



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2009年中国饮料市场研究预测报告 (白金版)

# 一、调研说明

《2009年中国饮料市场研究预测报告(白金版)》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/40493.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](mailto: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

**市场现状** 近五年来，中国饮料市场已成为中国食品行业中发展最快的市场之一。2007年1-11月，中国饮料制造行业累计实现工业总产值455,426,202千元，比上年同期增长了28.67%；累计实现产品销售收入447,281,998千元，比上年同期增长了26.48%；累计实现利润总额38,534,099千元，比上年同期增长了41.00%.....

**市场竞争** 饮料业是中国最早进入市场经济、最先参与国际竞争的行业之一，它是伴随着国内市场的国际化而成长的。80年代初期，外国牌号的饮料开始进入中国，并引起市场竞争。中国饮料业正是在机遇与挑战并存的竞争环境中得到了迅速发展，这一发展从很大程度上说要归功于采用了国际先进技术和学习与借鉴了国际品牌的建设经验.....

**对外贸易** 2007年我国茶叶出口仍以绿茶为主，红茶和特种茶出口数量略有下降，出口金额均有所上升。绿茶出口到102个国家和地区，出口量22.4万吨，金额4.3亿美元，同比分别增长3.25%、10.54%。红茶全年出口3.03万吨，同比下降4.05%，出口金额4,318万美元，同比增长1.72%.....

声明：

此报告为本司原创，请购买者予以甄别！谨慎选择！凡所见报告目录均为已完成研究成果。收受款后即时发送报告，所有报告均带防伪标志与底纹！如有报告内容与目录不符者均不是本公司产品，或以正在更新或修改为由推延交付时间者均为假冒！

【 目录 】

上 卷

《2009年中国饮料市场研究预测报告》(白金版)

本报告上卷为您对2008年饮料市场及细分市场进行了详尽的表观描述，并对中国饮料行业运行各项指标进行了详细分析，让您对2009年中国饮料市场现状及行业运行有详尽的了解

....., 详细内容请您阅读《2009年中国饮料市场研究预测报告》(白金版) 1章——11章.....

## 第一部分 市场现状 1

### 第一章 全球化中的中国饮料市场 2

#### 第一节 全球化中饮料业的发展 2

##### 一、全球化对发展中国家饮料行业影响 2

##### 二、全球化饮料产业国际分工及其风险 4

#### 第二节 全球化饮料工业的特征分析 4

##### 一、全球化中饮料业的比较优势与竞争优势 4

##### 二、全球化影响与中国饮料业的应对策略 5

#### 第三节 全球化中饮料业的竞争分析 7

##### 一、饮料业中外企业的合资兼并 7

##### 二、中国饮料企业进军国际市场 9

##### 三、饮料业全球化竞争核心问题 10

#### 第四节 全球化与饮料市场包装分析 12

### 第二章 2008年中国饮料市场现状分析 15

#### 第一节 2007-2008年行业运行情况分析 15

##### 一、饮料行业规模 15

###### (一) 产值规模 15

###### (二) 企业规模 15

###### (三) 销售规模 16

###### (四) 行业盈利 16

##### 二、经营指标 17

###### (一) 产值利税率 17

###### (二) 资金利润率 17

###### (三) 负债变化 18

###### (四) 销售成本 18

###### (五) 销售费用 18

###### (六) 销售税金及附加 19

#### 第二节 中国饮料行业企业发展情况 19

#### 第三节 2008中国饮料市场价格分析 20

### 第三章 2008年中国饮料市场对外贸易分析 23

#### 第一节 2008年中国饮料市场进出口分析 23

##### 一、进口分析 23

##### 二、出口分析 25

### 第四章 2008年中国饮料行业原料供应分析 28

#### 第一节 2008年水果市场形势分析 28

##### 一、生产与价格变化情况 28

##### 二、进出口贸易情况 28

##### 三、价格情况 31

#### 第二节 2008年蔬菜市场形势分析 35

##### 一、蔬菜价格变化情况 35

##### 二、2008年我国蔬菜出口形势 35

#### 第三节 2008年茶叶市场情况分析 38

##### 一、我国茶叶产区介绍 38

##### 二、2008年我国茶叶产量分析 40

##### 三、2008年我国茶叶出口分析 43

##### 四、茶叶安全性消费特性 49

#### 第四节 2008年我国食糖市场分析 56

##### 一、2008年一季度食糖市场情况分析 56

##### 二、2008年1-5月我国食糖进出口分析 61

### 第二部分 市场细分 67

#### 第五章 中国饮料区域市场分析 68

#### 第一节 华东地区饮料市场运行情况分析 68

##### 一、行业规模 68

##### 二、成长性 69

##### 三、经营能力 70

##### 四、盈利能力 74

##### 五、偿债能力 75

#### 第二节 华南地区饮料市场运行情况分析 78

一、行业规模	78
二、成长性	80
三、经营能力	81
四、盈利能力	84
五、偿债能力	85
第三节 华北地区饮料市场运行情况分析	88
一、行业规模	88
二、成长性	90
三、经营能力	91
四、盈利能力	94
五、偿债能力	96
第四节 东北地区饮料市场运行情况分析	99
一、行业规模	99
二、成长性	101
三、经营能力	102
四、盈利能力	105
五、偿债能力	106
第五节 西北地区饮料市场运行情况分析	109
一、行业规模	109
二、成长性	111
三、经营能力	112
四、盈利能力	115
五、偿债能力	116
第六节 西南地区饮料市场运行情况分析	119
一、行业规模	119
二、成长性	121
三、经营能力	122
四、盈利能力	125
五、偿债能力	126

