



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008年中国饮料市场调查及投资 分析及市场发展趋势研究报告报 告

一、调研说明

《2008年中国饮料市场调查及投资分析及市场发展趋势研究报告报告》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/56386.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 2007年中国饮料市场状况分析与2008年新机遇1

第一节 2007年运行情况分析1

一、2003-2007中国饮料行业规模分析1

二、2006-2007饮料制造业行业评价指标统计分析 54

三、2003-2006年中国饮料制造业企业盈亏情况分析10

四、2006-2007年中国饮料制造业企业资产负债指标分析13

五、2006-2007年中国饮料制造业企业成本费用变化趋势分析 1617

第二节 中国饮料业发展规律及特点分析20

第三节 2008饮料工业发展的新机遇25

第二章 中国饮料市场进出口分析28

第一节 2006-2007年中国饮料市场进出口分析28

一、进口分析28

二、出口分析37

第二节 对外贸易竞争策略分析48

一、中国饮料市场对欧盟市场的认知状况48

二、中国企业面对国外壁垒及应对策略49

第二部分 原料供应55

第三章 2006 - 2007年饮料行业原料供应分析55

第一节 2007年水果市场形势分析55

一、生产与价格变化情况55

二、进出口贸易情况56

三、问题与建议58

第二节 2007年蔬菜市场形势分析59

一、生产与价格变化情况59

二、2007年1-9月我国蔬菜出口态势68

三、问题与建议70

第三节 茶叶生产及市场情况分析73

第四节 我国食糖市场分析103

- 一、食糖生产形势分析103
- 二、我国食糖价格走势105
- 三、2007糖价对我国食糖市场的影响109
- 四、2007年10月糖料市场监测信息112

第五节 饮料包装分析114

- 一、市场格局114
- 二、包装材质115

第三部分 市场细分118

第四章 碳酸饮料市场分析及预测118

第一节 碳酸饮料的定义118

第二节 碳酸饮料的分类118

- 一、果汁型118
- 二、果味型118
- 三、低热量型118

第三节 全国碳酸饮料产品产量及变化趋势分析预测119

- 一、历史数据统计119
- 二、变化趋势分析122
- 三、2008产量预测124
- 四、生产企业分析125
- 五、地区生产127

第四节 优势品牌/成功案例分析136

- 一、可口可乐136
- 二、百事可乐144
- 三、非常可乐145

第五章 果汁饮料市场分析及预测150

第一节 果汁定义150

第二节 果汁饮料定义150

第三节 果汁饮料的分类151

- 一、果汁151
- 二、果浆151

- 三、浓缩果浆151
- 四、果肉饮料151
- 五、果汁饮料151
- 六、果粒果汁饮料151
- 七、果汁糖浆（也称高糖果汁饮料）152
- 八、水果汁152
- 第四节 全国果汁饮料市场现状153
 - 一、果汁饮料的销售情况分析153
 - 二、全国产品产量154
 - 三、地区生产156
 - 四、优势品牌/成功案例分析160

第六章 含乳饮料类市场分析及预测172

- 第一节 乳饮料定义172
- 第二节 乳饮料分类172
 - 一、配制型含乳饮料172
 - 二、发酵型含乳饮料172
- 第三节 液体乳及乳制品制造业运行分析173
- 第四节 品牌销售动态分析173
- 第五节 液态奶2008年发展趋势176
- 第六节 优势品牌/成功案例分析178
 - 一、蒙牛--酸酸乳178
 - 二、伊利--优酸乳179
 - 三、娃哈哈--爽歪歪184

第七章 饮用水市场分析及预测185

- 第一节 瓶装饮用水定义185
- 第二节 瓶装饮用水饮用分类185
 - 一、饮用天然矿泉水185
 - 二、饮用纯净水185
 - 三、其他饮用水185
- 第三节 世界饮用水市场分析及发展趋势研究报告186

- 一、美国瓶装水市场分析186
- 二、意大利矿泉水市场分析187
- 三、欧洲矿泉水产业分析187
- 四、俄罗斯纯净水市场分析189
- 第四节 国外瓶装矿泉水发展趋势190
- 第五节 我国饮用水市场191
- 第六节 我国瓶装饮用水产业发展趋势194
- 第七节 优势品牌/成功案例分析201
 - 一、娃哈哈201
 - 二、农夫山泉203

第八章 茶饮料市场分析及预测209

- 第一节 茶饮料定义209
- 第二节 茶饮料分类210
- 第三节 茶饮料作用210
- 第四节 发展潜力211
- 第五节 投资机会212
- 第六节 优势品牌/成功案例分析213
 - 一、康师傅213
 - 二、统一213

