



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008-2010年中国软饮料市场调查与产业投资分析预测报告

一、调研说明

《2008-2010年中国软饮料市场调查与产业投资分析预测报告》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/40474.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 软饮料行业发展环境分析	1
第一节 国内宏观经济环境	1
一、GDP历史变动轨迹	1
二、固定资产投资历史变动轨迹	4
三、进出口贸易历史变动轨迹	9
四、2008年一季度国内生产总值分析	11
四、2008年我国宏观经济发展预测	22
（一）2008-2010年GDP预测方案汇总	22
（二）2008-2010年固定资产投资预测方案汇总	23
（三）2008-2010年国际贸易总额变动趋势展望	24
第二节 我国软饮料产业政策分析	25
一、我国软饮料行业“十一五”发展规划	25
二、国家对软饮料产业发展的鼓励政策	26
三、我国软饮料税收政策	26
四、我国软饮料投资政策	27
第三节 软饮料行业发展的波特五力模型分析	27
一、行业内竞争	28
二、买方侃价能力	28
三、卖方侃价能力	28
四、进入威胁	29
五、替代威胁	29
第四节 影响软饮料行业发展的主要因素分析	29
第五节 2008—2010我国软饮料行业发展及趋势预测	30
第二章 中国软饮料行业生产分析	31
第一节 2004-2007年我国总产量分析	31
第二节 2004-2007年我国软饮料行业产出结构变动分析	32
第三节 2004-2007年我国软饮料行业产能过剩情况分析	33
第四节 2004-2007年我国软饮料行业产销率与产品库存分析	33

第五节 2004-2007年我国软饮料行业生产成本变动分析	35
第六节 2008—2010我国软饮料行业产量预测	36
第三章 中国软饮料行业消费分析	39
第一节 2004-2007年我国软饮料行业总消费量分析	39
第二节 2004-2007年我国软饮料行业消费特点与消费趋势分析	40
第三节 2004-2007年我国软饮料行业供需错位情况分析	41
第四节 2004-2007年我国软饮料行业需求满足率与潜在需求量分析	42
一、2004-2007年我国软饮料行业满足率分析	42
二、2004-2007年我国软饮料行业潜在需求量分析	43
第五节 2004-2007年我国软饮料行业市场价格变动分析	45
第六节 2008—2010我国软饮料行业消费量预测	45
第四章 中国软饮料市场供需状况分析	48
第一节 2001-2007年软饮料行业供需状况	48
一、2001-2007年软饮料供给状况	48
二、2001-2007年软饮料需求状况	49
三、2001-2007年软饮料供需缺口分析	50
第二节 2008-2010年我国软饮料供给变化趋势预测	52
第三节 2008-2010年我国软饮料需求变化趋势预测	54
第四节 2008-2010年我国软饮料供需缺口变化趋势预测	56
第五节 影响软饮料行业供需关系的主要因素	58
第五章 中国软饮料行业进出口市场分析	59
第一节 2004-2007年我国软饮料行业国际贸易市场分析	59
第二节 2004-2007年我国软饮料行业进出口量分析	61
第三节 2004-2007年我国国内外进出口相关政策分析	61
第四节 2004-2007年我国软饮料行业进出口特点分析	62
第五节 2004-2007年我国进出口市场软饮料行业结构变动分析	62
第六节 2008—2010我国软饮料行业进出口市场预测	63
第六章 中国软饮料行业市场价格分析	65

第一节 2004-2007年我国软饮料行业平均价格走势分析	65
第二节 2004-2007年我国软饮料行业价格走势分析	65
第三节 价格形成机制分析	66
第四节 2008—2010我国软饮料行业价格走势预测	67
第五节 2008—2010我国主要软饮料产品价格走势预测	68
第七章 中国软饮料行业地区市场分析	70
第一节 2004-2007年我国不同地区产品生产分析	70
第二节 2004-2007年我国不同地区产品消费分析	73
第三节 2004-2007年我国主要城市产品市场价格分析	73
第四节 2004-2007年我国不同地区产品竞争程度分析	74
第五节 2004-2007年我国不同地区产品供需走势分析	75
第六节 2008—2010我国不同地区产品发展预测	75
第八章 中国软饮料行业及企业竞争格局分析	77
第一节 2005-2007年国内外主要企业分析	77
一、可口可乐公司	77
二、百事可乐公司	78
三、娃哈哈集团	78
四、农夫山泉股份有限公司	79
五、广州王老吉药业股份有限公司	80
六、内蒙古蒙牛乳业(集团)股份有限公司	81
七、内蒙古伊利实业集团股份有限公司	83
八、北京汇源饮料食品有限公司	85
第二节 软饮料行业历史竞争格局综述	86
一、软饮料行业集中度分析	86
二、软饮料行业竞争程度	87
第三节 软饮料行业企业竞争状况分析	88
一、领导企业的市场力量	88
二、其他企业的竞争力	89
第四节 行业代表性企业经营发展模式分析	90
第五节 近期企业并购分析	92

