 - 10.6.4 中草药保健茶发展前景广阔

第十一章 2013-2016年饮料行业原料供应分析

- 11.1 2013-2016年中国食糖工业概况
 - 11.1.1 行业产量规模
 - 11.1.2 行业销量规模
 - 11.1.3 产品库存规模
 - 11.1.4 食糖消费情况

- 11.1.5国际贸易形势
- 11.2 2013-2016年中国水果产业分析
 - 11.2.1水果种植与分布
 - 11.2.2水果供给规模
 - 11.2.3贸易影响因素
 - 11.2.4产业品牌化路径
 - 11.2.5未来发展预测
- 11.3 2013-2016年中国蔬菜产业分析
 - 11.3.1产业发展态势
 - 11.3.2产品生产形势
 - 11.3.3产品价格走势
 - 11.3.4城市蔬菜供应现状
 - 11.3.5现代化发展思路

第十二章 2013-2016年饮料包装行业发展分析

- 12.1 中国饮料包装行业发展综述
 - 12.1.1行业发展综述
 - 12.1.2主要细分市场
 - 12.1.3行业竞争格局
 - 12.1.4行业利润水平
 - 12.1.5行业存在的问题
- 12.2 PET饮料瓶
 - 12.2.1PET瓶使用优势
 - 12.2.2PET瓶发展态势
 - 12.2.3PET瓶成市场主流
 - 12.2.4PET瓶市场发展前景
- 12.3 饮料包装业发展趋势
 - 12.3.1全球市场规模预测
 - 12.3.2全球市场发展趋势
 - 12.3.3饮料包装市场潜力
 - 12.3.4饮料包装发展方向
 - 12.3.5饮料包装材料趋势

第十三章 2013-2016年中国饮料行业营销及案例分析

13.1 饮料营销发展概述

13.1.1国内饮料营销的五大派系

13.1.2饮料行业的销售渠道分析

13.1.3饮料营销策略探索

13.1.4饮料业网络营销战略分析

13.2 中国饮料市场营销状况分析

13.2.1行业营销现状

13.2.2行业营销新模式

13.2.3市场营销策略

13.2.4行业营销趋势

13.3 2013-2016年食品饮料品牌广告投放状况

13.3.1 2014年网络广告投放状况

13.3.2 2015年网络广告投放状况

13.3.3 2015年电视广告投放状况

13.3.4 2016年网络广告投放状况

13.4 中国软饮料市场营销分析

13.4.1软饮料行业营销特征

13.4.2软饮料广告投放状况

13.4.3软饮料市场营销新趋向

13.4.4软饮料娱乐化营销现状

13.4.5软饮料品牌营销问题及对策

13.4.6软饮料差异化营销策略分析

13.5 中国茶饮料营销对策分析

13.5.1茶饮料品牌文化营销

13.5.2茶饮料营销竞争策略

13.5.3茶饮料广告策略分析

13.5.4茶饮料产品策略分析

13.5.5茶饮料三优先销售策略

13.6 红牛营销案例分析

13.6.1红牛强势品牌营销历程分析

- 13.6.2红牛的立体化营销实践分析
- 13.6.3红牛的内容营销策略及成效
- 13.6.4红牛的本地化营销策略介绍
- 13.6.5红牛O2O移动营销策略分析
- 13.6.6红牛电影植入营销策略解析
- 13.7 脉动营销案例分析
 - 13.7.1脉动饮料市场环境分析
 - 13.7.2脉动的内部传播机制
 - 13.7.3脉动成功营销策略透析
 - 13.7.4脉动打造趣味视频营销
 - 13.7.5脉动社交平台互动营销
- 13.8 娃哈哈营销案例分析
 - 13.8.1娃哈哈的品牌营销分析
 - 13.8.2娃哈哈茶饮料推广方法
 - 13.8.3娃哈哈的渠道模式分析
 - 13.8.4娃哈哈的强势娱乐营销
- 13.9 加多宝营销案例分析
 - 13.9.1加多宝的基本营销方针解析
 - 13.9.2加多宝的"V"时刻营销战略
 - 13.9.3加多宝试水视频动态植入营销
 - 13.9.4 2015年加多宝品牌营销亮点
 - 13.9.5加多宝2016年春节营销布局
- 13.10 王老吉营销案例分析
 - 13.10.1王老吉的营销创新方法
 - 13.10.2王老吉媒体组合拳营销
 - 13.10.3王老吉的体育营销策略
 - 13.10.4王老吉多元化营销策略
 - 13.10.5王老吉的文化营销核心
 - 13.10.6王老吉与加多宝的营销策略对比

第十四章 2013-2016年中国饮料行业竞争分析

14.1 2013-2016年中国饮料行业竞争状况

- 14.1.1市场竞争格局
- 14.1.2市场竞争日益激烈
- 14.1.3市场竞争日趋多元化
- 14.1.4行业竞争规则简析
- 14.2 2013-2016年中国软饮料市场竞争分析
 - 14.2.1软饮料行业竞争模型
 - 14.2.2软饮料行业竞争态势
 - 14.2.3软饮料企业战略动向
- 14.3 2013-2016年中国茶饮料行业竞争形势分析
 - 14.3.1茶饮料竞争力增强
 - 14.3.2茶饮料市场品牌格局
 - 14.3.3茶饮料市场竞争动态
 - 14.3.4瓶装奶茶竞争升级
 - 14.3.5茶饮料竞争将愈加激烈
- 14.4 中国饮料业竞争存在的问题及策略
 - 14.4.1新品竞争存在的问题
 - 14.4.2行业竞争的主要策略
 - 14.4.3未来竞争与发展的关键主题

