



艾凯咨询
ICAN Consulting

2007—2010年中国固体饮料 行业投资价值决策咨询及行业竞 争力调查市场分析及发展趋势研

一、调研说明

《2007—2010年中国固体饮料行业投资价值决策咨询及行业竞争力调查市场分析及发展趋势研》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/40599.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

固体饮料是指以糖（或不加糖）、果汁（或不加果汁）、植物抽提物及其他配料为原料，加工制成粉末状、颗粒状或块状的经冲溶后饮用的制品。固体饮料也指水分含量在3%以下，具有一定形状，须经冲溶后才可饮用的颗粒状、鳞片状或粉末状的饮料。

目前我国固体饮料的消费主要集中于咖啡、果香型固体饮料、蛋白型固体饮料、其他型固体饮料。随着固体饮料市场的发展，在各细分领域中，竞争格局逐步显现：咖啡固体饮料（雀巢、麦斯威尔、捷荣）奶茶（立顿、香约、香飘飘、唐纳滋）果汁冲剂（雀巢等）等多元化的竞争格局。

在消费趋势方面，近年来，固体饮料正朝着营养化、功能化方向发展，富含功能因子的功能性饮料的市场需求越来越大。我国流行的多是健身强体的固体饮料，国外则流行各种运动饮料和为患者配制的氨基酸饮料、蛋白质饮料以及多糖类饮料等。

未来几年，我国固体饮料市场将受到果汁饮料、茶饮料、碳酸饮料等替代品的冲击，市场内的竞争将更为激烈，这将要求固体饮料生产企业加快对新产品的开发与推广，进一步扩大消费群体，继续培养消费者消费理念。

【 目录 】

第一部分 固体饮料行业运行情况	8
第一章 中国固体饮料行业企业概况	8
第一节 企业性质分析	9
第二节 企业规模分析	10
第三节 企业区域分布	11
第二章 2005-2007年中国固体饮料行业生产情况	12
第一节 中国固体饮料行业总产量	13
第二节 中国固体饮料行业区域特征分析	14

第三节 不同规模企业产量 15

第三章 2005-2007年中国固体饮料行业销售情况 16

第一节 中国都制品行业销售规模变动轨迹 17

第二节 中国固体饮料区域特征分析 18

第三节 中国固体饮料行业中不同规模企业销售额 19

第四章 固体饮料进出口情况 20

第一节 固体饮料进出口总量 21

第二节 固体饮料进出口结构 22

第五章 固体饮料细分产品产销情况 23

第一节 果香型固体饮料 24

第二节 蛋白型固体饮料 25

第三节 咖啡固体饮料 26

第四节 其它型固体饮料 27

第二部分 行业竞争情况分析 28

第六章 上游原料行业议价能力 28

第一节 上游原材料供应量 29

一、 2005-2007年固体饮料主要原料产量 30

二、 主要原材料区域分布 31

三、 2005-2007年主要原材料进出口总量 32

第二节 原材料价格 33

一、 近年我国固体饮料主要原料产品的价格变动趋势 34

二、 不同地区固体饮料主要原料产品价格 35

第三节 原材料供应商议价能力 36

一、 中国固体饮料主要原料产品的供求对比 37

二、 原材料行业与固体饮料行业的议价能力 38

第七章 下游行业议价能力 39

第一节 固体饮料消费总量分析 40

一、	2005-2007年固体饮料消费总量	41
二、	重点地区消费量分析	42
三、	固体饮料消费结构	43
第二节 固体饮料消费影响因素		44
一、	产品质量因素	45
二、	产品价格因素	46
三、	渠道因素	47
四、	品牌因素	48
五、	包装因素	49
第三节 固体饮料的主要渠道分析		50
一、	便利店	51
二、	批发商	52
三、	超市、大卖场	53
四、	出口贸易	54
第四节 下游议价能力综述（消费者、经销商）		55

