



艾凯咨询
ICAN Consulting

2006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

《2006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/40700.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

〔 描述 〕

前 言

本报告旨在为国内软饮料行业企业决策及有意投资软饮料行业的投资商服务，通过对国际和国内软饮料行业的现状及发展趋势的描述和分析，得出我国软饮料行业新的发展趋势，并对我国软饮料行业提出投资建议。报告并没有对软饮料行业的有关技术专题展开研究和探讨。

本报告共74页，3.2万余字，图26个，表25个，完成时间06年10月。报告分四部分，其中第一部分为第一章，主要介绍了国际软饮料行业的基本情况，包括世界软饮料的地区状况和消费特点，软饮料行业的发展趋势；第二章到第七章为第二部分，主要分析了我国软饮料行业的市场竞争状况、行业运营效益、行业需求、细分行业的发展状况及行业内重点企业的市场和产品状况；第八章到为报告的第三部分，主要分析了我国软饮料行业的发展优势以及发展趋势，并做出了预测；第九章为报告的第四部分，主要是根据上述各章的描述与分析，得出我国投资软饮料行业的建议和银行信贷的建议。

本报告的主要观点有：

近年来，世界软饮料需求连续稳定增长，特别是具有减肥、低糖、卫生、健康和功能/强化特点的饮料，越来越受到消费者的欢迎，销售量连年快速上扬。塑料瓶特别是PET瓶在软饮料包装中，应用越来越普遍。

2005年，饮料行业产销两旺，产成品、销售收入、利润和税金都比上年同期有了较大幅度增长。2005年全国共生产软饮料3380万吨，较2004年同期增长16.05%；软饮料产量逐年稳步增加，产品销售收入达到2745.95亿元，利润额达到201.13亿元。

在软饮料行业中，碳酸饮料市场属于典型的寡头垄断市场（CR4>80%），可口可乐和百事可乐处于绝对的优势地位。对于瓶装水市场，虽然其CR4也超过了50%，但品牌数量非常多，尤其是地方性小企业占到绝大多数，而规模经济的企业数量较少，行业进入壁垒并不高，因此瓶装水市场属于垄断竞争的市场结构。

2005年1-12月，软饮料行业共有企业970家，其中亏损242家，亏损比例为24.95%。亏损总额为970.694百万元，亏损额同比减少了241.903百万元。产成品总额5416.99百万元，比去年同期增加了886.851百万元。产品销售收入1048.56亿元，同比增长27.32%。行业利润总额76.373亿元，同04年的55.657亿元相比，增长了20.716亿元，增长幅度37.22%。

近几年，碳酸饮料业在产量增加的同时，企业数量逐年减少，2005年比2000年减少91家企业，而同时产量提高309万吨，说明碳酸饮料行业集中度增加，企业竞争程度更加激烈。

2005年全国饮用水企业共280家，其中亏损74家，亏损率26.43%。亏损总额达123.454百万元，同比减少了137.191百万元。行业利润额为697.917百万元，同比增长124.81%，资产负债率为58.21%。

果汁饮料市场是果蔬饮料市场的主体。果汁饮料市场卖方集中度CR4为34.69%，果汁饮料行业是垄断竞争的市场结构。

从2003年至2005年，茶饮料在中国的发展稳步提升，2003年茶饮料的市场渗透率为39%，2005年增长至46.8%，三年增长20%。目前中国茶饮料市场主要被“统一”和“康师傅”所占据，合计占有市场近60%的份额。

软饮料各子行业涉及的因素诸多，因此不能一概而论。根据对行业财务分析的结果，对于高盈利的行业可大胆进入，对于中等盈利的行业进入时须慎重考虑，建议不要进入低盈利的行业。

【 目录 】

前 言 1

目 录 3

表 题 7

图 题 8

第一章 世界软饮料市场概况 9

第一节 世界软饮料消费概况	9
(一) 矿泉水	9
(二) 碳酸饮料	10
(三) 果汁菜汁饮料	11
第二节 世界各地软饮料行业概况	11
(一) 欧洲市场	11
(二) 亚洲市场	13
(三) 美国市场	13
第三节 全球软饮料市场发展趋势	14
第二章 中国软饮料业市场概况	15
第一节 市场概况	15
第二节 市场竞争分析	16
(一) 行业集中度分析	16
(二) 竞争分析	18
第三章 软饮料行业经济运行分析	21
第一节 企业亏损情况	21
(一) 企业地区分布情况	22
(二) 亏损额地区分布情况	24
第二节 产成品及销售分析	24
第三节 行业利润与税金分析	27
(一) 行业利润地区分布	28
(二) 税金地区分布	29
第四章 软饮料业需求因素分析	31
第一节 消费结构分析	31
第二节 城镇居民收入水平分析	34
第三节 季节因素分析	35
第五章 软饮料细分行业分析(一)	37
第一节 碳酸饮料行业分析	37

