



艾凯咨询
ICAN Consulting

2005-2006年中国饮料行业市场 市场分析及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2005-2006年中国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/40725.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

从全世界范围看，目前全球软饮料销售额已超过1920亿美元，每年以7%的速度增长。软饮料市场以北美和西欧最大，分别占到世界销售总额的38%和24%。从软饮料的品种来看，碳酸饮料仍占主导地位，占世界总销售额的54%；其次是果汁饮料和矿泉水，分别占18.5%和13.6%。分析中心认为，我国饮料行业应该借助“十一五”计划大好发展机遇，促进行业上一个新台阶；其次，加快饮料行业产业结构调整，转变饮料行业经济增长方式；第三，加快饮料工业科技进步，提高自主研发创新能力；第四，加快饮料进出口结构调整，提高饮料出口竞争力；第五，提高饮料质量安全水平，建立食品安全意识。2005年1-11月，我国饮料制造行业企业共实现产品销售收入2745.95亿元，同比增长23.93%，较04年同期上升3.9个百分点；产品销售收入..... 1-11月饮料制造行业企业的财务费用为31.01亿元，同比上升9.93%，比1-10月上升7.97个百分点，较04年同期上升6.8个百分点；财务费用比1-10月增加5.66亿元，增长了22.34%；1-11月饮料制造行业企业的利润总额..... 相关资料显示，我国饮料行业连续22年保持增长势头。2005年我国饮料工业仍保持快速增长势头，并随着市场化竞争和发展呈现出以下新特点.....

第一部分 行业篇 第一章：经济环境对行业的影响分析 第二章：产业政策对行业的影响分析 一、《定量包装商品计量监督管理办法》 二、《食品工业用浓缩果蔬汁（浆）卫生标准》修订版 三、饮料市场QS认证开始实施 四、欧盟对茶叶农药残留新标准 五、《预包装食品标签通则》 六、安全食品供应链国际标准ISO22000:2005发布 第三章：饮料行业生产状况分析 第一节 行业运行状况 一、产销量逐年增加 二、果蔬菜饮料发展迅速 三、企业集中度有所增加 第二节 行业销售状况分析 第三节 行业产量分析 第四节 行业特点分析 第五节 行业结构分析 一、产地分布结构分析 二、产品品类结构分析 第二部分 市场篇 第四章：市场状况分析 第一节 市场结构及特性分析 第二节 2005年饮料类销售排行榜 第五章：饮料行业市场细分 第一节 碳酸饮料 第二节 果汁饮料 第三节 茶饮料 第四节 功能饮料 第五节 饮用水市场分析 第六章：饮料行业区域市场分析 第一节 华北地区市场分析 一、华北地区饮料市场简析 二、典型市场----北京市场分析 第二节 华中地区市场分析 一、华中地区饮料市场简析 二、典型市场----武汉市场分析 第三节 华东地区市场分析 一、华东地区饮料市场简析 二、典型市场----南京市场分析 第四节 华南地区市场分析 一、华南地区饮料市场简析 二、典型市场----广州市场分析 第五节 西南地区市场分析 一、西南地区市场分析 二、典型市场----成都市场分析 第六节 西北地区市场分析 一、西北地区饮料市场简析 二、典型市场----哈尔滨市场分析 第七节 东北地区市场分析 一、东北地区饮料市场简析 二、典型市场----长春市场分析 第七章：消费者分析 一、青少年饮料消费分析 二、2005年碳酸饮料制造公司前10位 第三部分 竞争篇 第八章：行业竞争状况分析 第九章：龙头企业状况分析 第一节 可口可乐有限公司 一

、可口可乐公司市场状况分析 二、可口可乐主要经营策略 第二节 百事可乐有限公司 一、百事可东市场状况分析 二、百事可乐主要经营策略 第三节 健力宝集团市场状况分析 第四节 娃哈哈集团市场状况分析 第五节 统一集团市场状况分析 第六节 康师傅集团市场状况分析 第七节 汇源集团市场状况分析 第八节 乐百氏公司市场状况分析 第四部分 营销篇 第十章：饮料行业营销状况分析 第一节 我国软饮料行业营销分析 第二节 小品牌营销特点 第三节 大品牌营销特点 第四节 饮料行业主要营销手段 一、价格战略 二、广告宣传 三、包装量促销 第十一章：新品分析 第一节 新品发展方向 第二节 新品情况分析 第三节 新品培育消费群体因素 第四节 新品入市切入点 第十二章：饮料行业包装发展分析 第一节 饮料行业包装概述 第二节 饮料包装发展趋势 第五部分 预测篇 第一节 功能饮料发展趋势 第二节 市场细分 个性化产品市场大 第三节 饮料市场集中化程度加强 第四节 竞争转向重点消费区域以及二三线市场 第五节 果汁饮料市场发展空间大 附图表（24个）：表1：2005年1-10月中国软饮料行业固定资产净值年平均余额指标 表2：2005年1-10月中国软饮料行业产品销售成本指标 表3：2005年1-10月中国软饮料行业税金总额指标 表4：2005年1-10月中国软饮料行业产品销售费用指标 表5：2005年1-10月中国软饮料行业应收帐款净额指标 表6：2005年1-10月中国软饮料行业流动资产平均余额指标 表7：2005年1-10月中国软饮料行业资产总计指标 表8：2005年2-8月精制茶产量上海市统计 表9：2005年2-8月精制茶产量安徽省统计 表10：2005年2-8月精制茶产量山东省统计 表11：2005年2-8月精制茶产量湖南省统计

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/40725.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提供投资咨询报告、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。