第八章 固体饮料厂商竞争分析 56

第一节 国内固体饮料市场竞争主体 57

一、	中小固体饮料加工企业	58
二、	固体饮料加工集团	59

第二节 固体饮料企业之间的竞争程度 60

一、	行业集中度	61
二、	产品差异化程度	62
三、	不同竞争主体的盈利对比	63
四、	重点地区固体饮料竞争格局	64
五、	不同种类产品竞争格局	65

第三节 固体饮料企业竞争因素分析 66

一、	原料采购与制造	67
二、	市场营销	68
三、	品牌竞争	69

第四节 固体饮料企业竞争行为总结 70

第九章 固体饮料潜在进入者威胁 71

第一节 固体饮料行业进入壁垒 72

一、 市场准入机制 73

二、 市场竞争状况 74

三、 渠道资源问题 75

第二节 新进入者主要群体竞争力 76

一、 中小固体饮料加工企业 77

二、 固体饮料加工集团 78

第三节 新进入者将对市场的影响 79

一、 供求关系 80

二、 竞争激烈程度 81

第十章 固体饮料替代产品的发展 82

第一节 固体饮料的替代品发展 83

一、 茶饮料 84

二、 碳酸饮料 85

三、 纯净水 86

四、 果汁饮料 87

第二节 替代品发展对固体饮料市场的影响 88

第三节 针对替代品影响提出的改进策略 89

第三部分 行业内重点企业分析 90

第十一章 雀巢 91

第一节 公司基本概况 91

一、 企业组织结构 91

二、 企业业务结构 92

三、 企业发展理念 93

第二节 公司经营情况 94

一、 2005-2007年公司产销情况 94

二、 公司财务指标分析 95

第三节 公司未来发展规划及发展前景分析 96

一、 企业发展战略规划 96

二、 企业发展前景 97

第十二章 维维集团 98

第一节 公司基本概况 98

- 一、 企业组织结构 98
- 二、 企业业务结构 99
- 三、 企业发展理念 100

第二节 公司经营情况 101

- 一、 2005-2007年公司产销情况 101
- 二、 公司财务指标分析 102

第三节 公司未来发展规划及发展前景分析 103

- 一、 企业发展战略规划 103
- 二、 企业发展前景 104

第十三章 高乐高 105

第一节 公司基本概况 105

- 一、 企业组织结构 105
- 二、 企业业务结构 106
- 三、 企业发展理念 107

第二节 公司经营情况 108

- 一、 2005-2007年公司产销情况 108
- 二、 公司财务指标分析 109

第三节 公司未来发展规划及发展前景分析 110

- 一、 企业发展战略规划 110
- 二、 企业发展前景 111

第十四章 卡夫天美食品 112

第一节 公司基本概况 112

- 一、 企业组织结构 112
- 二、 企业业务结构 113
- 三、 企业发展理念 114

第二节 公司经营情况 115

一、	2005-2007年公司产销情况	115
二、	公司财务指标分析	116
第三节	公司未来发展规划及发展前景分析	117
一、	企业发展战略规划	117
二、	企业发展前景	118

第十五章 上海英联食品 119

第一节 公司基本概况 119

一、	企业组织结构	119
二、	企业业务结构	120
三、	企业发展理念	121

第二节 公司经营情况 122

一、	2005-2007年公司产销情况	122
二、	公司财务指标分析	123
第三节	公司未来发展规划及发展前景分析	124
一、	企业发展战略规划	124
二、	企业发展前景	125

第十六章 大闽食品（漳州）有限公司 126

第一节 公司基本概况 126

一、	企业组织结构	126
二、	企业业务结构	127
三、	企业发展理念	128

第二节 公司经营情况 129

一、	2005-2007年公司产销情况	129
二、	公司财务指标分析	130
第三节	公司未来发展规划及发展前景分析	131
一、	企业发展战略规划	131
二、	企业发展前景	132

第三部分 行业发展前景分析 133

第十七章 固体饮料行业发展外部环境分析 134

第一节 中国固体饮料所处的政策环境	135
一、中国饮料行业“十一五”发展规划	136
二、中国固体饮料贸易政策	137
第二节 中国固体饮料行业所处的经济环境	138
一、2008年中国经济走势	139
二、居民食品消费支出	140

第十八章 固体饮料行业发展趋势预测 141

第一节 固体饮料市场预测 142

一、2008-2010年中国固体饮料生产规模预测	143
二、2008-2010年中国固体饮料销售规模预测	144
三、固体饮料产品结构预测	145
四、2008-2010年固体饮料贸易情况	146

第二节 固体饮料行业发展趋势预测 147

一、固体饮料消费需求动向	148
二、固体饮料行业生命周期分析	149
三、固体饮料制造技术动向	150
四、固体饮料品牌发展趋势	151
五、固体饮料行业竞争趋势分析	152

第十九章 固体饮料企业经营策略及报告总结 153

第一节 固体饮料企业经营策略 154

一、品牌策略	155
二、营销策略	156
三、产品策略	157

第二节 报告总结 158

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/40599.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。