第十五章 2013-2016年饮料行业重点企业分析

- 15.1 可口可乐公司
 - 15.1.1企业发展概况
 - 15.1.2 2014年经营状况分析
 - 15.1.3 2015年经营状况分析
 - 15.1.4 2016年经营状况分析
- 15.2 百事可乐公司
 - 15.2.1企业发展概况
 - 15.2.2 2013财年经营状况分析
 - 15.2.3 2014财年经营状况分析
 - 15.2.4 2015财年经营状况分析
- 15.3 康师傅控股有限公司
 - 15.3.1企业发展概况

- 15.3.2 2014年经营状况分析
- 15.3.3 2015年经营状况分析
- 15.3.4 2016年经营状况分析
- 15.4 中国汇源果汁集团有限公司
 - 15.4.1企业发展概况
 - 15.4.2 2012年经营状况分析
 - 15.4.3 2014年经营状况分析
 - 15.4.4 2015年经营状况分析
- 15.5 统一企业（中国）控股有限公司
 - 15.5.1企业发展概况
 - 15.5.2 2014年经营状况分析
 - 15.5.3 2015年经营状况分析
 - 15.5.4 2016年经营状况分析
- 15.6 内蒙古伊利实业集团股份有限公司
 - 15.6.1企业发展概况
 - 15.6.2经营效益分析
 - 15.6.3业务经营分析
 - 15.6.4财务状况分析
 - 15.6.5未来前景展望
- 15.7 河北承德露露股份有限公司
 - 15.7.1企业发展概况
 - 15.7.2经营效益分析
 - 15.7.3业务经营分析
 - 15.7.4财务状况分析
 - 15.7.5未来前景展望
- 15.8 青岛啤酒股份有限公司
 - 15.8.1企业发展概况
 - 15.8.2经营效益分析
 - 15.8.3业务经营分析
 - 15.8.4财务状况分析
 - 15.8.5未来前景展望
- 15.9 烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司

- 15.9.1企业发展概况
- 15.9.2经营效益分析
- 15.9.3业务经营分析
- 15.9.4财务状况分析
- 15.9.5未来前景展望

第十六章 中国饮料行业投资及前景分析

- 16.1 中国饮料行业投资环境分析
 - 16.1.1经济环境
 - 16.1.2政策环境
 - 16.1.3人口环境
 - 16.1.4消费环境
- 16.2 中国饮料行业投资形势分析
 - 16.2.1行业成资本并购主领域
 - 16.2.2行业面临的风险
- 16.3 中国饮料行业发展展望
 - 16.3.1未来行业发展潜力
 - 16.3.2市场发展趋势分析
 - 16.3.3行业发展方向
- 16.4 2017-2022年中国饮料制造行业预测分析
 - 16.4.1影响行业发展的因素
 - 16.4.2行业销售收入预测
 - 16.4.3行业利润总额预测
 - 16.4.4行业软饮料产量预测

附录：

- 附录一：中华人民共和国食品安全法
- 附录二：食品添加剂使用卫生标准
- 附录三：冷饮食品卫生管理办法
- 附录四：果汁饮料总则
- 附录五：含乳饮料卫生标准
- 附录六：茶、咖啡、植物饮料允许使用添加剂的原则

图表目录：

- 图表1 软饮料的分类
- 图表2 2015年全球饮料品牌价值排行榜
- 图表3 2015年全球洲际啤酒产销量及变化情况
- 图表4 2015年全球前25国啤酒产销量及变化情况
- 图表5 2015年美国碳酸饮料市场份额排名
- 图表6 2015年日本五大啤酒公司市场份额排行榜
- 图表7 2004-2015年中国软饮料行业产量分析
- 图表8 2004-2015年中国碳酸饮料类（汽水）行业产量分析
- 图表9 2004-2015年中国包装饮用水类行业产量分析
- 图表10 2011年-2015年中国饮料制造总体运行概况分析
- 图表11 2011-2016年中国饮料制造规模以上企业数量分析
- 图表12 2011-2016年饮料制造三费占销售收入比重变化分析
- 图表13 2011-2016年我国饮料制造效益变化分析
- 图表14 2016年全国饮料酒产量分省市统计
- 图表15 2012年11-2016年3月中轻饮料景气指数变化态势
- 图表16 2016年3月中轻饮料行业景气指数
- 图表17 2012年11月-2016年3月饮料制品行业利润景气指数变化态势
- 图表18 2012年11月-2016年3月饮料制品行业出口景气指数变化态势
- 图表19 2015年中轻饮料行业景气指数
- 图表20 2016年4月中轻饮料行业景气指数
- 图表21 2015年3月-2016年4月中轻饮料景气指数变化态势
- 图表22 饮料产品外观色彩变化曲线
- 图表23 2015年中国饮料品牌口碑总指数图
- 图表24 2015年饮料行业的品牌知名度指数图
- 图表25 2015年饮料行业的消费者互动度指数图
- 图表26 2015年饮料行业的质量认可度指数图
- 图表27 2015年饮料行业的企业美誉度指数图
- 图表28 2015年饮料行业的产品好评度指数排行表
- 图表29 2015年饮料行业的产品品牌健康度指数排行表
- 图表30 2016年民意口碑TOP10品牌网络口碑构成解析