第六节 国内外企业发展的SWOT模型分析	92
一、劣势/威胁点	92
二、优势/机会点	93
第七节 2007—2010年软饮料行业竞争格局展望	94
一、软饮料行业集中度展望	94
二、软饮料行业竞争格局对产品价格的影响展望	94
三、产品竞争格局有所改变	95
第九章 中国软饮料行业产品技术发展分析	97
第一节 当前我国软饮料技术发展现状	97
第二节 我国软饮料产品技术成熟度分析	105
第三节 中外软饮料技术差距及产生差距的主要原因分析	105
第四节 提高我国软饮料技术的对策	106
第五节 中外主要软饮料生产商生产设备配置对比分析	106
第六节 我国软饮料产品研发、设计发展趋势分析	107
第十章 中国软饮料行业产品营销分析	109
第一节 软饮料行业国内营销模式分析	109
第二节 软饮料行业主要销售渠道分析	109
第三节 软饮料行业广告与促销方式分析	110
第四节 软饮料行业价格竞争方式分析	110
第五节 软饮料行业国际化营销模式分析	111
第十一章 中国软饮料行业消费者偏好调查	114
第一节 软饮料产品目标客户群体调查	114
一、不同收入水平消费者偏好调查	114
二、不同年龄的消费者偏好调查	115
三、不同地区的消费者偏好调查	116
第二节 软饮料产品的品牌市场调查	121
一、消费者对软饮料品牌认知度宏观调查	121
二、消费者对软饮料产品的品牌偏好调查	122
三、消费者对软饮料品牌的首要认知渠道	124

四、消费者经常购买的品牌调查	125
五、软饮料品牌忠诚度调查	126
六、软饮料品牌市场占有率调查	128
七、消费者的消费理念调研	129
第三节 不同客户购买相关的态度及影响分析	130
一、价格敏感程度	130
二、品牌的影响	131
三、购买方便的影响	131
四、广告的影响程度	132
五、包装的影响程度	133
第十二章 中国软饮料行业投资风险分析	135
第一节 2007-2010年软饮料行业投资机会	135
一、2007-2010年软饮料行业主要产品投资机会	135
二、2007-2010年软饮料行业主要出口投资机会	135
三、2007-2010年软饮料企业的多元化投资机会	136
第二节 2008-2010年软饮料行业投资风险展望	136
一、宏观调控风险	136
二、行业竞争风险	137
三、供需波动风险	137
四、技术风险	137
五、经营管理风险	137
六、其他风险	138
第十三章 中国软饮料行业投资建议分析	140
第一节 2007-2010年软饮料行业投资分析	140
一、2007—2010年行业热点投资产品分析	140
二、2007—2010年行业热点投资地域分析	140
三、2007—2010年行业热点投资方式分析	142
第二节 2007-2010年软饮料企业经营战略建议	148
一、2007-2010年软饮料企业的标杆管理	148
（一）国内企业的经验借鉴	148

(二) 国外企业的经验借鉴	150
第三节2007-2010年软饮料企业的资本运作模式	153
一、软饮料企业国内资本市场的运作建议	153
(一) 软饮料企业的兼并及收购建议	153
(二) 软饮料企业的融资方式选择建议	156
二、软饮料企业海外资本市场的运作建议	158

图表目录

图表1、2000 - 2007年中国GDP变动情况	2
图表2、2000 - 2007年中国GDP曲线分析	3
图表3、2007年我国产业固定资产投资情况	4
图表4、2007年我国行业固定资产投资情况	5
图表5、2001 - 2007年我国固定资产投资增长情况(亿元)	6
图表6、2006-2007年我国进出口情况	10
图表7、1998年I季度—2008年I季度国内生产总值季度累计同比增长率(%)	11
图表8、1999年8月—2008年3月工业增加值月度同比增长率(%)	12
图表9、1999年8月—2008年3月社会消费品零售总额月度同比增长率(%)	13
图表10、1999年1-8月—2008年1-3月固定资产投资完成额月度累计同比增长率(%)	15
图表11、1999年8月—2008年3月出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率(%)	16
图表12、1999年8月—2008年3月居民消费价格指数(上年同月=100)	18
图表13、1999年8月—2008年3月工业品出厂价格指数(上年同月=100)	19
图表14、1999年8月—2008年3月货币供应量月度同比增长率(%)	21
图表 15、2008-2010年我国国内生产总值预测	22
图表 16、2008-2010年我国固定资产投资预测	23
图表 17、2007-2010年我国国际贸易总额预测	24
图表 18 软饮料行业环境“波特五力”分析模型	27
图表 19、2004-2008年全国软饮料产品产量及增长情况	31
图表 20 2004-2007年全国软饮料产量增长对比	31
图表 21、2004—2007年我国软饮料产能过剩曲线分析	33
图表 22、2004—2007年我国软饮料行业产品产销率曲线分析	33
图表 23、2004—2007年我国软饮料行业产品库存曲线分析	34

