



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008年中国软饮料行业市场分析 及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2008年中国软饮料行业市场分析及发展趋势研究报告》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/40575.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

中国软饮料业具有世界上任何一个国家所无法比拟的潜在消费市场，软饮料行业发展迅速。目前，我国软饮料工业人均年消费量仅8千克，为世界平均水平的五分之一，是西欧发达国家的二十四分之一，其中果汁及果汁饮料人均每年消费量仅1千克，是西欧的四十分之一。差距从另一方面看也意味着发展和成长的空间和潜力。

2008年，果蔬汁、茶饮料和功能性饮料将成为消费者主要购买的三种饮品，低糖或无糖饮料将是主流趋势，也成为厂家开发高端产品的契机。预计到2020年，全球果汁及碳酸饮料将增至730亿升，那时，竞争将更加激烈，未来产品品质及创新是饮料企业获利的关键因素，只有那些拥有资源优势，品牌优势，生产特色产品，且内部经营管理水平较高，达到规模效益的企业才能获得较高的收益水平。在市场准入壁垒低、竞争激烈的软饮料市场，国外品牌对中国本土饮料的冲击力度将会加大；与此同时中国饮料企业走出国门的阻力将会减小。

“十一五”期间既是黄金时期，也是矛盾凸显期，饮料行业面临的一些困扰将更加明显地显露出来。比如食品的安全与健康、水资源的紧缺和环保问题等。“十一五”期间，预计到2010年饮料行业的总产量将达到6800万吨。在产品的结构比重方面，预测碳酸饮料18%，包装饮用水36%，果蔬汁饮料14%，茶饮料15%，蛋白饮料6%，其他的是11%。预计在未来5至10年内，我国饮料市场仍将以年均10%左右的速度增长，到2010年，我国饮料市场的销售收入将达到4000~5000亿元的规模。

软饮料潜在消费市场也正在逐步向现实消费市场转变，一个庞大的饮料市场正悄然形成。国外品牌对中国本土饮料的冲击力度将会怎样？中国饮料走出国门有哪些阻力？基础薄弱的中国软饮料业如何面对新型条件下的竞争挑战并抓住历史机遇发展自己？新产品该如何创造个性？如何把尝试型消费者转变为忠实消费者？不同规模的饮料企业在今后该如何展开竞争呢？