## 第六章 碳酸饮料市场分析 130

### 第一节 碳酸饮料的定义 130

## 第二节 碳酸饮料的分类 130

### 一、果味型 130

### 二、低热量型 131

## 第三节 全国碳酸饮料产品产量及变化趋势 131

### 一、历史数据统计 131

### 二、分地区生产情况 133

#### （一）北京 133

#### （二）江苏 134

#### （三）上海 134

#### （四）广东 135

## 第四节 优势品牌/成功案例分析 136

### 一、可口可乐 136

### 二、百事可乐 137

### 三、非常可乐 137

## 第七章 果汁饮料市场分析 138

### 第一节 果汁定义 138

### 第二节 果汁饮料定义 138

### 第三节 果汁饮料的分类 139

#### 一、果汁 139

#### 二、果浆 140

#### 三、浓缩果浆 140

#### 四、果肉饮料 140

#### 五、果汁饮料 140

#### 六、果粒果汁饮料 141

#### 七、水果饮料浓浆 141

#### 八、水果饮料 141

## 第四节 全国果汁饮料市场现状 142

### 一、2007-2008年中国果汁饮料市场 142

### 二、2007-2008年我国果汁饮料生产情况 142

### 三、分地区生产情况 143

#### （一）北京 143

(二) 江苏 144

(三) 上海 144

(四) 广东 145

#### 第五节 优势品牌/成功案例分析 146

一、汇源果汁 146

二、统一鲜橙多 146

三、“酷儿”的营销战略分析 150

四、新奇士 153

### 第八章 含乳饮料类市场分析 155

#### 第一节 乳饮料定义 155

#### 第二节 乳饮料分类 155

一、配制型含乳饮料 155

二、发酵型含乳饮料 155

#### 第三节 液体乳及乳制品制造业运行分析 155

一、2007-2008年我国液体乳业总体规模分析 155

二、2007-2008年我国液体乳产量分析 157

三、分地区生产情况 158

(一) 北京 158

(二) 江苏 158

(三) 上海 159

(四) 广东 160

#### 第四节 优势品牌/成功案例分析 160

一、蒙牛——酸酸乳 160

二、伊利——优酸乳 162

三、娃哈哈——爽歪歪 162

### 第九章 饮用水市场分析 166

#### 第一节 瓶装饮用水定义 166

#### 第二节 瓶装饮用水饮用分类 166

一、饮用天然矿泉水 166

二、饮用纯净水 166



### 三、其他饮用水 166

### 第三节 全国饮用水市场现状分析 167

#### 一、2007-2008年我国饮用水生产情况 167

#### 二、分地区生产情况 168

##### （一）北京 168

##### （二）江苏 168

##### （三）上海 169

##### （四）广东 170

### 第四节 优势品牌/成功案例分析 170

#### 一、娃哈哈 170

#### 二、农夫山泉 179

## 第十章 茶饮料市场分析 186

### 第一节 茶饮料定义 186

### 第二节 茶饮料分类 187

### 第三节 茶饮料作用 187

### 第四节 我国茶饮料产量统计 188

#### 一、2007-2008年全国茶饮料产量分析 188

#### 二、分地区产量情况 188

##### （一）北京 188

##### （二）安徽 189

##### （三）广东 190

##### （四）湖北 190

### 第五节 优势品牌/成功案例分析 191

#### 一、康师傅 191

#### 二、统一 192

## 第十一章 特殊用途饮料市场分析 198

### 第一节 特殊用途饮料(品)类定义 198

### 第二节 特殊用途饮料分类 198

#### 一、运动饮料 198

#### 二、营养素饮料 198

三、其他特殊用途饮料	198
第三节 优势品牌/成功案例分析	198
一、红牛	199

## 下 卷

### 《2009年中国饮料市场研究预测报告》(白金版)

本报告下卷为您对2008年饮料市场营销、市场竞争格局、未来趋势等进行了深度解构分析,让您对2009年中国饮料市场有更好的了解与把握,助您把握商机,占尽先机!详细内容请您阅读《2009年中国饮料市场研究预测报告》(白金版) 12章——18章……