- 图表31 2016Q1饮料品牌网络口碑指数
- 图表32 2016Q1饮料品牌知名度指数
- 图表33 2016Q1饮料品牌消费者互动度指数
- 图表34 2016Q1饮料品牌质量认可度指数
- 图表35 2016Q1饮料品牌企业美誉度指数
- 图表36 2016Q1饮料品牌产品好评度指数
- 图表37 2016Q1饮料品牌健康度指数
- 图表38 不同性别网民对饮料品类的偏好
- 图表39 不同年龄网民对饮料品类的偏好
- 图表40 不同收入网民对饮料品类的偏好
- 图表41 不同地域网民对饮料品类的偏好
- 图表42 不同地域网民对不同地域品牌的偏好
- 图表43 不同性别网民选择饮料时关注的方面
- 图表44 不同收入网民选择饮料时关注的方面
- 图表45 不同性别网民购买饮料的习惯
- 图表46 不同性别网民购买饮料的渠道比较
- 图表47 不同性别网民对饮料包装的选择
- 图表48 不同年龄网民购买饮料的习惯
- 图表49 2011-2016年饮料制造业销售收入
- 图表50 2011-2016年饮料制造业销售收入增长趋势图
- 图表51 2013-2016年饮料制造业不同所有制企业销售额
- 图表52 2015年饮料制造业不同所有制企业销售额对比图
- 图表53 2016年饮料制造业不同所有制企业销售额
- 图表54 2016年饮料制造业不同所有制企业销售额对比图
- 图表55 2011-2016年饮料制造业利润总额
- 图表56 2011-2016年饮料制造业利润总额增长趋势图
- 图表57 2013-2016年饮料制造业不同所有制企业利润总额
- 图表58 2016年饮料制造业不同所有制企业利润总额
- 图表59 2016年饮料制造业不同所有制企业利润总额对比图
- 图表60 2011-2016年饮料制造业资产总额
- 图表61 2011-2016年饮料制造业总资产增长趋势图
- 图表62 截至2016年饮料制造业不同所有制企业总资产

- 图表63 截至2016年饮料制造业不同所有制企业总资产对比图
- 图表64 2011-2016年饮料制造业亏损面
- 图表65 2011-2016年饮料制造业亏损企业亏损总额
- 图表66 2011-2016年饮料制造业销售毛利率趋势图
- 图表67 2011-2016年饮料制造业成本费用率
- 图表68 2011-2016年饮料制造业成本费用利润率趋势图
- 图表69 2011-2016年饮料制造业销售利润率趋势图
- 图表70 2011-2016年饮料制造业应收账款周转率对比图
- 图表71 2011-2016年饮料制造业流动资产周转率对比图
- 图表72 2011-2016年饮料制造业总资产周转率对比图
- 图表73 2011-2016年饮料制造业资产负债率对比图
- 图表74 2011-2016年饮料制造业利息保障倍数对比图
- 图表75 2014年全国发酵酒精产量数据
- 图表76 2014年河南省发酵酒精产量数据
- 图表77 2014年吉林省发酵酒精产量数据
- 图表78 2014年黑龙江省发酵酒精产量数据
- 图表79 2014年江苏省发酵酒精产量数据
- 图表80 2014年广西壮族自治区发酵酒精产量数据
- 图表81 2014年内蒙古自治区发酵酒精产量数据
- 图表82 2014年山东省发酵酒精产量数据
- 图表83 2015年全国发酵酒精产量数据
- 图表84 2015年河南省发酵酒精产量数据
- 图表85 2015年吉林省发酵酒精产量数据
- 图表86 2015年江苏省发酵酒精产量数据
- 图表87 2015年黑龙江省发酵酒精产量数据
- 图表88 2015年广西壮族自治区发酵酒精产量数据
- 图表89 2015年内蒙古自治区发酵酒精产量数据
- 图表90 2015年山东省发酵酒精产量数据
- 图表91 2016年全国发酵酒精产量数据
- 图表92 2016年河南省发酵酒精产量数据
- 图表93 2016年吉林省发酵酒精产量数据
- 图表94 2016年江苏省发酵酒精产量数据

