



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2008年中国碳酸饮料市场研究预测报告

## 一、调研说明

《2008年中国碳酸饮料市场研究预测报告》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/40624.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

### 第一部分 行业现状 1

#### 第一章 碳酸饮料的定义及分类 2

##### 1.1 碳酸饮料的定义 2

##### 1.2 碳酸饮料的分类 2

#### 第二章 全国碳酸饮料产品产量及变化趋势分析预测 4

##### 2.1 历史数据统计 4

##### 2.2 变化趋势分析 7

##### 2.3 生产企业分析 8

### 第二部分 华北地区 12

#### 第三章 北京市碳酸饮料产量及变化趋势分析预测 13

##### 3.1 历史数据统计 13

##### 3.2 变化趋势分析 15

##### 3.3 2007年产量预测 15

#### 第四章 天津市碳酸饮料产品产量变化趋势分析预测 17

##### 4.1 历史数据统计 17

##### 4.2 变化趋势分析 19

##### 4.3 2007年产量预测 19

### 第三部分 华东地区 20

#### 第五章 江苏省碳酸饮料产品产量变化趋势分析预测 21

##### 5.1 历史数据统计 21

##### 5.2 变化趋势分析 23

##### 5.3 2007年产量预测 23

#### 第六章 上海市碳酸饮料产品产量变化趋势分析预测 25

##### 6.1 历史数据统计 25

##### 6.2 变化趋势分析 27

##### 6.3 2007年产量预测 27

第四部分 华南地区	29
第七章 广东省碳酸饮料产品产量变化趋势分析预测	30
7.1 历史数据统计	30
7.2 变化趋势分析	31
7.3 2007 产量预测	32
第八章 海南省碳酸饮料产品产量变化趋势分析预测	33
8.1 历史数据统计	33
8.2 变化趋势分析	35
8.3 2007 产量预测	35
第四部分 华中地区	37
第九章 河南省碳酸饮料产量及变化趋势分析预测	38
9.1 历史数据统计	38
9.2 变化趋势分析	40
9.3 2007 产量预测	40
第十章 湖北省碳酸饮料产量及变化趋势分析预测	41
10.1 历史数据统计	41
10.2 变化趋势分析	43
10.3 2007 产量预测	43
第五部分 西南地区	44
第十一章 四川省碳酸饮料产量统计	45
11.1 历史数据统计	45
11.2 变化趋势分析	47
11.3 2007 产量预测	47
第六部分 西北地区	48
第十二章 陕西省碳酸饮料产量统计	49
12.1 历史数据统计	49
12.2 变化趋势分析	51
12.3 2007 产量预测	51
第十三章 内蒙古碳酸饮料产量	52
13.1 历史数据统计	52

第七部分 行业环境	54
第十四章 碳酸饮料价格分析	55
第十五章 消费环境分析	57
第十六章 中国饮料市场营销环境分析	82
16.1 销售渠道模式分析	82
16.1.1 传统销售渠道模式	82
16.1.2 销售渠道的变化模式	84
16.1.3 软饮料销售渠道选择的依据	86
16.1.4 软饮料企业的渠道整合	87
16.2 饮料销售终端策略	88
16.2.1 终端营销的战略优势	88
16.2.2 经销商选择和机构设置	90
16.2.3 市场铺货及产品陈列	91
16.3 新进企业产品推广策略	97
16.3.1 差异化营销策略	97
16.3.2 产品试销	101
16.4 销售渠道建设经典案例分析	105
16.4.1 “酷儿”的整合营销传播策略	105
16.4.2 农夫果园--以差异化营销切入果汁饮料市场	110
16.4.3 平常渠道非常控制--娃哈哈集团营销案例	116
16.5 中国饮料行业营销发展趋势	124
16.5.1 同质化产品延伸竞争愈发激励	124
16.5.2 聚焦营销备受重视	126
16.5.3 精细化营销成为营销时尚	129
16.5.4 现代通路争夺战空前激烈	131
第十七章 中国经济环境分析	134
17.1 2007年1-6月经济运行情况分析	134
17.1.1 2007年上半年全社会固定资产投资变化趋势分析	134
17.1.2 工业企业增加值变化趋势分析	136
17.1.3 社会消费品零售总额变化趋势分析	139
17.1.4 全国建筑业总产值变化趋势分析	142