## 第三部分 竞争格局 202

### 第十二章 饮料市场竞争分析 203

#### 第一节 饮料市场竞争分析 203

#### 第二节 中国与国外饮料的品牌竞争分析 203

#### 第三节 饮料市场竞争有望升级 205

#### 第四节 国内饮料市场竞争格局 207

#### 第五节 饮料市场竞争手段分析 208

### 第十三章 国内优势企业分析 210

#### 第一节 露露集团 210

##### 一、公司简介 210

##### 二、经营状况 211

#### 第二节 上海光明乳业股份有限公司 212

##### 一、公司简介 212

##### 二、经营状况 213

#### 第三节 娃哈哈集团 215

##### 一、公司简介 215

##### 二、经营状况 217

#### 第四节 伊利股份 217

##### 一、公司简介 217

##### 二、经营状况 220

## 第五节 乐百氏（广东）食品饮料有限公司 222

### 一、公司简介 222

### 二、产品及品牌 222

### 三、战略动态 222

## 第六节 怡宝食品饮料(深圳)有限公司 226

### 一、公司简介 226

### 二、主要产品 226

## 第七节 农夫山泉股份有限公司 227

### 一、公司简介 227

### 二、“农夫果园”营销分析 228

## 第八节 北京汇源饮料食品集团有限公司 231

### 一、公司简介 232

### 二、汇源果汁的策略隐患 232

## 第十四章 外资饮料企业分析 235

### 第一节 可口可乐公司 235

#### 一、公司介绍 235

#### 二、可口可乐饮料公司SWOT分析 236

##### （一）优势(Strength) 236

##### （二）劣势(Weakness) 237

##### （三）机会(Opportunity) 237

##### （四）威胁(Threat) 238

### 第二节 百事可乐国际集团 239

#### 一、集团简介 239

#### 二、人才战略 241

#### 三、百事可乐占俄果汁市场领先地位 242

### 第三节 台湾统一企业 242

#### 一、公司简介 242

### 第四节 台湾顶新集团 244

#### 一、主要品牌 244

#### 二、主要产品 244

## 第四部分 消费者及营销策略 254

第十五章 消费者分析	255
第一节 中国饮料市场消费者调查分析	255
一、茶饮料消费者分析	266
二、消费者购买饮料习惯调查	268
三、碳酸饮料消费者调查	270
四、果汁消费终端市场调查	274
（一）消费概况	274
（二）消费特征	277
（三）消费选择	280
五、瓶装饮用水消费者调查	281
第二节 饮料市场主流品牌消费者满意度调查	296

第十六章 销售渠道及营销策略	298
第一节 销售渠道模式分析	298
一、传统销售渠道模式	298
二、销售渠道的变化模式	300
三、软饮料销售渠道选择的依据	302
四、软饮料企业的渠道整合	303
第二节 饮料销售终端策略	304
一、终端营销的战略优势	304
二、经销商选择和机构设置	305
三、市场铺货及产品陈列	307
四、终端促销	309
五、经销商业绩奖励	311
第三节 新进企业产品推广策略	312
一、差异化营销策略	312
二、产品试销	317
第四节 销售渠道建设经典案例分析	321
一、“酷儿”的整合营销传播策略	321
二、农夫果园营销策略分析	326
三、平常渠道非常控制--娃哈哈集团营销案例	332