图表95 2016年广西壮族自治区发酵酒精产量数据

图表96 2016年黑龙江省发酵酒精产量数据

图表97 2016年山东省发酵酒精产量数据

图表98 2016年云南省发酵酒精产量数据

图表99 2014年全国饮料酒产量数据

图表100 2014年山东省饮料酒产量数据

图表101 2014年四川省饮料酒产量数据

图表102 2014年河南省饮料酒产量数据

图表103 2014年广东省饮料酒产量数据

图表104 2014年浙江省饮料酒产量数据

图表105 2014年湖北省饮料酒产量数据

图表106 2014年辽宁省饮料酒产量数据

图表107 2015年全国饮料酒产量数据

图表108 2015年山东省饮料酒产量数据

图表109 2015年四川省饮料酒产量数据

图表110 2015年河南省饮料酒产量数据

图表111 2015年广东省饮料酒产量数据

图表112 2015年浙江省饮料酒产量数据

图表113 2015年湖北省饮料酒产量数据

图表114 2015年辽宁省饮料酒产量数据

图表115 2016年全国饮料酒产量数据

图表116 2016年山东省饮料酒产量数据

图表117 2016年四川省饮料酒产量数据

图表118 2016年河南省饮料酒产量数据

图表119 2016年湖北省饮料酒产量数据

图表120 2016年广东省饮料酒产量数据

图表121 2016年浙江省饮料酒产量数据

图表122 2016年辽宁省饮料酒产量数据

图表123 2014年全国软饮料产量数据

图表124 2014年广东省软饮料产量数据

图表125 2014年河南省软饮料产量数据

图表126 2014年四川省软饮料产量数据

- 图表127 2014年浙江省软饮料产量数据
- 图表128 2014年湖北省软饮料产量数据
- 图表129 2014年吉林省软饮料产量数据
- 图表130 2014年广西壮族自治区软饮料产量数据
- 图表131 2015年全国软饮料产量数据
- 图表132 2015年广东省软饮料产量数据
- 图表133 2015年河南省软饮料产量数据
- 图表134 2015年四川省软饮料产量数据
- 图表135 2015年浙江省软饮料产量数据
- 图表136 2015年吉林省软饮料产量数据
- 图表137 2015年湖北省软饮料产量数据
- 图表138 2015年广西壮族自治区软饮料产量数据
- 图表139 2016年全国软饮料产量数据
- 图表140 2016年广东省软饮料产量数据
- 图表141 2016年河南省软饮料产量数据
- 图表142 2016年四川省软饮料产量数据
- 图表143 2016年湖北省软饮料产量数据
- 图表144 2016年吉林省软饮料产量数据
- 图表145 2016年浙江省软饮料产量数据
- 图表146 2016年广西壮族自治区软饮料产量数据
- 图表147 2014年全国液体乳产量数据
- 图表148 2014年河北省液体乳产量数据
- 图表149 2014年内蒙古自治区液体乳产量数据
- 图表150 2014年山东省液体乳产量数据
- 图表151 2014年河南省液体乳产量数据
- 图表152 2014年陕西省液体乳产量数据
- 图表153 2014年黑龙江省液体乳产量数据
- 图表154 2014年江苏省液体乳产量数据
- 图表155 2015年全国液体乳产量数据
- 图表156 2015年河北省液体乳产量数据
- 图表157 2015年内蒙古自治区液体乳产量数据
- 图表158 2015年河南省液体乳产量数据

- 图表159 2015年山东省液体乳产量数据
- 图表160 2015年黑龙江省液体乳产量数据
- 图表161 2015年陕西省液体乳产量数据
- 图表162 2015年江苏省液体乳产量数据
- 图表163 2016年全国液体乳产量数据
- 图表164 2016年河北省液体乳产量数据
- 图表165 2016年内蒙古自治区液体乳产量数据
- 图表166 2016年山东省液体乳产量数据
- 图表167 2016年河南省液体乳产量数据
- 图表168 2016年江苏省液体乳产量数据
- 图表169 2016年陕西省液体乳产量数据
- 图表170 2016年黑龙江省液体乳产量数据
- 图表171 2014年全国精制茶产量数据
- 图表172 2014年湖南省精制茶产量数据
- 图表173 2014年浙江省精制茶产量数据
- 图表174 2014年湖北省精制茶产量数据
- 图表175 2014年安徽省精制茶产量数据
- 图表176 2014年福建省精制茶产量数据
- 图表177 2014年云南省精制茶产量数据
- 图表178 2014年四川省精制茶产量数据
- 图表179 2015年全国精制茶产量数据
- 图表180 2015年湖南省精制茶产量数据
- 图表181 2015年浙江省精制茶产量数据
- 图表182 2015年湖北省精制茶产量数据
- 图表183 2015年安徽省精制茶产量数据
- 图表184 2015年福建省精制茶产量数据
- 图表185 2015年云南省精制茶产量数据
- 图表186 2016年全国精制茶产量数据
- 图表187 2016年湖南省精制茶产量数据
- 图表188 2016年湖北省精制茶产量数据
- 图表189 2016年浙江省精制茶产量数据
- 图表190 2016年安徽省精制茶产量数据