第九章 固体饮料市场分析及预测215

- 第一节 固体饮料定义分类215
- 第二节 固体饮料市场现状217
- 第三节 优势品牌/成功案例分析218

第十章 特殊用途饮料分析及预测219

- 第一节 特殊用途饮料(品)类定义219
- 第二节 特殊用途饮料分类219
 - 一、运动饮料219
 - 二、营养素饮料220
 - 三、其他特殊用途饮料220

第三节 市场现状221

一、市场结构221

二、消费需求221

第四节 优势品牌/成功案例分析222

一、红牛222

二、红牛维他命饮料有限公司228

第四部分 竞争格局229

第十一章 饮料市场竞争特征229

第一节 饮料市场竞争多元化229

第二节 科技含量与附加值230

第十二章 饮料市场竞争格局分析233

第一节 国内饮料发展走势竞争格局改变233

第二节 饮料行业竞争力分析234

第三节 饮料市场竞争手段235

第十三章 国内优势企业分析237

第一节 露露集团237

一、公司简介237

二、2006-2007经营状况239

第二节 上海光明乳业股份有限公司240

一、公司简介240

二、2006-2007年经营状况分析242

第三节 娃哈哈集团243

一、公司简介243

二、经营状况243

第四节 伊利股份244

一、公司简介244

二、2006-2007年经营状况246

第五节 乐百氏（广东）食品饮料有限公司247

一、公司简介247

二、产品及品牌248

三、战略动态248

第六节 怡宝食品饮料(深圳)有限公司249

一、公司简介249

二、主要产品250

第七节 农夫山泉股份有限公司251

一、公司简介251

二、“农夫果园”营销分析252

第八节 北京汇源饮料食品集团有限公司254

一、公司简介254

二、汇源果汁的策略隐患255

第九节 海南椰树集团有限公司256

一、公司简介256

二、主要产品258

第十四章 外资饮料企业分析259

第一节 可口可乐公司259

一、公司介绍259

二、可口可乐饮料公司SWOT分析260

第二节 百事可乐国际集团262

一、经营状况262

二、市场份额变化263

第三节 台湾统一企业266

一、公司简介266

二、主要产品品牌267

第四节 台湾顶新集团267

一、主要品牌267

二、主要产品267

第十五章 消费者调查268

第一节 消费者基本状况268

一、历年人口总量与结构统计268

二、居民收入与消费272

第二节 中国饮料市场消费者调查分析273

一、茶饮料消费分析273

二、消费者购买饮料习惯调查273

三、碳酸饮料消费者调查276

四、果汁消费终端市场调查276

五、瓶装饮用水消费者调查278

第十六章 销售渠道及营销策略281

第一节 销售渠道模式分析281

一、传统销售渠道模式281

二、销售渠道的变化模式282

三、软饮料销售渠道选择的依据284

四、软饮料企业的渠道整合284

第二节 饮料销售终端策略286

一、终端营销的战略优势286

二、经销商选择和机构设置287

三、市场铺货及产品陈列288

四、终端促销290

五、经销商业绩奖励292

第三节 新进企业产品推广策略294

一、差异化营销策略294

二、产品试销294

第四节 销售渠道建设经典案例分析295

一、“酷儿”的整合营销传播策略295

二、农夫果园--以差异化营销切入果汁饮料市场298

三、平常渠道非常控制--娃哈哈集团营销案例300

第五节 中国饮料行业营销发展趋势309

一、同质化产品延伸竞争愈发激励309

二、聚焦营销备受重视310

三、精细化营销成为营销时尚313

四、现代通路争夺战空前激烈315

第十七章 饮料包装发展趋势318

第一节 世界饮料包装市场发展趋势318

第二节 中国饮料包装市场发展趋势320

第三节 中国饮料包装市场新特点322

第四节 外资垄断的中国饮料包装市场324

第十八章 亚洲饮料发展现状与趋势326

第一节 亚洲功能饮料占全球2/3326

第二节 亚洲饮料市场发展趋势分析328

第六部分 投资环境331

第十九章 中国经济环境分析331

第一节 经济运行情况回顾331

第二节 经济运行四大问题333

第三节 经济运行情况分析337

一、总体情况337

二、农业生产337

三、工业生产337

四、固定资产投资338

五、国内市场销售338

六、市场价格338

七、对外贸易339

八、城乡居民收入339

第二十章 中国饮料行业政策环境340

第一节 中国饮料产业相关政策环境分析340

第二节 中国饮料标准化工作如何适应新形势的要求345

第三节 WTO与关税政策对中国饮料市场的影响347

第二十一章 中国饮料投资状况分析349

第一节 中国软饮料行业进入壁垒分析349

一、我国关于软饮料企业生产的相关法规349

二、软饮料行业技术发展要求350

第二节 中国饮料行业重要投资方向推荐352

一、茶饮料市场投资机会352

二、功能型饮料投资机会353

三、咖啡市场投资机会355

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/56386.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。