【 目录 】

第一部分 行业发展现状分析

第一章 软饮料行业概况 1

第一节 软饮料行业介绍 1

一、软饮料定义 1

二、软饮料组成 1

三、软饮料分类 1

四、软饮料工艺 10

第二节 我国宏观经济及居民消费分析 15

一、2007年宏观经济政策分析 15

二、2007年我国居民消费价格分类指数分析 18

三、2008年我国经济增长趋势预测 24

第二章 国外软饮料行业分析 30

第一节 意大利软饮料行业概况 30

一、饮料标签规定 30

二、意大利软饮料业的发展趋势 30

第二节 美国软饮料行业概况 32

一、美国软饮料市场的现状与未来 32

二、功能饮料抢占市场 33

三、碳酸饮料销量下降 33

第三节 日本软饮料行业概况 34

一、日本软饮料市场饱和 34

二、行业发展与变化分析 35

第四节 英国软饮料行业概况 36

一、英国软饮料行业利用新技术提高利润 36

二、英国软饮料人均年消费量分析 37

第五节 乌克兰软饮料行业概况 39

一、乌克兰软饮料市场发展分析 39

二、茶饮料的销售状况 39

第三章 我国饮料行业分析 41

第一节 我国饮料行业现状分析 41

一、2007年行业经济运行分析 41

二、消费升级带动饮料行业快速发展 87

三、中国饮料市场百花齐放 88

四、饮料行业发展空间广阔 91

第二节 我国饮料市场分析 92

一、产品创新拓展饮料市场空间 92

二、产品渠道创新是饮料市场的核心 94

三、2007年饮料市场竞争状况分析 96

第三节 2007年饮料的市场特性 102

一、功能化 102

二、时尚化 103

三、娱乐化 103

四、运动化 104

五、细分化 104

六、品牌化 104

第四章 我国软饮料行业现状分析 106

第一节 我国软饮料行业市场分析 106

一、2007年软饮料产量分析 106

二、软饮料行业市场规模分析 117

三、软饮料行业市场分布状况 118

四、健康饮料成为软饮料市场的主要推动力 118

第二节 2007年软饮料行业经济运行分析 119

一、2007年软饮料制造销售收入前十家企业 119

二、2007年软饮料制造主要经济指标分析 120

第三节 软饮料行业消费分析 165

一、消费市场规模分析 165

二、2007年消费主流分析 165

第二部分 行业细分市场分析

第五章 软饮料相关行业分析 169

第一节 水果行业分析 169

一、2007年水果生产与价格变化分析 169

二、2007年我国水果进出口贸易分析 170

第二节 蔬菜市场形势分析 177

一、2007年蔬菜生产与价格变化情况 177

二、2007年我国蔬菜出口贸易分析 179

第三节 茶叶市场分析 185

一、2007年我国茶叶总产量分析 185

二、我国茶叶出口情况 185

三、我国茶叶消费市场发展方向 187

第四节 我国奶业市场分析 187

一、奶类行业概述 187

二、2008年我国将加大力度扶持奶业 188

三、“十一五”奶业发展目标 191

第五节 食糖行业市场分析 192

一、全球食糖供应压力增加 192

二、国内食糖情况分析 192

第六节 饮料包装行业分析 195

一、饮料包装市场结构分析 195

二、国内饮料包装市场发展前景 200

三、未来饮料包装行业的趋势 202

第六章 我国软饮料行业细分市场分析 206

第一节 碳酸饮料 206

一、碳酸饮料介绍 206

二、2007年产量分析 208

三、碳酸饮料营销战解析 217

第二节 饮用水 220

一、定义及分类 220

二、2007年产量分析 221

三、饮用水的发展趋势 232

第三节 茶饮料 237

一、茶饮料市场现状分析 237

二、茶饮料行业的特点 240

三、茶饮料的发展趋势	241
第四节 果汁饮料	244
一、行业发展概况	244
二、2007年产量分析	245
三、2007年果汁饮料市场分析	256
四、我国果汁饮料市场未来发展方向	257
第五节 含乳饮料	260
一、2007年产量分析	260
二、2007年含乳饮料市场分析	270
三、含乳饮料创新分析	272
第六节 功能饮料	273
一、功能饮料概况	273
二、2007年功能饮料市场分析	274
三、2007年功能饮料遭遇标准“拦路虎”	276
四、2008年发展趋势	278
第七节 固体饮料	279
一、定义及配料	279
二、发展方向	281