## 第五节 中国饮料行业营销发展趋势 340

### 一、同质化产品 340

### 二、聚焦营销 342

### 三、精细化营销 345

### 四、现代通路的迅速发展 347

## 第五部分 趋势预测 349

## 第十七章 饮料包装发展趋势 350

### 第一节 世界饮料包装市场发展趋势 350

### 第二节 中国饮料包装市场发展趋势 353

### 第三节 中国饮料包装市场新特点 355

### 第四节 未来饮料包装发展趋势 356

### 第五节 外资垄断的中国饮料包装市场 357

## 第十八章 全球饮料发展趋势与预测 360

### 第一节 亚洲饮料市场发展趋势 360

### 第二节 2010年西欧能量饮料消费总量预测 362

### 第三节 2010年全球饮料市场预测 362

### 第四节 我国饮料市场发展趋势预测 363

#### 一、今夏饮料市场发展趋势展望 363

#### 二、未来我国果汁饮料市场发展趋势 367

#### 三、2010-2015年我国饮料产量预测 368

#### 四、2008-2010年中国果汁饮料市场销售规模预测 369

#### 五、2010年中国凉茶产销量预测 369

## 表目录

### 表1 2007年饮料制造业生产总值统计 15

### 表2 2008年1-5月饮料制造业生产总值统计 15

### 表3 2007年饮料制造业企业单位数量统计 15

### 表4 2008年1-5月饮料制造业企业单位数量统计 16

### 表5 2007年饮料制造业销售收入 16

### 表6 2008年1-5月饮料制造业销售收入 16

表7 2007年饮料制造业累计亏损企业亏损总额	16
表8 2008年1-5月饮料制造业累计亏损企业亏损总额	16
表9 2007年饮料制造业利润总额	17
表10 2008年1-5月饮料制造业利润总额	17
表11 2007年饮料制造业产值利税率统计	17
表12 2008年1-5月饮料制造业产值利税率统计	17
表13 2008年1-5月饮料制造业成本费用利润率统计	17
表14 2007年饮料制造业累计负债统计	18
表15 2008年1-5月饮料制造业累计负债统计	18
表16 2007年饮料制造业产品销售成本统计	18
表17 2008年1-5月饮料制造业产品销售成本统计	18
表18 2007年饮料制造业累计产品销售费用统计	18
表19 2008年1-5月饮料制造业累计产品销售费用统计	19
表20 2007年饮料制造业累计产品产品销售税金及附加统计	19
表21 2008年1-5月饮料制造业累计产品产品销售税金及附加统计	19
表22 2007年饮料制造业收入前十家企业	19
表23 2007年10月重点城市饮料平均价格	20
表24 2008年4月华北地区鲜牛奶旬度价格	20
表25 2008年4月华东地区鲜牛奶旬度价格	21
表26 2008年4月华南地区鲜牛奶旬度价格	21
表27 2008年4月西部地区鲜牛奶旬度价格	22
表28 2008年1月未加糖或其他甜物质及未加味的水；冰及雪进口统计	23
表29 2008年2月未加糖或其他甜物质及未加味的水；冰及雪进口统计	23
表30 2008年3月未加糖或其他甜物质及未加味的水；冰及雪进口统计	23
表31 2008年4月未加糖或其他甜物质及未加味的水；冰及雪进口统计	23
表32 2008年5月未加糖或其他甜物质及未加味的水；冰及雪进口统计	24
表33 2008年1月加味、加糖或其他甜物质的水进口统计	24
表34 2008年2月加味、加糖或其他甜物质的水进口统计	24
表35 2008年3月加味、加糖或其他甜物质的水进口统计	24
表36 2008年4月加味、加糖或其他甜物质的水进口统计	24
表37 2008年5月加味、加糖或其他甜物质的水进口统计	25
表38 2008年1月未加糖或其他甜物质及未加味的水；冰及雪出口统计	26

表39	2008年2月未加糖或其他甜物质及未加味的水；冰及雪出口统计	26
表40	2008年3月未加糖或其他甜物质及未加味的水；冰及雪出口统计	26
表41	2008年4月未加糖或其他甜物质及未加味的水；冰及雪出口统计	26
表42	2008年5月未加糖或其他甜物质及未加味的水；冰及雪出口统计	26
表43	2008年1月加味、加糖或其他甜物质的水进口统计	27
表44	2008年2月加味、加糖或其他甜物质的水进口统计	27
表45	2008年3月加味、加糖或其他甜物质的水进口统计	27
表46	2008年4月加味、加糖或其他甜物质的水进口统计	27
表47	2008年5月加味、加糖或其他甜物质的水进口统计	27
表48	2008年1-2月我国水果出口国前五位	30
表49	2008年1-2月我国水果出口国前五位	30
表50	2008年1-4月我国茶叶出口分国别和地区前30位	44
表51	2008年1-2月我国绿茶出口分国别和地区前30位	45
表52	2008年1-2月我国红茶出口分国别和地区前30位	46
表53	2008年1-2月我国乌龙茶出口分国别和地区	47
表54	2008年1-2月我国花茶出口分国别和地区前30位	48
表55	2008年1-2月我国茶叶分地区出口统计	49
表56	各类饮料饮用频率统计表	50
表57	购买安全茶叶愿意支付较高价格的消费者特性差异鉴定	52
表58	实证计量模式解释变量符号与意义	53
表59	购买安全茶叶愿意支付价格增幅的Order Probit估计结果	54
表60	愿意支付较高金额购买绿色茶叶的回归估计结果	55
表61	2007-2008年榨季全国累计产糖及增长	60
表62	2008年2月榨季全国累计销糖及增长	61
表63	2008年1-5月我国食糖及细类进出口贸易情况	61
表64	2008年1-5月各月我国食糖进出口贸易情况	61
表65	2008年1-5月我国食糖进、出口国家（地区）前10位的情况	62
表66	2008年1-5月我国食糖进、出口国家（地区）前6位的情况	64
表67	2008年1-5月我国食糖进、出口贸易方式的排序情况	65
表68	2007年1-12月华东地区饮料制造业企业数量统计	68
表69	2008年1-5月华东地区饮料制造业企业数量统计	68
表70	2007年1-12月华东地区饮料制造业产值比上年增长	69

表71	2008年1-5月华东地区饮料制造业产值比上年增长	69
表72	2007年华东地区饮料制造业资产比上年增长	70
表73	2008年1-5月华东地区饮料制造业资产比上年增长	70
表74	2007年华东地区饮料制造业销售收入	70
表75	2008年1-5月华东地区饮料制造业销售收入	72
表76	2007年华东地区饮料制造业应收帐款	72
表77	2008年1-5月华东地区饮料制造业应收帐款	73
表78	2007年华东地区饮料制造业利润总额	74
表79	2008年1-5月华东地区饮料制造业利润总额	75
表80	2007年华东地区饮料制造业累计负债	75
表81	2008年1-5月华东地区饮料制造业累计负债	76
表82	2007年华东地区饮料制造业累计资产负债率	77
表83	2008年1-5月华东地区饮料制造业累计资产负债率	77
表84	2007年1-12月华南地区饮料制造业企业数量统计	78
表85	2008年1-5月华南地区饮料制造业企业数量统计	79
表86	2007年1-12月华南地区饮料制造业产值比上年增长	80
表87	2008年1-5月华南地区饮料制造业产值比上年增长	80
表88	2007年华南地区饮料制造业资产比上年增长	80
表89	2008年1-5月华南地区饮料制造业资产比上年增长	80
表90	2007年华南地区饮料制造业销售收入	81
表91	2008年1-5月华南地区饮料制造业销售收入	82
表92	2007年华南地区饮料制造业应收帐款	82
表93	2008年1-5月华南地区饮料制造业应收帐款	83
表94	2007年华南地区饮料制造业利润总额	84
表95	2008年1-5月华南地区饮料制造业利润总额	85
表96	2007年华南地区饮料制造业累计负债	85
表97	2008年1-5月华南地区饮料制造业累计负债	86
表98	2007年华南地区饮料制造业累计资产负债率	87
表99	2008年1-5月华南地区饮料制造业累计资产负债率	87
表100	2007年1-12月华北地区饮料制造业企业数量统计	88
表101	2008年1-5月华北地区饮料制造业企业数量统计	89
表102	2007年1-12月华北地区饮料制造业产值比上年增长	90