- 图表191 2016年福建省精制茶产量数据
- 图表192 2016年四川省精制茶产量数据
- 图表193 2016年云南省精制茶产量数据
- 图表194 2013-2016年中国未加味、加糖或其他甜物质的矿泉水及汽水进口分析
- 图表195 2013-2016年中国未加味、加糖或其他甜物质的矿泉水及汽水出口分析
- 图表196 2013-2016年中国未加味、加糖或其他甜物质的矿泉水及汽水贸易现状分析
- 图表197 2013-2016年中国未加味、加糖或其他甜物质的矿泉水及汽水贸易顺逆差分析
- 图表198 2014年主要贸易国未加味、加糖或其他甜物质的矿泉水及汽水进口量及进口额情况
- 图表199 2015年主要贸易国未加味、加糖或其他甜物质的矿泉水及汽水进口量及进口额情况
- 图表200 2016年主要贸易国未加味、加糖或其他甜物质的矿泉水及汽水进口量及进口额情况
- 图表201 2014年主要贸易国未加味、加糖或其他甜物质的矿泉水及汽水出口量及出口额情况
- 图表202 2015年主要贸易国未加味、加糖或其他甜物质的矿泉水及汽水出口量及出口额情况
- 图表203 2016年主要贸易国未加味、加糖或其他甜物质的矿泉水及汽水出口量及出口额情况
- 图表204 2014年主要省市未加味、加糖或其他甜物质的矿泉水及汽水进口量及进口额情况
- 图表205 2015年主要省市未加味、加糖或其他甜物质的矿泉水及汽水进口量及进口额情况
- 图表206 2016年主要省市未加味、加糖或其他甜物质的矿泉水及汽水进口量及进口额情况
- 图表207 2014年主要省市未加味、加糖或其他甜物质的矿泉水及汽水出口量及出口额情况
- 图表208 2015年主要省市未加味、加糖或其他甜物质的矿泉水及汽水出口量及出口额情况
- 图表209 2016年主要省市未加味、加糖或其他甜物质的矿泉水及汽水出口量及出口额情况
- 图表210 2013-2016年中国其他未加味、加糖或其他甜物质的水；冰及雪进口分析
- 图表211 2013-2016年中国其他未加味、加糖或其他甜物质的水；冰及雪出口分析
- 图表212 2013-2016年中国其他未加味、加糖或其他甜物质的水；冰及雪贸易现状分析
- 图表213 2013-2016年中国其他未加味、加糖或其他甜物质的水；冰及雪贸易顺逆差分析
- 图表214 2014年主要贸易国其他未加味、加糖或其他甜物质的水；冰及雪进口量及进口额情况
- 况
- 图表215 2015年主要贸易国其他未加味、加糖或其他甜物质的水；冰及雪进口量及进口额情