第三部分 行业营销及竞争格局分析

第七章 2007年软饮料行业营销分析 285

第一节 2007年软饮料营销渠道分析 285

一、软饮料渠道拓展策略分析 285

二、软饮料渠道整合分析 291

三、软饮料渠道整合分析 293

第二节 2007年软饮料营销策略分析 294

一、饮料产品营销要素分解 294

二、软饮料行业推广策略分析 298

三、可口可乐营销策略分析 301

四、王老吉营销策略分析 306

第三节 饮料营销策略创新分析 311

一、产品创新 311

二、战略创新 312

三、二类市场营销划分 313

第八章 2007年软饮料市场竞争格局分析 315

第一节 2007年软饮料竞争环境分析 315

一、软饮料行业竞争分析 315

二、软饮料竞争动态分析 318

三、软饮料市场格局分析 319

第二节 饮用水市场竞争格局分析 322

一、2007年饮用水市场竞争态势 322

二、饮用水市场新格局分析 324

三、饮用水市场竞争日趋激烈 329

第三节 碳酸饮料市场竞争格局分析 334

一、碳酸饮料市场竞争状况 334

二、碳酸饮料企业品牌竞争情况 336

第四节 果汁饮料市场竞争格局分析 340

一、果汁主要品牌竞争手段分析 340

二、我国果汁饮料业差异化竞争将加剧 341

第五节 茶饮料市场竞争格局分析 342

一、我国茶饮料行业市场竞争态势分析 342

二、2007年茶饮料市场竞争再度升级 343

第九章 著名软饮料企业分析 353

第一节 可口可乐公司 353

一、公司简介 353

二、公司经营模式 354

三、公司动态 366

第二节 百事可乐公司 367

一、公司概况 367

二、公司在中国概况 369

三、公司经营模式 370

第三节 台湾统一企业集团 377

一、公司概况	377
二、经营理念	379
第四节 康师傅(台湾顶新集团)	379
一、公司概况	379
二、公司品牌策略	380
第五节 北京汇源饮料食品有限公司	382
一、公司概况	382
二、公司概况	383
第六节 娃哈哈集团	387
一、公司概况	387
二、发展策略	388
三、公司动态	390
第七节 农夫山泉股份有限公司	391
一、公司概况	391
二、公司市场策略	393
三、公司动态	397
第八节 广州王老吉药业股份有限公司	399
一、公司概况	399
二、公司发展规划	400
第九节 内蒙古蒙牛乳业(集团)股份有限公司	400
一、公司概况	400
二、文化营销策略	402
三、公司动态	405
第十节 内蒙古伊利实业集团股份有限公司	409
一、公司概况	409
二、2007年公司财务经营状况	425
三、公司动态	429

第四部分 行业发展趋势及投资分析

第十章 软饮料行业发展趋势 431

第一节 饮料行业的发展趋势 431

一、我国饮料行业多元化格局趋势分析 431

二、“十一五”期间饮料业发展潜力巨大	435
三、“十一五”期间饮料行业的发展目标	436
四、2010年饮料市场销售规模预测	439
第二节 我国软饮料行业发展趋势	440
一、企业动态驱动品牌态势	440
二、市场品牌格局变动趋势	443
三、市场营销新走向	445

第十一章 软饮料行业投资分析 450

第一节 我国软饮料行业SWOT分析 450

一、劣势/威胁点 450

二、优势/机会点 455

第二节 我国软饮料行业投资要点 460

一、软饮料行业投资竞争者分析 460

二、软饮料行业投资规模分析 460

第三节 我国软饮料行业进入壁垒分析 461

一、投资法律法规分析 461

二、投资方式分析 461

图表目录

图表：软饮料的分类	15
图表：2001-2007年社会消费品零售总额走势图	16
图表：2007年各月社会消费品零售总额走势图	17
图表：2007年1月居民消费价格分类指数分析	18
图表：2007年2月居民消费价格分类指数分析	19
图表：2007年3月居民消费价格分类指数分析	20
图表：2007年4月居民消费价格分类指数分析	20
图表：2007年5月居民消费价格分类指数分析	21
图表：2007年6月居民消费价格分类指数分析	21
图表：2007年7月居民消费价格分类指数分析	22
图表：2007年8月居民消费价格分类指数分析	22
图表：2007年9月居民消费价格分类指数分析	23