表103	2008年1-5月华北地区饮料制造业产值比上年增长	90
表104	2007年华北地区饮料制造业资产比上年增长	90
表105	2008年1-5月华北地区饮料制造业资产比上年增长	91
表106	2007年华北地区饮料制造业销售收入	91
表107	2008年1-5月华北地区饮料制造业销售收入	92
表108	2007年华北地区饮料制造业应收帐款	93
表109	2008年1-5月华北地区饮料制造业应收帐款	93
表110	2007年华北地区饮料制造业利润总额	94
表111	2008年1-5月华北地区饮料制造业利润总额	96
表112	2007年华北地区饮料制造业累计负债	96
表113	2008年1-5月华北地区饮料制造业累计负债	97
表114	2007年华北地区饮料制造业累计资产负债率	98
表115	2008年1-5月华北地区饮料制造业累计资产负债率	98
表116	2007年1-12月东北地区饮料制造业企业数量统计	99
表117	2008年1-5月东北地区饮料制造业企业数量统计	100
表118	2007年1-12月东北地区饮料制造业产值比上年增长	101
表119	2008年1-5月东北地区饮料制造业产值比上年增长	101
表120	2007年东北地区饮料制造业资产比上年增长	101
表121	2008年1-5月东北地区饮料制造业资产比上年增长	101
表122	2007年东北地区饮料制造业销售收入	102
表123	2008年1-5月东北地区饮料制造业销售收入	103
表124	2007年东北地区饮料制造业应收帐款	103
表125	2008年1-5月东北地区饮料制造业应收帐款	104
表126	2007年东北地区饮料制造业利润总额	105
表127	2008年1-5月东北地区饮料制造业利润总额	106
表128	2007年东北地区饮料制造业累计负债	106
表129	2008年1-5月东北地区饮料制造业累计负债	107
表130	2007年东北地区饮料制造业累计资产负债率	108
表131	2008年1-5月东北地区饮料制造业累计资产负债率	108
表132	2007年1-12月西北地区饮料制造业企业数量统计	109
表133	2008年1-5月西北地区饮料制造业企业数量统计	110
表134	2007年1-12月西北地区饮料制造业产值比上年增长	111

表135	2008年1-5月西北地区饮料制造业产值比上年增长	111
表136	2007西北地区饮料制造业资产比上年增长	111
表137	2008西1-5月北地区饮料制造业资产比上年增长	111
表138	2007年西北地区饮料制造业销售收入	112
表139	2008年1-5月西北地区饮料制造业销售收入	113
表140	2007年西北地区饮料制造业应收帐款	113
表141	2008年1-5月西北地区饮料制造业应收帐款	114
表142	2007年西北地区饮料制造业利润总额	115
表143	2008年1-5月西北地区饮料制造业利润总额	116
表144	2007年西北地区饮料制造业累计负债	116
表145	2008年1-5月西北地区饮料制造业累计负债	117
表146	2007年西北地区饮料制造业累计资产负债率	118
表147	2008年1-5月西北地区饮料制造业累计资产负债率	118
表148	2007年1-12月西南地区饮料制造业企业数量统计	119
表149	2008年1-5月西南地区饮料制造业企业数量统计	120
表150	2007年1-12月西南地区饮料制造业产值比上年增长	121
表151	2008年1-5月西南地区饮料制造业产值比上年增长	121
表152	2007年西南地区饮料制造业资产比上年增长	121
表153	2008年1-5月西南地区饮料制造业资产比上年增长	121
表154	2007年西南地区饮料制造业销售收入	122
表155	2008年1-5月西南地区饮料制造业销售收入	123
表156	2007年西南地区饮料制造业应收帐款	123
表157	2008年1-5月西南地区饮料制造业应收帐款	124
表158	2007年西南地区饮料制造业利润总额	125
表159	2008年1-5月西南地区饮料制造业利润总额	126
表160	2007年西南地区饮料制造业累计负债	126
表161	2008年1-5月西南地区饮料制造业累计负债	127
表162	2007年西南地区饮料制造业累计资产负债率	128
表163	2008年1-5月西南地区饮料制造业累计资产负债率	128
表164	2005年1-12月我国碳酸饮料产量	131
表165	2006年1-12月我国碳酸饮料产量	132
表166	2007年1-12月我国碳酸饮料产量	132

