



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008年中国软饮料行业市场分析 及发展趋势预测研究报告

一、调研说明

《2008年中国软饮料行业市场分析及发展趋势预测报告》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/56444.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

2008年中国软饮料行业市场分析与发展趋势市场分析与发展趋势研究报告

目录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状分析

第一章 软饮料行业概况1

第一节 软饮料行业介绍1

一、软饮料定义1

二、软饮料组成1

三、软饮料分类1

四、软饮料工艺10

第二节 我国宏观经济及居民消费分析15

一、2007年宏观经济政策分析15

二、2007年我国居民消费价格分类指数分析18

三、2008年我国经济增长趋势预测24

第二章 国外软饮料市场分析与发展趋势研究报告30

第一节 意大利软饮料行业概况30

一、饮料标签规定30

二、意大利软饮料业的发展趋势30

第二节 美国软饮料行业概况32

一、美国软饮料市场的现状与未来32

二、功能饮料抢占市场33

三、碳酸饮料销量下降33

第三节 日本软饮料行业概况34

一、日本软饮料市场饱和34

二、行业发展与变化分析35

第四节 英国软饮料行业概况36

一、英国软饮料行业利用新技术提高利润36

二、英国软饮料人均年消费量分析37

第五节 乌克兰软饮料行业概况39

一、乌克兰软饮料市场发展分析39

二、茶饮料的销售状况	39
第三章 我国饮料市场分析及发展趋势研究报告	41
第一节 我国饮料行业现状分析	41
一、2007年行业经济运行分析	41
二、消费升级带动饮料行业快速发展	87
三、中国饮料市场百花齐放	88
四、饮料行业发展空间广阔	91
第二节 我国饮料市场分析	92
一、产品创新拓展饮料市场空间	92
二、产品渠道创新是饮料市场的核心	94
三、2007年饮料市场竞争状况分析	96
第三节 2007年饮料的市场特性	102
一、功能化	102
二、时尚化	103
三、娱乐化	103
四、运动化	104
五、细分化	104
六、品牌化	104
第四章 我国软饮料行业现状分析	106
第一节 我国软饮料行业市场分析	106
一、2007年软饮料产量分析	106
二、软饮料行业市场规模分析	117
三、软饮料行业市场分布状况	118
四、健康饮料成为软饮料市场的主要推动力	118
第二节 2007年软饮料行业经济运行分析	119
一、2007年软饮料制造销售收入前十家企业	119
二、2007年软饮料制造主要经济指标分析	120
第三节 软饮料行业消费分析	165
一、消费市场规模分析	165
二、2007年消费主流分析	165
第二部分 行业细分市场分析	
第五章 软饮料相关市场分析及发展趋势研究报告	169

第一节 水果市场分析及发展趋势研究报告	169
一、2007年水果生产与价格变化分析	169
二、2007年我国水果进出口贸易分析	170
第二节 蔬菜市场形势分析	177
一、2007年蔬菜生产与价格变化情况	177
二、2007年我国蔬菜出口贸易分析	179
第三节 茶叶市场分析	185
一、2007年我国茶叶总产量分析	185
二、我国茶叶出口情况	185
三、我国茶叶消费市场发展方向	187
第四节 我国奶业市场分析	187
一、奶类行业概述	187
二、2008年我国将加大力度扶持奶业	188
三、“十一五”奶业发展目标	191
第五节 食糖行业市场分析	192
一、全球食糖供应压力增加	192
二、国内食糖情况分析	192
第六节 饮料包装市场分析及发展趋势研究报告	195
一、饮料包装市场结构分析	195
二、国内饮料包装市场发展前景	200
三、未来饮料包装行业的趋势	202
第六章 我国软饮料行业细分市场分析	206
第一节 碳酸饮料	206
一、碳酸饮料介绍	206
二、2007年产量分析	208
三、碳酸饮料营销战解析	217
第二节 饮用水	220
一、定义及分类	220
二、2007年产量分析	221
三、饮用水的发展趋势	232
第三节 茶饮料	237
一、茶饮料市场现状分析	237