图表：2007年10月居民消费价格分类指数分析	23
图表：2007年11月居民消费价格分类指数分析	24
图表：2003-2007年7月我国CPI增长与PPI的两波增长比较	25
图表：1979-2007年我国GDP缩减指数和CPI年度增长率变化趋势	25
图表：1981-2007年我国GDP增长与投资 and 消费增长的周期关系	26
图表：2007年2月饮料制造业销售收入前十家企业	41
图表：2007年5月饮料制造业销售收入前十家企业	41
图表：2007年8月饮料制造业销售收入前十家企业	42
图表：2007年1-8月饮料制造业主要经济指标全国合计	42
图表：2007年1-8月饮料制造业主要经济指标北京市合计	43
图表：2007年1-8月饮料制造业主要经济指标天津市合计	45
图表：2007年1-8月饮料制造业主要经济指标河北省合计	46
图表：2007年1-8月饮料制造业主要经济指标山西省合计	48
图表：2007年1-8月饮料制造业主要经济指标内蒙古合计	49
图表：2007年1-8月饮料制造业主要经济指标辽宁省合计	50
图表：2007年1-8月饮料制造业主要经济指标吉林省合计	52
图表：2007年1-8月饮料制造业主要经济指标黑龙江合计	53
图表：2007年1-8月饮料制造业主要经济指标上海市合计	55
图表：2007年1-8月饮料制造业主要经济指标江苏省合计	56
图表：2007年1-8月饮料制造业主要经济指标浙江省合计	57
图表：2007年1-8月饮料制造业主要经济指标安徽省合计	59
图表：2007年1-8月饮料制造业主要经济指标福建省合计	60
图表：2007年1-8月饮料制造业主要经济指标江西省合计	62
图表：2007年1-8月饮料制造业主要经济指标山东省合计	63
图表：2007年1-8月饮料制造业主要经济指标河南省合计	64
图表：2007年1-8月饮料制造业主要经济指标湖北省合计	66
图表：2007年1-8月饮料制造业主要经济指标湖南省合计	67
图表：2007年1-8月饮料制造业主要经济指标广东省合计	69
图表：2007年1-8月饮料制造业主要经济指标广西区合计	70
图表：2007年1-8月饮料制造业主要经济指标海南省合计	71
图表：2007年1-8月饮料制造业主要经济指标重庆市合计	73
图表：2007年1-8月饮料制造业主要经济指标四川省合计	74

图表：2007年1-8月饮料制造业主要经济指标贵州省合计	76
图表：2007年1-8月饮料制造业主要经济指标云南省合计	77
图表：2007年1-8月饮料制造业主要经济指标西藏区合计	78
图表：2007年1-8月饮料制造业主要经济指标陕西省合计	80
图表：2007年1-8月饮料制造业主要经济指标甘肃省合计	81
图表：2007年1-8月饮料制造业主要经济指标青海省合计	83
图表：2007年1-8月饮料制造业主要经济指标宁夏区合计	84
图表：2007年1-8月饮料制造业主要经济指标新疆区合计	85
图表：2007年2-10月软饮料产量全国合计	106
图表：2007年2-10月软饮料产量北京市合计	106
图表：2007年2-10月软饮料产量天津市合计	107
图表：2007年2-10月软饮料产量河北省合计	107
图表：2007年2-10月软饮料产量山西省合计	107
图表：2007年2-10月软饮料产量辽宁省合计	108
图表：2007年2-10月软饮料产量吉林省合计	108
图表：2007年2-10月软饮料产量黑龙江合计	108
图表：2007年2-10月软饮料产量上海市合计	109
图表：2007年2-10月软饮料产量江苏省合计	109
图表：2007年2-10月软饮料产量浙江省合计	109
图表：2007年2-10月软饮料产量安徽省合计	110
图表：2007年2-10月软饮料产量福建省合计	110
图表：2007年2-10月软饮料产量江西省合计	110
图表：2007年2-10月软饮料产量山东省合计	111
图表：2007年2-10月软饮料产量河南省合计	111
图表：2007年2-10月软饮料产量湖北省合计	111
图表：2007年2-10月软饮料产量湖南省合计	112
图表：2007年2-10月软饮料产量广东省合计	112
图表：2007年2-10月软饮料产量广西区合计	112
图表：2007年2-10月软饮料产量海南省合计	113
图表：2007年2-10月软饮料产量重庆市合计	113
图表：2007年2-10月软饮料产量四川省合计	113
图表：2007年2-10月软饮料产量贵州省合计	114