况

图表216 2016年主要贸易国其他未加味、加糖或其他甜物质的水；冰及雪进口量及进口额情况

图表217 2014年主要贸易国其他未加味、加糖或其他甜物质的水；冰及雪出口量及出口额情况

图表218 2015年主要贸易国其他未加味、加糖或其他甜物质的水；冰及雪出口量及出口额情况

图表219 2016年主要贸易国其他未加味、加糖或其他甜物质的水；冰及雪出口量及出口额情况

图表220 2014年主要省市其他未加味、加糖或其他甜物质的水；冰及雪进口量及进口额情况

图表221 2015年主要省市其他未加味、加糖或其他甜物质的水；冰及雪进口量及进口额情况

图表222 2016年主要省市其他未加味、加糖或其他甜物质的水；冰及雪进口量及进口额情况

图表223 2014年主要省市其他未加味、加糖或其他甜物质的水；冰及雪出口量及出口额情况

图表224 2015年主要省市其他未加味、加糖或其他甜物质的水；冰及雪出口量及出口额情况

图表225 2016年主要省市其他未加味、加糖或其他甜物质的水；冰及雪出口量及出口额情况

图表226 2013-2016年中国加味、加糖或其他甜物质的水进口分析

图表227 2013-2016年中国加味、加糖或其他甜物质的水出口分析

图表228 2013-2016年中国加味、加糖或其他甜物质的水贸易现状分析

图表229 2013-2016年中国加味、加糖或其他甜物质的水贸易顺逆差分析

图表230 2014年主要贸易国加味、加糖或其他甜物质的水进口量及进口额情况

图表231 2015年主要贸易国加味、加糖或其他甜物质的水进口量及进口额情况

图表232 2016年主要贸易国加味、加糖或其他甜物质的水进口量及进口额情况

图表233 2014年主要贸易国加味、加糖或其他甜物质的水出口量及出口额情况

图表234 2015年主要贸易国加味、加糖或其他甜物质的水出口量及出口额情况

图表235 2016年主要贸易国加味、加糖或其他甜物质的水出口量及出口额情况

图表236 2014年主要省市加味、加糖或其他甜物质的水进口量及进口额情况

- 图表237 2015年主要省市加味、加糖或其他甜物质的水进口量及进口额情况
- 图表238 2016年主要省市加味、加糖或其他甜物质的水进口量及进口额情况
- 图表239 2014年主要省市加味、加糖或其他甜物质的水出口量及出口额情况
- 图表240 2015年主要省市加味、加糖或其他甜物质的水出口量及出口额情况
- 图表241 2016年主要省市加味、加糖或其他甜物质的水出口量及出口额情况
- 图表242 2013-2016年中国其他无酒精饮料进口分析
- 图表243 2013-2016年中国其他无酒精饮料出口分析
- 图表244 2013-2016年中国其他无酒精饮料贸易现状分析
- 图表245 2013-2016年中国其他无酒精饮料贸易顺逆差分析
- 图表246 2014年主要贸易国其他无酒精饮料进口量及进口额情况
- 图表247 2015年主要贸易国其他无酒精饮料进口量及进口额情况
- 图表248 2016年主要贸易国其他无酒精饮料进口量及进口额情况
- 图表249 2014年主要贸易国其他无酒精饮料出口量及出口额情况
- 图表250 2015年主要贸易国其他无酒精饮料出口量及出口额情况
- 图表251 2016年主要贸易国其他无酒精饮料出口量及出口额情况
- 图表252 2014年主要省市其他无酒精饮料进口量及进口额情况
- 图表253 2015年主要省市其他无酒精饮料进口量及进口额情况
- 图表254 2016年主要省市其他无酒精饮料进口量及进口额情况
- 图表255 2014年主要省市其他无酒精饮料出口量及出口额情况
- 图表256 2015年主要省市其他无酒精饮料出口量及出口额情况
- 图表257 2016年主要省市其他无酒精饮料出口量及出口额情况
- 图表258 2014年中国碳酸饮料产量分省市统计
- 图表259 2014年中国碳酸饮料行业产量区域集中度
- 图表260 2015年中国碳酸饮料产量分省市统计
- 图表261 2016年中国碳酸饮料产量分省市统计
- 图表262 2016年全国碳酸饮料产量区域集中度
- 图表263 2011-2016年中国碳酸饮料制造行业总资产及营收情况
- 图表264 2011-2016年中国果菜汁及果菜汁饮料制造行业总资产及营收情况
- 图表265 2010-2015年我国果汁市场规模及增速
- 图表266 2015年我国果汁饮料市场产品占比
- 图表267 领导型品牌竞争策略分析
- 图表268 挑战型品牌竞争策略分析

- 图表269 追随型品牌竞争策略分析
- 图表270 补缺型品牌竞争策略分析
- 图表271 营养快线与果粒奶优的对比分析
- 图表272 2011-2016年中国含乳饮料和植物蛋白饮料制造行业规模以上企业数量变动趋势
- 图表273 2011-2016年中国含乳饮料和植物蛋白饮料制造行业总资产及营收概况
- 图表274 2011-2016年我国含乳饮料和植物蛋白饮料制造行业三费概况
- 图表275 2011-2016年我国含乳饮料和植物蛋白饮料制造行业效益变化
- 图表276 2015年功能饮料行业上榜品牌C-BPI得分
- 图表277 2015年功能饮料行业上榜品牌排名变化
- 图表278 2015年中国功能饮料行业上榜品牌趋势分析
- 图表279 2015年C-BPI功能饮料行业细分指标
- 图表280 2010-2015年功能饮料子行业广告投放量对比
- 图表281 2013-2016年功能饮料品牌广告投资费用
- 图表282 2012年中国包装饮用水类产量数据
- 图表283 2014年中国包装饮用水类产量数据
- 图表284 2014年中国包装饮用水产量月度增长情况
- 图表285 2014年中国包装饮用水类产量分省市统计
- 图表286 2015年中国包装饮用水类产量分省市统计
- 图表287 2016年中国包装饮用水类产量分省市统计
- 图表288 2015年全国白酒（折65度，商品量）产量分省市统计表
- 图表289 2015年全国白酒（折65度，商品量）产量区域集中度
- 图表290 2010-2015年中国规模以上葡萄酒生产企业产品产量及增速
- 图表291 2015年中国葡萄酒行业部分地区规模以上生产企业销售收入及增速
- 图表292 2011-2016年中国葡萄酒制造行业规模以上企业数量变动趋势
- 图表293 2015年我国各酒种消费量
- 图表294 2002-2015年我国人均葡萄酒消费量
- 图表295 2012-2015年我国葡萄酒消费区域对比
- 图表296 2014年各品牌茶饮料满意度
- 图表297 2015年各品牌茶饮料满意度
- 图表298 茶饮料业的优势分析——基于波特的"五力模型"框架
- 图表299 茶饮料业的劣势分析——基于波特的"五力模型"框架
- 图表300 茶饮料产业核心竞争力SWOT分析