表167 2008年1-5月我国碳酸饮料产量	133
表168 2007年1-12月碳酸饮料产量北京市统计	133
表169 2008年1-5月碳酸饮料产量北京市统计	133
表170 2007年1-12月碳酸饮料产量江苏省统计	134
表171 2008年1-5月碳酸饮料产量江苏省统计	134
表172 2007年1-12月上海市碳酸饮料产量统计	134
表173 2008年1-5月上海市碳酸饮料产量统计	135
表174 2007年1-12月广东省碳酸饮料产量统计	135
表175 2008年1-5月广东省碳酸饮料产量统计	135
表176 2008年一季度可口可乐公司实现利润、销售收入统计	136
表177 2008年一季度全球销量增长情况	136
表178 2007年1-12月我国果汁饮料行业产量统计	142
表179 2008年1-5月我国果汁饮料行业产量统计	143
表180 2007年1-12月北京果汁饮料行业产量统计	143
表181 2008年1-5月北京果汁饮料行业产量统计	143
表182 2007年1-12月江苏果汁饮料行业产量统计	144
表183 2008年1-5月江苏果汁饮料行业产量统计	144
表184 2007年1-12月上海果汁饮料行业产量统计	144
表185 2008年1-5月上海果汁饮料行业产量统计	145
表186 2007年1-12月广东果汁饮料行业产量统计	145
表187 2008年1-5月广东果汁饮料行业产量统计	145
表188 2007年液体乳及乳制品制造业工业产值统计	155
表189 2008年1-5月液体乳及乳制品制造业工业产值统计	156
表190 2007年8月液体乳及乳制品制造收入前十家企业	156
表191 2008年2月液体乳及乳制品制造收入前十家企业	156
表192 2007年1-12月液体乳产量全国合计	157
表193 2008年1-5月液体乳产量全国合计	157
表194 2007年1-12月液体乳产量北京市合计	158
表195 2008年1-5月液体乳产量北京市合计	158
表196 2007年1-12月液体乳产量江苏省合计	158
表197 2008年1-5月液体乳产量江苏省合计	159
表198 2007年1-12月液体乳产量上海市合计	159

表199	2008年1-5月液体乳产量上海市合计	159
表200	2007年1-12月液体乳产量广东省合计	160
表201	2008年1-5月液体乳产量广东省合计	160
表202	2007年1-12月瓶(罐)装饮用水产量全国合计	167
表203	2008年1-5月瓶(罐)装饮用水产量全国合计	167
表204	2007年1-12月瓶(罐)装饮用水产量北京合计	168
表205	2008年1-5月瓶(罐)装饮用水产量北京合计	168
表206	2007年1-12月瓶(罐)装饮用水产量江苏合计	168
表207	2008年1-5月瓶(罐)装饮用水产量江苏合计	169
表208	2007年1-12月瓶(罐)装饮用水产量上海合计	169
表209	2008年1-5月瓶(罐)装饮用水产量上海合计	169
表210	2007年1-12月瓶(罐)装饮用水产量广东合计	170
表211	2008年1-5月瓶(罐)装饮用水产量广东合计	170
表212	2007年1-12月精制茶产量全国合计	188
表213	2008年1-5月精制茶产量全国合计	188
表214	2007年1-12月精制茶产量北京合计	188
表215	2008年1-5月精制茶产量北京合计	189
表216	2007年1-12月精制茶产量安徽合计	189
表217	2008年1-5月精制茶产量安徽合计	189
表218	2007年1-12月精制茶产量广东合计	190
表219	2008年1-5月精制茶产量广东合计	190
表220	2007年1-12月精制茶产量湖北合计	190
表221	2008年1-5月精制茶产量湖北合计	191
表222	2007-2008年露露集团获利能力分析	211
表223	2007-2008年露露集团经营能力分析	211
表224	2007-2008年露露集团偿债能力分析	211
表225	2007-2008年露露集团资本结构分析	211
表226	2007-2008年露露集团发展能力分析	212
表227	2007-2008年露露集团现金流量分析	212
表228	2007-2008年光明乳业获利能力分析	213
表229	2007-2008年光明乳业经营能力分析	213
表230	2007-2008年光明乳业偿债能力分析	214

表231 2007-2008年光明乳业资本结构分析	214
表232 2007-2008年光明乳业发展能力分析	214
表233 2007-2008年光明乳业现金流量分析	214
表234 2007年娃哈哈营业收入统计	217
表235 2007年娃哈哈销售收入统计	217
表236 2007-2008年伊利获利能力分析	220
表237 2007-2008年伊利经营能力分析	220
表238 2007-2008年伊利偿债能力分析	221
表239 2007-2008年伊利资本结构分析	221
表240 2007-2008年伊利发展能力分析	221
表241 2007-2008年伊利现金流量分析	221
表242 顶新集团渠道结构	246
表243 顶新集团渠道结构	249
表244 中国各类饮料消费者所占比例	255
表245 消费者的饮料品牌选择习惯	258
表246 我国15个城市茶饮料消费者品牌选择情况表	268
表247 果汁饮料城市渗透率	275
表248 各城市居民饮用果汁频率分布	280
表249 果汁消费者对消费场所的选择	281
表250 浙江地区瓶装饮用水的品牌知名度	284
表251 浙江地区瓶装饮用水的品牌认知度	285
表252 浙江地区瓶装饮用水的品牌满意度	286
表253 浙江地区瓶装饮用水的品牌满意度	286
表254 浙江地区瓶装饮用水的品牌忠诚度	287
表255 浙江地区瓶装饮用水的品牌推荐率	287
表256 消费者选择瓶装饮用水的类型	288
表257 消费者选择购买瓶装饮用水地点	288
表259 消费者选择购买瓶装饮用水包装规格	289
表260 消费者选择购买瓶装饮用水信息来源	289
表261 消费者选择饮用瓶装水饮用时机	290
表262 影响瓶装饮用水购买因素分析	290