图表：2007年2-10月软饮料产量云南省合计	114
图表：2007年2-10月软饮料产量陕西省合计	114
图表：2007年2-10月软饮料产量甘肃省合计	115
图表：2007年2-10月软饮料产量新疆区合计	115
图表：2007年2-10月软饮料产量宁夏区合计	115
图表：2007年2-10月软饮料产量内蒙古合计	116
图表：2007年2-10月软饮料产量青海省合计	116
图表：2007年2-10月软饮料产量西藏区合计	116
图表：2007年2月软饮料制造销售收入前十家企业	119
图表：2007年5月软饮料制造销售收入前十家企业	119
图表：2007年8月软饮料制造销售收入前十家企业	119
图表：2007年1-8月软饮料制造主要经济指标全国合计	120
图表：2007年1-8月软饮料制造主要经济指标北京市合计	121
图表：2007年1-8月软饮料制造主要经济指标天津市合计	123
图表：2007年1-8月软饮料制造主要经济指标河北省合计	124
图表：2007年1-8月软饮料制造主要经济指标山西省合计	126
图表：2007年1-8月软饮料制造主要经济指标内蒙古合计	127
图表：2007年1-8月软饮料制造主要经济指标辽宁省合计	128
图表：2007年1-8月软饮料制造主要经济指标吉林省合计	130
图表：2007年1-8月软饮料制造主要经济指标黑龙江合计	131
图表：2007年1-8月软饮料制造主要经济指标上海市合计	133
图表：2007年1-8月软饮料制造主要经济指标江苏省合计	134
图表：2007年1-8月软饮料制造主要经济指标浙江省合计	135
图表：2007年1-8月软饮料制造主要经济指标安徽省合计	137
图表：2007年1-8月软饮料制造主要经济指标福建省合计	138
图表：2007年1-8月软饮料制造主要经济指标江西省合计	140
图表：2007年1-8月软饮料制造主要经济指标山东省合计	141
图表：2007年1-8月软饮料制造主要经济指标河南省合计	142
图表：2007年1-8月软饮料制造主要经济指标湖北省合计	144
图表：2007年1-8月软饮料制造主要经济指标湖南省合计	145
图表：2007年1-8月软饮料制造主要经济指标广东省合计	147
图表：2007年1-8月软饮料制造主要经济指标广西区合计	148

图表：2007年1-8月软饮料制造主要经济指标海南省合计	149
图表：2007年1-8月软饮料制造主要经济指标重庆市合计	151
图表：2007年1-8月软饮料制造主要经济指标四川省合计	152
图表：2007年1-8月软饮料制造主要经济指标贵州省合计	154
图表：2007年1-8月软饮料制造主要经济指标云南省合计	155
图表：2007年1-8月软饮料制造主要经济指标西藏区合计	156
图表：2007年1-8月软饮料制造主要经济指标陕西省合计	158
图表：2007年1-8月软饮料制造主要经济指标甘肃省合计	159
图表：2007年1-8月软饮料制造主要经济指标青海省合计	161
图表：2007年1-8月软饮料制造主要经济指标宁夏区合计	162
图表：2007年1-8月软饮料制造主要经济指标新疆区合计	163
图表：2007年各软饮料的市场对比	166
图表：2007年第三季度水果批发价格（全国平均价）	170
图表：2007年1-9月我国水果出口情况	171
图表：2007年1-9月我国水果出口分省	171
图表：2007年1-9月我国水果出口分国别	172
图表：2007年1-9月我国水果进口分国别	173
图表：2007年1-9月我国与东盟水果贸易分国别	173
图表：2004-2007年荔枝批发价格	174
图表：2004-2007年蜜桔批发价格	174
图表：2004-2007年甜橙批发价格	174
图表：2004-2007年鸭梨批发价格	175
图表：2004-2007年国光苹果批发价格	175
图表：2004-2007年富士苹果批发价格	175
图表：2004-2007年香蕉批发价格	176
图表：2004-2007年菠萝批发价格	176
图表：2004-2007年龙眼批发价格	176
图表：2004-2007年芒果批发价格	177
图表：2003-2007年9月我国蔬菜批发价格指数	178
图表：2007年第三季度蔬菜批发价格（全国平均价）	178
图表：2007年1-9月我国蔬菜出口分品种	179
图表：2007年1-9月我国蔬菜出口分省	180

