



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](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。