- 图表301 2002-2016年我国各榨季食糖总销量
- 图表302 2011-2016年我国各榨季食糖需求价格弹性变化
- 图表303 2003-2016年截至到3月份食糖工业库存量
- 图表304 2001-2015年我国食糖年消费量
- 图表305 2000-2015年我国人均食糖消费量
- 图表306 中国果树种类及其比例
- 图表307 2015年580个蔬菜重点县蔬菜产量
- 图表308 2011-2016年28种蔬菜平均批发价格走势
- 图表309 2016年3月食品饮料品牌网络广告预估费用排行
- 图表310 2016年3月食品饮料品牌网络广告投放媒体类别排行
- 图表311 2015年3月食品饮料品牌网络广告预估费用排行
- 图表312 2015年3月食品饮料品牌网络广告分媒体类别排行
- 图表313 2015年央视各频道饮料行业广告投放比例
- 图表314 2015年各频道饮料行业国产品牌和国外品牌广告投放时长对比
- 图表315 2015年各频道饮料行业婴幼儿奶粉广告投放时长对比
- 图表316 2015年电影频道饮料行业广告投放TOP20
- 图表317 2016年3月食品饮料品牌网络广告预估费用排行
- 图表318 2016年3月食品饮料品牌网络广告投放媒体类别排行
- 图表319 2015年软饮料行业中标项目统计
- 图表320 2010-2015年软饮料行业广告投放量对比
- 图表321 2015年软饮料行业五大媒体到达率
- 图表322 2010-2015年软饮料行业媒介选择对比
- 图表323 2010-2015年软饮料行业TOP5子行业广告投放占比
- 图表324 2013-2016年软饮料品牌广告投资费用
- 图表325 2010-2015年奶类饮品子行业媒介级别选择对比
- 图表326 2013-2016年奶类饮品广告投资费用
- 图表327 2010-2015年茶饮料子行业媒介级别选择对比
- 图表328 2013-2016年茶饮料品牌广告投资费用
- 图表329 2013-2016年果蔬汁饮料品牌广告投资费用
- 图表330 2013-2016年植物蛋白饮料品牌广告投资费用
- 图表331 2010-2015年碳酸饮料子行业广告投放量对比
- 图表332 2013-2016年碳酸饮料品牌广告投资费用

- 图表333 2013-2016年矿泉水品牌广告投资费用
- 图表334 2013-2016年咖啡饮料品牌广告投资费用
- 图表335 2015年各类软饮料广告投资规模
- 图表336 消费者对饮料细分市场的心理
- 图表337 王老吉品牌发展历程
- 图表338 1999年加多宝广告描述
- 图表339 21世纪初期的王老吉红罐凉茶SWOT分析
- 图表340 拥有新定位的王老吉4P分析
- 图表341 王老吉红罐凉茶广告投入
- 图表342 王老吉红罐凉茶电视广告投放频道及花费
- 图表343 中央1套王老吉广告黄金时段分布
- 图表344 王老吉包装过渡
- 图表345 2016年1-3月北京市场王老吉和加多宝GRP
- 图表346 2016年1-3月王老吉和加多宝广告投放额
- 图表347 2016年1-3月王老吉和加多宝广告投放频道及金额
- 图表348 2016年3月底加多宝凉茶广州地区广告认知度
- 图表349 软饮料行业竞争模型
- 图表350 2011-2014年可口可乐综合收益表
- 图表351 2011-2014年可口可乐不同地区销售情况表
- 图表352 2012-2015年可口可乐综合收益表
- 图表353 2012-2015年可口可乐不同地区销售情况表
- 图表354 2014-2016年可口可乐综合收益表
- 图表355 2011-2013财年百事可乐综合收益表
- 图表356 2011-2013财年百事可乐收入分地区资料
- 图表357 2013-2014财年百事可乐综合收益表
- 图表358 2013-2014财年百事可乐收入分地区资料
- 图表359 2014-2015财年百事可乐综合收益表
- 图表360 2014-2015财年百事可乐收入分地区资料
- 图表361 2011-2012年康师傅综合收益表
- 图表362 2011-2012年康师傅不同产品销售情况表
- 图表363 2012-2014年康师傅综合收益表
- 图表364 2012-2014年康师傅不同产品销售情况表

- 图表365 2013-2016年康师傅综合收益表
- 图表366 2013-2014康师傅不同产品销售情况表
- 图表367 2011-2012年中国汇源果汁合并综合收益表
- 图表368 2011-2012年中国汇源果汁分产品收入情况
- 图表369 2012-2014年中国汇源果汁合并综合收益表
- 图表370 2012-2014年中国汇源果汁分产品收入情况
- 图表371 2013-2016年中国汇源果汁合并综合收益表
- 图表372 2013-2016年中国汇源果汁分地区收入情况
- 图表373 2011-2012年统一企业综合收益表
- 图表374 2011-2012年统一企业收入分产品资料
- 图表375 2012-2014年统一企业综合收益表
- 图表376 2012-2014年统一企业收入分产品资料
- 图表377 2013-2016年统一企业综合收益表
- 图表378 2013-2016年统一企业收入分产品资料
- 图表379 2013-2016年内蒙古伊利实业集团股份有限公司总资产和净资产
- 图表380 2013-2016年内蒙古伊利实业集团股份有限公司营业收入和净利润
- 图表381 2016年内蒙古伊利实业集团股份有限公司营业收入和净利润
- 图表382 2013-2016年内蒙古伊利实业集团股份有限公司现金流量
- 图表383 2016年内蒙古伊利实业集团股份有限公司现金流量
- 图表384 2015年内蒙古伊利实业集团股份有限公司主营业务收入分行业、产品
- 图表385 2015年内蒙古伊利实业集团股份有限公司主营业务收入分区域
- 图表386 2013-2016年内蒙古伊利实业集团股份有限公司成长能力
- 图表387 2016年内蒙古伊利实业集团股份有限公司成长能力
- 图表388 2013-2016年内蒙古伊利实业集团股份有限公司短期偿债能力
- 图表389 2016年内蒙古伊利实业集团股份有限公司短期偿债能力
- 图表390 2013-2016年内蒙古伊利实业集团股份有限公司长期偿债能力
- 图表391 2016年内蒙古伊利实业集团股份有限公司长期偿债能力
- 图表392 2013-2016年内蒙古伊利实业集团股份有限公司运营能力
- 图表393 2016年内蒙古伊利实业集团股份有限公司运营能力
- 图表394 2013-2016年内蒙古伊利实业集团股份有限公司盈利能力
- 图表395 2016年内蒙古伊利实业集团股份有限公司盈利能力
- 图表396 2013-2016年河北承德露露股份有限公司总资产和净资产