图表：2007年1-9月我国蔬菜出口分地区	180
图表：2004-2007年我国大白菜批发价格	181
图表：2004-2007年我国洋白菜批发价格	181
图表：2004-2007年我国土豆批发价格	181
图表：2004-2007年我国胡萝卜批发价格	182
图表：2004-2007年我国黄瓜批发价格	182
图表：2004-2007年我国西红柿批发价格	182
图表：2004-2007年我国大蒜批发价格	183
图表：2004-2007年我国生姜批发价格	183
图表：2004-2007年我国芹菜批发价格	183
图表：2004-2007年我国豆角批发价格	184
图表：2004-2007年我国青椒批发价格	184
图表：2004-2007年我国葱头批发价格	184
图表：2007年2-10月碳酸饮料产量全国合计	208
图表：2007年2-10月碳酸饮料产量北京市合计	208
图表：2007年2-10月碳酸饮料产量天津市合计	209
图表：2007年2-10月碳酸饮料产量河北省合计	209
图表：2007年2-10月碳酸饮料产量山西省合计	209
图表：2007年2-10月碳酸饮料产量辽宁省合计	210
图表：2007年2-10月碳酸饮料产量吉林省合计	210
图表：2007年2-10月碳酸饮料产量黑龙江合计	210
图表：2007年2-10月碳酸饮料产量上海市合计	211
图表：2007年2-10月碳酸饮料产量江苏省合计	211
图表：2007年2-10月碳酸饮料产量浙江省合计	211
图表：2007年2-10月碳酸饮料产量安徽省合计	212
图表：2007年2-10月碳酸饮料产量福建省合计	212
图表：2007年2-10月碳酸饮料产量江西省合计	212
图表：2007年2-10月碳酸饮料产量山东省合计	213
图表：2007年2-10月碳酸饮料产量河南省合计	213
图表：2007年2-10月碳酸饮料产量湖北省合计	213
图表：2007年2-10月碳酸饮料产量广东省合计	214
图表：2007年2-10月碳酸饮料产量广西区合计	214

图表：2007年2-10月碳酸饮料产量海南省合计	214
图表：2007年2-10月碳酸饮料产量重庆市合计	215
图表：2007年2-10月碳酸饮料产量四川省合计	215
图表：2007年2-10月碳酸饮料产量云南省合计	215
图表：2007年2-10月碳酸饮料产量陕西省合计	216
图表：2007年2-10月碳酸饮料产量甘肃省合计	216
图表：2007年2-10月碳酸饮料产量新疆区合计	216
图表：2007年2-10月碳酸饮料产量内蒙古合计	217
图表：2007年2-10月瓶（罐）装饮用水产量全国合计	221
图表：2007年2-10月瓶（罐）装饮用水产量北京市合计	221
图表：2007年2-10月瓶（罐）装饮用水产量天津市合计	221
图表：2007年2-10月瓶（罐）装饮用水产量河北省合计	222
图表：2007年2-10月瓶（罐）装饮用水产量山西省合计	222
图表：2007年2-10月瓶（罐）装饮用水产量辽宁省合计	222
图表：2007年2-10月瓶（罐）装饮用水产量吉林省合计	223
图表：2007年2-10月瓶（罐）装饮用水产量黑龙江合计	223
图表：2007年2-10月瓶（罐）装饮用水产量上海市合计	223
图表：2007年2-10月瓶（罐）装饮用水产量江苏省合计	224
图表：2007年2-10月瓶（罐）装饮用水产量浙江省合计	224
图表：2007年2-10月瓶（罐）装饮用水产量安徽省合计	225
图表：2007年2-10月瓶（罐）装饮用水产量福建省合计	225
图表：2007年2-10月瓶（罐）装饮用水产量江西省合计	225
图表：2007年2-10月瓶（罐）装饮用水产量山东省合计	226
图表：2007年2-10月瓶（罐）装饮用水产量河南省合计	226
图表：2007年2-10月瓶（罐）装饮用水产量湖北省合计	226
图表：2007年2-10月瓶（罐）装饮用水产量湖南省合计	227
图表：2007年2-10月瓶（罐）装饮用水产量广东省合计	227
图表：2007年2-10月瓶（罐）装饮用水产量广西区合计	227
图表：2007年2-10月瓶（罐）装饮用水产量海南省合计	228
图表：2007年2-10月瓶（罐）装饮用水产量重庆市合计	228
图表：2007年2-10月瓶（罐）装饮用水产量四川省合计	228
图表：2007年2-10月瓶（罐）装饮用水产量贵州省合计	229