## 图目录

- 图1 2008年1-2月我国水果出口情况 单位：万吨 29
- 图2 2008年1-2月我国水果进出口分省 单位：亿美元 30
- 图3 2005-2008年甜橙批发价格情况 31
- 图4 2005-2008年鸭梨批发价格情况 31
- 图5 2005-2008年国光苹果批发价格情况 32
- 图6 2005-2008年富士苹果批发价格情况 32
- 图7 2005-2008年香蕉批发价格情况 32
- 图8 2005-2008年菠萝批发价格情况 33
- 图9 2005-2008年龙眼批发价格情况 33
- 图10 2005-2008年芒果批发价格情况 33
- 图11 2005-2008年荔枝批发价格情况 34
- 图12 2005-2008年蜜桔批发价格情况 34
- 图13 2005-2008年我国蔬菜批发价格指数 35
- 图14 2008年1-2月我国蔬菜出口分品种（单位：亿美元） 36
- 图15 2008年1-2月我国蔬菜出口主要省份出口情况（单位：亿美元） 37
- 图16 2008年1-2月我国蔬菜出口分国别情况(单位：亿美元) 37
- 图17 2008年1-5月各月我国食糖进出口贸易对比图 62
- 图18 2008年1-5月我国食糖进口国家（地区）前10位对比图 63
- 图19 2008年1-5月我国食糖出口国家（地区）前10位对比图 63
- 图20 2008年1-5月我国食糖进口前6位省市的对比图 64
- 图21 2008年1-5月我国食糖出口前6位省市的对比图 64
- 图22 2008年1-5月我国食糖主要贸易方式进口量对比图 65
- 图23 2008年1-5月我国食糖主要贸易方式出口量对比图 66
- 图24 2007年1-12月华东地区饮料制造业行业规模趋势图 68
- 图25 2008年1-5月华东地区饮料制造业行业规模趋势图 69
- 图26 2007年华东地区各省市饮料制造业销售收入合计比较图 71
- 图27 2007年华东地区各省市饮料制造业销售收入比较图 71
- 图28 2008年1-5月华东地区各省市饮料制造业销售收入比较图 72
- 图29 2007年华东地区各省市饮料制造业应收帐款比较图 73
- 图30 2008年1-5月华东地区各省市饮料制造业应收帐款比较图 73
- 图31 2007年华东地区各省市饮料制造业盈利能力合计比较图 74

图32 2007年华东地区各省市饮料制造业盈利能力比较图	74
图33 2008年1-5月华东地区各省市饮料制造业盈利能力比较图	75
图34 2007年华东地区各省市饮料制造业负债比较图	76
图35 2008年1-5月华东地区各省市饮料制造业负债比较图	76
图36 2007年华东地区各省累计资产负债率比较图	77
图37 2008年1-5月华东地区各省累计资产负债率比较图	78
图38 2007年1-12月华南地区饮料制造业行业规模趋势图	79
图39 2008年1-5月华南地区饮料制造业行业规模趋势图	79
图40 2007年华南地区各省市饮料制造业销售收入合计比较图	81
图41 2007年华南地区各省市饮料制造业销售收入比较图	81
图42 2008年1-5月华南地区各省市饮料制造业销售收入比较图	82
图43 2007年华南地区各省市饮料制造业应收帐款比较图	83
图44 2008年1-5月华南地区各省市饮料制造业应收帐款比较图	83
图45 2007年华南地区各省市饮料制造业盈利能力合计比较图	84
图46 2007年华南地区各省市饮料制造业盈利能力比较图	84
图47 2008年1-5月华南地区各省市饮料制造业盈利能力比较图	85
图48 2007年华南地区各省市饮料制造业负债比较图	86
图49 2008年1-5月华南地区各省市饮料制造业负债比较图	86
图50 2007年华南地区各省累计资产负债率比较图	87
图51 2008年1-5月华南地区各省累计资产负债率比较图	88
图52 2007年1-12月华北地区饮料制造业行业规模趋势图	89
图53 2008年1-5月华北地区饮料制造业行业规模趋势图	89
图54 2007年华北地区各省市饮料制造业销售收入合计比较图	91
图55 2007年华北地区各省市饮料制造业销售收入比较图	92
图56 2008年1-5月华北地区各省市饮料制造业销售收入比较图	92
图57 2007年华北地区各省市饮料制造业应收帐款比较图	93
图58 2008年1-5月华北地区各省市饮料制造业应收帐款比较图	94
图59 2007年华北地区各省市饮料制造业盈利能力合计比较图	95
图60 2007年华北地区各省市饮料制造业盈利能力比较图	95
图61 2008年1-5月华北地区各省市饮料制造业盈利能力比较图	96
图62 2007年华北地区各省市饮料制造业负债比较图	97
图63 2008年1-5月华北地区各省市饮料制造业负债比较图	97