17.1.5城镇单位在岗职工平均工资变化趋势分析	143
17.1.6农民人均现金收入变化趋势分析	144
17.1.72007年1-6月份全国居民消费价格	145
17.22007年二季度全国企业景气调查	148

## 图表目录

图表2-1 2003年1-12月碳酸饮料产量全国统计	4
图表2-2 2004年2-12月碳酸饮料产量全国统计	4
图表2-3 2004年1-12月份全国碳酸饮料制造业经济指标	5
图表2-4 2005年1-12月我国碳酸饮料产量	6
图表2-5 2006年1-12月我国碳酸饮料产量	6
图表2-6 2007年1-7月我国碳酸饮料产量	7
图表2-7 2006年第2季度上海市碳酸饮料监督抽查合格的产品和企业名单	8
图表2-8 2006年2季度北京市碳酸饮料产品质量监督抽查结果合格产品	9
图表2-9 2006年秋季碳酸饮料产品质量监督抽查不合格产品及企业名单	10
图表2-10 2006年12月饮料制造业收入前十家企业	11
图表3-1 2003年1-12月碳酸饮料产量北京市统计表	13
图表3-2 2004年1-12月碳酸饮料产量北京市统计表	13
图表3-3 2005年1-12月碳酸饮料产量北京市统计表	14
图表3-4 2006年1-12月碳酸饮料产量北京市统计表	14
图表3-5 2007年1-7月碳酸饮料产量北京市统计表	14
图表3-5 2007年北京市碳酸饮料行业预测	16
图表4-1 2003年1-12月碳酸饮料产量天津市统计表	17
图表4-2 2004年1-12月碳酸饮料产量天津市统计表	17
图表4-3 2005年1-12月碳酸饮料产量天津市统计表	18
图表4-4 2006年1-12月碳酸饮料产量天津市统计表	18
图表4-5 2007年1-7月碳酸饮料产量天津市统计表	18
图表4-6 2007年天津市碳酸饮料行业预测	19
图表5-1 2003年1-12月碳酸饮料产量江苏省统计表	21
图表5-2 2004年1-12月碳酸饮料产量江苏省统计表	21
图表5-3 2005年1-12月碳酸饮料产量江苏省统计表	22
图表5-4 2006年1-12月碳酸饮料产量江苏省统计表	22

图表5-5	2007年1-7月碳酸饮料产量江苏省统计表	22
图表5-6	2007年江苏省碳酸饮料行业预计	23
图表6-1	上海市2003年1-12月碳酸饮料产量统计表	25
图表6-2	上海市2004年1-12月碳酸饮料产量统计表	25
图表6-3	上海市2005年1-12月碳酸饮料产量统计表	26
图表6-4	上海市2006年1-12月碳酸饮料产量统计表	26
图表6-5	上海市2007年1-7月碳酸饮料产量统计表	27
图表6-6	2007年上海碳酸饮料行业预计	28
图表7-1	广东省2003年1-12月碳酸饮料产量统计表	30
图表7-2	广东省2004年1-12月碳酸饮料产量统计表	30
图表7-3	广东省2005年1-12月碳酸饮料产量统计表	31
图表7-4	广东省2006年1-12月碳酸饮料产量统计表	31
图表7-5	广东省2007年1-7月碳酸饮料产量统计表	31
图表7-6	2007年广东省碳酸饮料行业预计	32
图表8-1	海南省2003年1-12月碳酸饮料产量统计表	33
图表8-2	海南省2004年1-12月碳酸饮料产量统计表	33
图表8-3	海南省2005年1-12月碳酸饮料产量统计表	34
图表8-4	海南省2006年1-12月碳酸饮料产量统计表	34
图表8-5	海南省2007年1-7月碳酸饮料产量统计表	35
图表8-6	2007年海南省碳酸饮料行业预计	35
图表9-1	河南省2003年1-12月碳酸饮料产量统计表	38
图表9-2	河南省2004年1-12月碳酸饮料产量统计表	38
图表9-3	河南省2005年1-12月碳酸饮料产量统计表	39
图表9-4	河南省2006年1-12月碳酸饮料产量统计表	39
图表9-5	河南省2007年1-7月碳酸饮料产量统计表	39
图表9-6	2007年河南省碳酸饮料行业预计	40
图表10-1	湖北省2003年1-12月碳酸饮料产量统计表	41
图表10-2	湖北省2004年1-12月碳酸饮料产量统计表	41
图表10-3	湖北省2005年1-12月碳酸饮料产量统计表	42
图表10-4	湖北省2006年1-12月碳酸饮料产量统计表	42
图表10-5	湖北省2007年1-7月碳酸饮料产量统计表	42
图表10-6	2007年湖北省碳酸饮料行业预计	43