图表：2007年2-10月瓶（罐）装饮用水产量云南省合计	229
图表：2007年2-10月瓶（罐）装饮用水产量陕西省合计	229
图表：2007年2-10月瓶（罐）装饮用水产量甘肃省合计	230
图表：2007年2-10月瓶（罐）装饮用水产量新疆区合计	230
图表：2007年2-10月瓶（罐）装饮用水产量宁夏区合计	230
图表：2007年2-10月瓶（罐）装饮用水产量内蒙古合计	231
图表：2007年2-10月瓶（罐）装饮用水产量青海省合计	231
图表：2007年2-10月瓶（罐）装饮用水产量西藏区合计	231
图表：2007年2-10月果汁及果汁饮料产量全国合计	245
图表：2007年2-10月果汁及果汁饮料产量北京市合计	246
图表：2007年2-10月果汁及果汁饮料产量天津市合计	246
图表：2007年2-10月果汁及果汁饮料产量河北省合计	246
图表：2007年2-10月果汁及果汁饮料产量山西省合计	247
图表：2007年2-10月果汁及果汁饮料产量辽宁省合计	247
图表：2007年2-10月果汁及果汁饮料产量吉林省合计	248
图表：2007年2-10月果汁及果汁饮料产量黑龙江合计	248
图表：2007年2-10月果汁及果汁饮料产量上海市合计	248
图表：2007年2-10月果汁及果汁饮料产量江苏省合计	249
图表：2007年2-10月果汁及果汁饮料产量浙江省合计	249
图表：2007年2-10月果汁及果汁饮料产量安徽省合计	249
图表：2007年2-10月果汁及果汁饮料产量福建省合计	250
图表：2007年2-10月果汁及果汁饮料产量江西省合计	250
图表：2007年2-10月果汁及果汁饮料产量山东省合计	250
图表：2007年2-10月果汁及果汁饮料产量河南省合计	251
图表：2007年2-10月果汁及果汁饮料产量湖北省合计	251
图表：2007年2-10月果汁及果汁饮料产量湖南省合计	251
图表：2007年2-10月果汁及果汁饮料产量广东省合计	252
图表：2007年2-10月果汁及果汁饮料产量广西区合计	252
图表：2007年2-10月果汁及果汁饮料产量海南省合计	252
图表：2007年2-10月果汁及果汁饮料产量重庆市合计	253
图表：2007年2-10月果汁及果汁饮料产量四川省合计	253
图表：2007年2-10月果汁及果汁饮料产量贵州省合计	253