(一) 历年碳酸饮料行业发展状况	37
(二) 碳酸饮料行业主要经济指标分析	38
(三) 碳酸饮料市场消费者分析	40
第二节 瓶(罐)装饮用水行业分析	42
(一) 瓶(罐)装饮用水行业现状	42
(二) 饮用水行业经济指标分析	44
(三) 饮用水市场竞争及策略	45
 第六章 软饮料细分行业分析(二)	48
第一节 果蔬饮料行业分析	48
(一) 中国果蔬饮料行业的发展和现状	48
(二) 果蔬饮料的市场竞争分析	48
(三) 果蔬饮料市场消费及预测	49
第二节 茶饮料行业分析	51
(一) 中国茶饮料行业发展现状	51
(二) 市场需求强劲	51
(三) 行业发展瓶颈	52
(四) 竞争格局	53
(五) 市场攻略	54
 第七章 软饮料业重点公司分析	56
第一节 “两乐”公司分析	56
(一) 百事公司(PepsiCo)	56
(二) 可口可乐公司(Coca-Cola Company)	57
第二节 农夫山泉股份有限公司	59
(一) 公司概况	59
(二) 产品分析	60
第三节 汇源饮料食品集团	61
(一) 汇源概况	61
(二) 产品分析	61
第四节 顶新集团	62
(一) 企业概况	62

(二) 饮料产品分析 63

第五节 统一企业 64

(一) 企业概况 64

(二) 饮料品牌分析 65

第六节 娃哈哈集团 66

(一) 公司概况 66

(二) 饮料产品分析 66

第八章 行业发展预测 68

第一节 发展优势 68

第二节 发展目标 69

第三节 发展趋势 69

第四节 从消费者形态看饮料行业发展机会 70

第九章 行业风险与投资建议 74

第一节 行业投资机会分析 74

第二节 投资建议 74

表 题

表2-1 近年来各类软饮料电视广告投放情况 16

表2-2 软饮料市场新品情况 17

表3-1 2005年1-12月全国软饮料行业企业亏损情况统计 18

表3-2 各地区亏损企业情况统计 20

表3-3 2005年软饮料行业产成品及销售情况 22

表3-4 2005年软饮料行业利润、税金情况统计 24

表3-5 2005年软饮料行业利润地区情况统计 25

表4-1 近期我国居民消费结构变化趋势 28

表4-2 2005年城镇居民家庭按收入水平分平均每人全年消费性支出构成 31

表4-3 不同收入水平消费者对软饮料的需求 32

表5-1 2005年碳酸饮料行业分地区经济指标分析 35

表5-2 部分品牌饮用水情况统计 42

表6-1 全国部分连锁超市果蔬汁饮料销售排行 46

表7-1 百事（中国）有限公司主要品牌情况	54
表7-2 可口可乐公司饮料系列品牌情况	55
表7-3 农夫山泉公司饮料系列情况介绍	57
表7-4 汇源果蔬饮料产品情况统计	58
表7-5 康师傅系列饮料产品情况统计	60
表7-6 统一企业大陆投资情况统计	62
表7-7 统一企业软饮料产品情况统计	62
表7-8 娃哈哈集团饮料产品情况统计	63
表8-1 不同饮料产品消费者交叉消费情况	70
表9-1 长期贷款的安全评价和政策建议	71
表9-2 食品饮料各个行业的盈利能力评价	72

图 题

图1-1 近年来世界矿泉水销售量增长	7
图1-2 近年来碳酸饮料销量增长	8
图2-1 2000-2005年我国饮料产量及增长	13
图2-2 2003-2005年度中国饮料市场渗透率比较	14
图2-3 中国饮料各子行业集中度情况	15
图2-4 软饮料行业主要品牌竞争力比较	16
图3-1 2005年软饮料行业企业地区分布	20
图3-2 2005年软饮料行业亏损额地区分布	22
图3-3 2005年软饮料行业销售收入地区分布	24
图3-4 2005年软饮料行业利润总额地区分布	27
图3-5 2005年软饮料行业税金地区构成	28
图3-6 2005年全国各地饮料行业税金及增长	28
图4-1 1997 - 2005年中国软饮料市场表观需求额	30
图4-2 季节因素对饮料消费的影响	34
图5-1 2000-2005年我国碳酸饮料产量	35
图5-2 1998-2005年我国碳酸饮料企业数量	36
图5-3 2005年碳酸饮料行业利润地区分布	38
图5-4 2005年碳酸饮料不同品牌的广告提及率	38
图5-5 2005年碳酸饮料各品牌购买率	39

图5-6 近年来瓶(罐)装饮用水产量及增长	40
图5-7 近年来瓶(罐)装饮用水制造业企业数变化情况	41
图5-8 2005年饮用水行业亏损企业地区分布	42
图6-1 2005年茶饮料市场份额构成	51
图7-1 1968-2003年资本额与营业增长	62
图8-1 饮料重度消费者年龄构成	68
图8-2 茶饮料、果蔬汁、100%纯果汁饮用场所比较	69

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/40700.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。