图64 2007年华北地区各省累计资产负债率比较图 98

图65 2008年1-5月华北地区各省累计资产负债率比较图 99

图66 2007年1-12月东北地区饮料制造业行业规模趋势图 100

图67 2008年1-5月东北地区饮料制造业行业规模趋势图 100

图68 2007年东北地区各省市饮料制造业销售收入合计比较图 102

图69 2007年东北地区各省市饮料制造业销售收入比较图 102

图70 2008年1-5月东北地区各省市饮料制造业销售收入比较图 103

图71 2007年东北地区各省市饮料制造业应收帐款比较图 104

图72 2008年1-5月东北地区各省市饮料制造业应收帐款比较图 104

图73 2007年东北地区各省市饮料制造业盈利能力合计比较图 105

图74 2007年东北地区各省市饮料制造业盈利能力比较图 105

图75 2008年1-5月东北地区各省市饮料制造业盈利能力比较图 106

图76 2007年东北地区各省市饮料制造业负债比较图 107

图77 2008年1-5月东北地区各省市饮料制造业负债比较图 107

图78 2007年东北地区各省累计资产负债率比较图 108

图79 2008年1-5月东北地区各省累计资产负债率比较图 109

图80 2007年1-12月西北地区饮料制造业行业规模趋势图 110

图81 2008年1-5月西北地区饮料制造业行业规模趋势图 110

图82 2007年西北地区各省市饮料制造业销售收入合计比较图 112

图83 2007年西北地区各省市饮料制造业销售收入比较图 112

图84 2008年1-5月西北地区各省市饮料制造业销售收入比较图 113

图85 2007年西北地区各省市饮料制造业应收帐款比较图 114

图86 2008年1-5月西北地区各省市饮料制造业应收帐款比较图 114

图87 2007年西北地区各省市饮料制造业盈利能力合计比较图 115

图88 2007年西北地区各省市饮料制造业盈利能力比较图 115

图89 2008年1-5月西北地区各省市饮料制造业盈利能力比较图 116

图90 2007年西北地区各省市饮料制造业负债比较图 117

图91 2008年1-5月西北地区各省市饮料制造业负债比较图 117

图92 2007西北地区各省累计资产负债率比较图 118

图93 2008年1-5月西北地区各省累计资产负债率比较图 119

图94 2007年1-12月西南地区饮料制造业行业规模趋势图 120

图95 2008年1-5月西南地区饮料制造业行业规模趋势图 120



图96 2007年西南地区各省市饮料制造业销售收入合计比较图	122
图97 2007年西南地区各省市饮料制造业销售收入比较图	122
图98 2008年1-5月西南地区各省市饮料制造业销售收入比较图	123
图99 2007年西南地区各省市饮料制造业应收帐款比较图	124
图100 2008年1-5月西南地区各省市饮料制造业应收帐款比较图	124
图101 2007年西南地区各省市饮料制造业盈利能力合计比较图	125
图102 2007年西南地区各省市饮料制造业盈利能力比较图	125
图103 2008年1-5月西南地区各省市饮料制造业盈利能力比较图	126
图104 2007年西南地区各省市饮料制造业负债比较图	127
图105 2008年1-5月西南地区各省市饮料制造业负债比较图	127
图106 2007年西南地区各省累计资产负债率比较图	128
图107 2008年1-5月西南地区各省累计资产负债率比较图	129
图108 消费者的饮料饮用量	255
图109 消费者的饮料种类选择习惯	256
图110 消费者饮用的饮料种类	257
图111 消费者的饮料品牌认知渠道	258
图112 消费者购买饮料的地点	259
图113 消费者的饮料一次购买量	260
图114 不同性别消费者最常购买的饮料的类型	260
图115 消费者购买饮料时最重视的因素	261
图116 消费者最常购买饮料的地点	262
图117 最吸引消费者的饮品概念	262
图118 消费者最常购买的十大品牌	263
图119 2007消费者对不同饮品的三大潜在需求	265
图120 2007男女消费者需求的饮料类型	266
图121 我国茶饮料消费者最常饮用茶饮料比例图	266
图122 消费者最常饮用的茶饮料种类	267
图123 我国茶饮料消费者种类选择性别差异图	267
图124 碳酸饮料不同品牌提及率	270
图125 碳酸饮料不同品牌广告提及率	271
图126 碳酸饮料不同品牌近3个月来的购买率	271
图127 喝碳酸饮料人群的年龄分布	272

图128 果汁饮料消费者性别构成	277
图129 果汁饮料消费者年龄构成	278
图130 果汁饮料消费职业构成	279
图131 家庭收入对果汁饮料消费的影响	279
图132 口味对果汁饮料消费的影响	280
图133 瓶装饮用水消费者群体年龄构成	282
图134 瓶装饮用水的消费群体的文化程度构成	283
图135 瓶装饮用水的消费群体的收入构成	283

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/40493.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。