- 图表397 2013-2016年河北承德露露股份有限公司营业收入和净利润
- 图表398 2016年河北承德露露股份有限公司营业收入和净利润
- 图表399 2013-2016年河北承德露露股份有限公司现金流量
- 图表400 2016年河北承德露露股份有限公司现金流量
- 图表401 2015年河北承德露露股份有限公司主营业务收入分行业、产品、区域
- 图表402 2013-2016年河北承德露露股份有限公司成长能力
- 图表403 2016年河北承德露露股份有限公司成长能力
- 图表404 2013-2016年河北承德露露股份有限公司短期偿债能力
- 图表405 2016年河北承德露露股份有限公司短期偿债能力
- 图表406 2013-2016年河北承德露露股份有限公司长期偿债能力
- 图表407 2016年河北承德露露股份有限公司长期偿债能力
- 图表408 2013-2016年河北承德露露股份有限公司运营能力
- 图表409 2016年河北承德露露股份有限公司运营能力
- 图表410 2013-2016年河北承德露露股份有限公司盈利能力
- 图表411 2016年河北承德露露股份有限公司盈利能力
- 图表412 2013-2016年青岛啤酒股份有限公司总资产和净资产
- 图表413 2013-2016年青岛啤酒股份有限公司营业收入和净利润
- 图表414 2016年青岛啤酒股份有限公司营业收入和净利润
- 图表415 2013-2016年青岛啤酒股份有限公司现金流量
- 图表416 2016年青岛啤酒股份有限公司现金流量
- 图表417 2015年青岛啤酒股份有限公司主营业务收入分行业、产品
- 图表418 2015年青岛啤酒股份有限公司主营业务收入分区域
- 图表419 2013-2016年青岛啤酒股份有限公司成长能力
- 图表420 2016年青岛啤酒股份有限公司成长能力
- 图表421 2013-2016年青岛啤酒股份有限公司短期偿债能力
- 图表422 2016年青岛啤酒股份有限公司短期偿债能力
- 图表423 2013-2016年青岛啤酒股份有限公司长期偿债能力
- 图表424 2016年青岛啤酒股份有限公司长期偿债能力
- 图表425 2013-2016年青岛啤酒股份有限公司运营能力
- 图表426 2016年青岛啤酒股份有限公司运营能力
- 图表427 2013-2016年青岛啤酒股份有限公司盈利能力
- 图表428 2016年青岛啤酒股份有限公司盈利能力

- 图表429 2013-2016年烟台张裕葡萄酒股份有限公司总资产和净资产
- 图表430 2013-2016年烟台张裕葡萄酒股份有限公司营业收入和净利润
- 图表431 2016年烟台张裕葡萄酒股份有限公司营业收入和净利润
- 图表432 2013-2016年烟台张裕葡萄酒股份有限公司现金流量
- 图表433 2016年烟台张裕葡萄酒股份有限公司现金流量
- 图表434 2015年烟台张裕葡萄酒股份有限公司主营业务收入分行业、产品、区域
- 图表435 2013-2016年烟台张裕葡萄酒股份有限公司成长能力
- 图表436 2016年烟台张裕葡萄酒股份有限公司成长能力
- 图表437 2013-2016年烟台张裕葡萄酒股份有限公司短期偿债能力
- 图表438 2016年烟台张裕葡萄酒股份有限公司短期偿债能力
- 图表439 2013-2016年烟台张裕葡萄酒股份有限公司长期偿债能力
- 图表440 2016年烟台张裕葡萄酒股份有限公司长期偿债能力
- 图表441 2013-2016年烟台张裕葡萄酒股份有限公司运营能力
- 图表442 2016年烟台张裕葡萄酒股份有限公司运营能力
- 图表443 2013-2016年烟台张裕葡萄酒股份有限公司盈利能力
- 图表444 2016年烟台张裕葡萄酒股份有限公司盈利能力
- 图表445 全国居民消费价格涨跌幅
- 图表446 鲜菜、鲜果价格变动情况（2016年3月价格=100）
- 图表447 2016年3月居民消费价格分类别同比涨跌幅
- 图表448 2016年3月居民消费价格分类别环比涨跌幅
- 图表449 2016年上半年居民消费价格主要数据
- 图表450 2016年食品饮料业法律风险管理十佳上市公司
- 图表451 2017-2022年中国饮料制造行业销售收入预测
- 图表452 2017-2022年中国饮料制造行业利润总额预测
- 图表453 2017-2022年中国饮料制造行业软饮料产量预测
- 图表454 含乳饮料理化指标
- 图表455 含乳饮料微生物指标

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/283219.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。