图表：2007年2-10月果汁及果汁饮料产量云南省合计	254
图表：2007年2-10月果汁及果汁饮料产量陕西省合计	254
图表：2007年2-10月果汁及果汁饮料产量甘肃省合计	254
图表：2007年2-10月果汁及果汁饮料产量新疆区合计	255
图表：2007年2-10月果汁及果汁饮料产量宁夏区合计	255
图表：2007年2-10月果汁及果汁饮料产量内蒙古合计	255
图表：2007年2-10月液体乳饮料产量全国合计	260
图表：2007年2-10月液体乳饮料产量北京市合计	260
图表：2007年2-10月液体乳饮料产量天津市合计	260
图表：2007年2-10月液体乳饮料产量河北省合计	261
图表：2007年2-10月液体乳饮料产量山西省合计	261
图表：2007年2-10月液体乳饮料产量辽宁省合计	262
图表：2007年2-10月液体乳饮料产量吉林省合计	262
图表：2007年2-10月液体乳饮料产量黑龙江合计	262
图表：2007年2-10月液体乳饮料产量上海市合计	263
图表：2007年2-10月液体乳饮料产量江苏省合计	263
图表：2007年2-10月液体乳饮料产量浙江省合计	263
图表：2007年2-10月液体乳饮料产量安徽省合计	264
图表：2007年2-10月液体乳饮料产量福建省合计	264
图表：2007年2-10月液体乳饮料产量江西省合计	264
图表：2007年2-10月液体乳饮料产量山东省合计	265
图表：2007年2-10月液体乳饮料产量河南省合计	265
图表：2007年2-10月液体乳饮料产量湖北省合计	265
图表：2007年2-10月液体乳饮料产量湖南省合计	266
图表：2007年2-10月液体乳饮料产量广东省合计	266
图表：2007年2-10月液体乳饮料产量广西区合计	266
图表：2007年2-10月液体乳饮料产量海南省合计	267
图表：2007年2-10月液体乳饮料产量重庆市合计	267
图表：2007年2-10月液体乳饮料产量四川省合计	267
图表：2007年2-10月液体乳饮料产量贵州省合计	268
图表：2007年2-10月液体乳饮料产量云南省合计	268
图表：2007年2-10月液体乳饮料产量陕西省合计	268

图表：2007年2-10月液体乳饮料产量甘肃省合计	269
图表：2007年2-10月液体乳饮料产量新疆区合计	269
图表：2007年2-10月液体乳饮料产量宁夏区合计	269
图表：2007年2-10月液体乳饮料产量内蒙古合计	270
图表：2007年2-10月液体乳饮料产量青海省合计	270
图表：固体饮料配料表	279
图表：统一企业成长历程图	378
图表：伊利未来将要投资的乳品项目	412
图表：2004-2009年伊利原奶加工量及预期	412
图表：伊利新增产能及其他新增项目收入预测	413
图表：乳品产业链条示意图	414
图表：UHT奶及利乐包乳饮料的成本构成	414
图表：其他乳品成本构成	415
图表：2004-2009年伊利原奶全国平均收购价格走势及预测	416
图表：2006年11月全国大中城市居民各种奶及奶制品消费比例	417
图表：2006年11月居民人均奶及奶制品消费水平前十名城市	417
图表：乳品消费前十大城市当地强势品牌	417
图表：2006年我国奶粉消费人群比例	419
图表：2007-2008年伊利股份未来两年业务趋势预测	421
图表：2006-2008年内蒙古伊利实业集团股份有限公司主营收入预测	422
图表：2005-2007年上半年全国乳品行业前五位销售收入的变动情况	422
图表：2007-2008年内蒙古伊利实业集团股份有限公司盈利预测	423
图表：2000-2006年内蒙古伊利实业集团股份有限公司主要财务指标分析	424
图表：2006-2007年上半年内蒙古伊利实业集团股份有限公司乳品业务收入、成本和毛利率变化情况	424
图表：2007年二季度内蒙古伊利实业集团股份有限公司主营业务构成图	425
图表：2007年三季度内蒙古伊利实业集团股份有限公司利润总额构成图	425
图表：2007年二季度内蒙古伊利实业集团股份有限公司主营构成表	425
图表：2007年一、二、三季度内蒙古伊利实业集团股份有限公司每股指标	426
图表：2007年一、二、三季度内蒙古伊利实业集团股份有限公司获利能力表	426
图表：2007年一、二、三季度内蒙古伊利实业集团股份有限公司经营能力表	427
图表：2007年一、二、三季度内蒙古伊利实业集团股份有限公司偿债能力表	427

图表：2007年一、二、三季度内蒙古伊利实业集团股份有限公司资本结构表	427
图表：2007年一、二、三季度内蒙古伊利实业集团股份有限公司发展能力表	427
图表：2007年一、二、三季度内蒙古伊利实业集团股份有限公司现金流量分析表	428
图表：2007年一、二、三季度内蒙古伊利实业集团股份有限公司利润分配表	428

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/40575.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。