- 图表 24、2004—2007年我国软饮料行业生产成本变动分析 35
- 图表 25、2004—2007年中国软饮料产量值分布图 36
- 图表 26、产量值模拟曲线和方程示意图 36
- 图表 27、2008-2010年中国软饮料产量预测 37
- 图表 28、2004—2007年中国软饮料消费量分析 39
- 图表 29、2004—2007年中国软饮料消费量及增长对比 39
- 图表 30、2005—2008年我国软饮料消费增长曲线分析 40
- 图表 31、2004—2007年我国软饮料行业供需错位率曲线分析 41
- 图表 32、2004—2007年软饮料行业需求满足率分析 42
- 图表 33、2004—2007年中国软饮料潜在需求量分析 43
- 图表 34、2004—2007年中国软饮料潜在需求量及增长对比 44
- 图表 35、2004—2007年中国软饮料行业市场价格变动对比 45
- 图表 36、2004—2007年中国软饮料消费量值分布图 45
- 图表 37、消费量值模拟曲线和方程示意图 46
- 图表 38、2008-2010年中国软饮料消费量预测 47
- 图表 39、2004—2007年中国软饮料供给量分析 48
- 图表 40、2004—2007年中国软饮料供给量及增长对比 48
- 图表 41、2004—2008年中国软饮料需求规模统计 49
- 图表 42、2004—2007年中国软饮料需求规模及增长分析 50
- 图表 43、2004—2007年中国软饮料供需缺口分析 51
- 图表 44、2004—2007年中国软饮料供需缺口及增长对比 51
- 图表 45、2004—2007年中国软饮料供给量值分布图 52
- 图表 46、供给量值模拟曲线和方程示意图 52
- 图表 47、2008-2010年中国软饮料供给量预测 53
- 图表 48、2004—2007年中国软饮料需求规模值分布图 54
- 图表 49、需求规模值模拟曲线和方程示意图 54
- 图表 50、2008-2010年中国软饮料需求规模预测 55
- 图表 51、2004—2007年中国软饮料供需缺口值分布图 56
- 图表 52、供需缺口值模拟曲线和方程示意图 56
- 图表 53、2008-2010年中国软饮料供需缺口预测 57
- 图表 54、2004-2007年我国软饮料行业进出口量分析 61
- 图表 55、2008-2010年我国软饮料行业进出口量分析 63

- 图表 56、2004—2007年中国软饮料行业平均价格曲线分析 65
- 图表 57、2004—2007年中国软饮料行业价格曲线变化分析 65
- 图表 58、软饮料行业成本构成 66
- 图表 59、2008—2010年中国软饮料行业市场平均价格走势分析 67
- 图表 60、2007—2010年软饮料行业价格分析 69
- 图表 61 2004-2007年我国软饮料产品产量分地区统计 单位：万吨 71
- 图表 62、2004-2007年我国主要城市产品市场价格分析 73
- 图表63、不同地区产品竞争程度分析 74
- 图表64、2005—2007年我国软饮料行业不同地区产品供需走势分析 75
- 图表 65、2007—2010年我国软饮料行业不同地区产品整体发展预测 75
- 图表 66、2004—2007年软饮料行业市场集中度分析 86
- 图表 67、国内不同规模企业竞争力分析 87
- 图表 68、国内不同所有制企业竞争力分析 88
- 图表 69、软饮料行业领导企业的市场占有率 89
- 图表 70、2008—2010年软饮料十强企业市场占有率预测 94
- 图表 71、甘美饮料生产流程 97
- 图表 72、汽水生产流程图 99
- 图表 73、植物蛋白质饮料生产流程图 101
- 图表 74、软饮料行业技术成熟度判断 105
- 图表 75、软饮料饮用频率分布 115
- 图表 76、软饮料城市渗透率 116
- 图表 77、2008年中国十大饮料品牌排名 118
- 图表 78、2008年中国十大果汁饮料与健康饮料品牌 119
- 图表 79、2008年中国八大碳酸饮料品牌 120
- 图表 80、消费者对软饮料的品牌认知度调查 121
- 图表 81、消费者对软饮料产品的品牌偏好调查统计表 122
- 图表 82、消费者对软饮料产品的品牌偏好调查 123
- 图表 83、消费者对软饮料的首要认知渠道调查 124
- 图表 84、消费者最常购买的十大品牌 125
- 图表 85、软饮料的品牌忠诚度调查统计表 126
- 图表 86、软饮料的品牌忠诚度调查 127
- 图表 87、软饮料的品牌知名度调查统计表 128

- 图表 88、软饮料的品牌知名度调查 129
- 图表 89、前10个城市的消费者的消费理念调研 129
- 图表 90、消费者的价格敏感度调研 130
- 图表 91、消费者最常购买饮料的地方 132
- 图表 92、最吸引消费者的饮料概念 132
- 图表 93、消费者购买饮料最重视的因素 133

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/40474.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。