图表11-1	四川省2003年1-12月碳酸饮料产量统计表	45
图表11-2	四川省2004年1-12月碳酸饮料产量统计表	45
图表11-3	四川省2005年1-12月碳酸饮料产量统计表	46
图表11-4	四川省2006年1-12月碳酸饮料产量统计表	46
图表11-5	四川省2007年1-7月碳酸饮料产量统计表	46
图表11-6	2007年四川省碳酸饮料行业预计	47
图表12-1	陕西省2003年1-12月碳酸饮料产量统计表	49
图表12-2	陕西省2004年1-12月碳酸饮料产量统计表	49
图表12-3	陕西省2005年1-12月碳酸饮料产量统计表	50
图表12-4	陕西省2006年1-12月碳酸饮料产量统计表	50
图表12-5	陕西省2007年1-7月碳酸饮料产量统计表	50
图表12-6	2007年陕西省碳酸饮料行业预计	51
图表13-1	内蒙古2003年1-12月碳酸饮料产量统计表	52
图表13-2	内蒙古2004年1-12月碳酸饮料产量统计表	52
图表13-3	内蒙古2005年1-12月碳酸饮料产量统计表	53
图表13-4	内蒙古2006年1-12月碳酸饮料产量统计表	53
图表13-5	内蒙古2007年1-7月碳酸饮料产量统计表	53
图表15-1	碳酸饮料不同品牌提及率	57
图表15-2	碳酸饮料不同品牌广告提及率	58
图表15-3	碳酸饮料不同品牌近3个月来的购买率	58
图表15-4	喝碳酸饮料人群的年龄分布	60
图表15-5	2005-2006消费者夏季最喜欢的饮料类型	62
图表15-6	2005-2006消费者夏季饮料类型预测值与实际值对比	62
图表15-7	不同性别消费者最常购买的饮料的类型	63
图表15-8	消费者购买饮料时最重视的因素	64
图表15-9	消费者最常购买饮料的地点	65
图表15-10	最吸引消费者的饮品概念	65
图表15-11	消费者对不同饮品的三大需求	66
图表15-12	消费者最常购买的十大品牌	67
图表15-13	2007夏季饮品消费预测	70
图表15-14	2007消费者对不同饮品的三大潜在需求	70
图表15-15	2007男女消费者需求的饮料类型	71



图表15-16 北京饮料消费市场经常饮用的饮料类型	73
图表15-17 北京饮料消费市场经常饮用的饮料品牌	73
图表15-18 北京消费者对各品牌广告的印象	75
图表15-19 影响北京消费者购买因素	77
图表15-20 北京消费者购买饮料的场所	78
图表15-21 北京消费者对包装的关注	79
图表15-22 北京消费者对饮料消费价格的关注	80
图表17-1 2003-2007城镇固定资产投资趋势图	134
图表17-2 2007年1-6月份城镇固定资产投资	135
图表17-3 2007年1-6月第一、二、三产业分别完成投资	135
图表17-4 2007年1-6月工业增加值增长速度	136
图表17-5 2007年1-6月工业主要产品产量及增长速度	136
图表17-6 2007年1-6月份工业分大类行业增加值增长速度(2007年6月)	138
图表17-7 2007年1-5月城市消费品零售额	140
图表17-8 2007年1-4月批发和零售业零售额	140
图表17-9 2007年1-5月社会消费品零售总额	141
图表17-10 2007年5月社会消费品零售总额	141
图表17-11 2007年1-6月社会消费品零售总额	141
图表17-12 2007年一季度月完成建筑业总产值	142
图表17-13 2007年一季度全国城镇单位在岗职工平均工资	143
图表17-14 2007年一季度城镇居民人均可支配收入	143
图表17-15 2007年一季度城镇居民人均消费性支出	144
图表17-16 2004-2007年一季度农民人均收入现金情况	144
图表17-17 2007年1-6月份全国居民消费价格	145
图表17-18 2007年1-6月居民消费价格分类指数	146
图表17-19 企业景气指数(2007年2季度)	148
图表17-20 企业景气指数与企业家信心指数走势图	148

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/40624.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。