二、茶饮料行业的特点	240
三、茶饮料的发展趋势	241
第四节 果汁饮料	244
一、行业发展概况	244
二、2007年产量分析	245
三、2007年果汁饮料市场分析	256
四、我国果汁饮料市场未来发展方向	257
第五节 含乳饮料	260
一、2007年产量分析	260
二、2007年含乳饮料市场分析	270
三、含乳饮料创新分析	272
第六节 功能饮料	273
一、功能饮料概况	273
二、2007年功能饮料市场分析	274
三、2007年功能饮料遭遇标准“拦路虎”	276
四、2008年发展趋势	278
第七节 固体饮料	279
一、定义及配料	279
二、发展方向	281
第三部分 行业营销及竞争格局分析	
第七章 2007年软饮料行业营销分析	285
第一节 2007年软饮料营销渠道分析	285
一、软饮料渠道拓展策略分析	285
二、软饮料渠道整合分析	291
三、软饮料渠道整合分析	293
第二节 2007年软饮料营销策略分析	294
一、饮料产品营销要素分解	294
二、软饮料行业推广策略分析	298
三、可口可乐营销策略分析	301
四、王老吉营销策略分析	306
第三节 饮料营销策略创新分析	311
一、产品创新	311

二、战略创新	312
三、二类市场营销划分	313
第八章 2007年软饮料市场竞争格局分析	315
第一节 2007年软饮料竞争环境分析	315
一、软饮料行业竞争分析	315
二、软饮料竞争动态分析	318
三、软饮料市场格局分析	319
第二节 饮用水市场竞争格局分析	322
一、2007年饮用水市场竞争态势	322
二、饮用水市场新格局分析	324
三、饮用水市场竞争日趋激烈	329
第三节 碳酸饮料市场竞争格局分析	334
一、碳酸饮料市场竞争状况	334
二、碳酸饮料企业品牌竞争情况	336
第四节 果汁饮料市场竞争格局分析	340
一、果汁主要品牌竞争手段分析	340
二、我国果汁饮料业差异化竞争将加剧	341
第五节 茶饮料市场竞争格局分析	342
一、我国茶饮料行业市场竞争态势分析	342
二、2007年茶饮料市场竞争再度升级	343
第九章 著名软饮料企业分析	353
第一节 可口可乐公司	353
一、公司简介	353
二、公司经营模式	354
三、公司动态	366
第二节 百事可乐公司	367
一、公司概况	367
二、公司在中国概况	369
三、公司经营模式	370
第三节 台湾统一企业集团	377
一、公司概况	377
二、经营理念	379

第四节 康师傅(台湾顶新集团) 379

一、公司概况379

二、公司品牌策略380

第五节 北京汇源饮料食品有限公司382

一、公司概况382

二、公司概况383

第六节 娃哈哈集团387

一、公司概况387

二、发展策略388

三、公司动态390

第七节 农夫山泉股份有限公司391

一、公司概况391

二、公司市场策略393

三、公司动态397

第八节 广州王老吉药业股份有限公司399

一、公司概况399

二、公司发展规划400

第九节 内蒙古蒙牛乳业(集团)股份有限公司400

一、公司概况400

二、文化营销策略402

三、公司动态405

第十节 内蒙古伊利实业集团股份有限公司409

一、公司概况409

二、2007年公司财务经营状况425

三、公司动态429

第四部分 行业发展趋势及投资分析及市场发展趋势研究报告

第十章 软饮料行业发展趋势431

第一节 饮料行业的发展趋势431

一、我国饮料行业多元化格局趋势分析431

二、“十一五”期间饮料业发展潜力巨大435

三、“十一五”期间饮料行业的发展目标436

四、2010年饮料市场销售规模预测439

第二节 我国软饮料行业发展趋势440

一、企业动态驱动品牌态势440

二、市场品牌格局变动趋势443

三、市场营销新走向445

第十一章 软饮料行业投资分析及市场发展趋势研究报告450

第一节 我国软饮料行业SWOT分析450

一、劣势/威胁点450

二、优势/机会点455

第二节 我国软饮料行业投资要点460

一、软饮料行业投资竞争者分析460

二、软饮料行业投资规模分析460

第三节 我国软饮料行业进入壁垒分析461

一、投资法律法规分析461

二、投资方式分析461

图表目录

图表：软饮料的分类15

图表：2001-2007年社会消费品零售总额走势图16

图表：2007年各月社会消费品零售总额走势图17

图表：2007年1月居民消费价格分类指数分析18

图表：2007年2月居民消费价格分类指数分析19

图表：2007年3月居民消费价格分类指数分析20

图表：2007年4月居民消费价格分类指数分析20

图表：2007年5月居民消费价格分类指数分析21

图表：2007年6月居民消费价格分类指数分析21

图表：2007年7月居民消费价格分类指数分析22

图表：2007年8月居民消费价格分类指数分析22

图表：2007年9月居民消费价格分类指数分析23

图表：2007年10月居民消费价格分类指数分析23

图表：2007年11月居民消费价格分类指数分析24

图表：2003-2007年7月我国CPI增长与PPI的两波增长比较25

图表：1979-2007年我国GDP缩减指数和CPI年度增长率变化趋势25

图表：1981-2007年我国GDP增长与投资 and 消费增长的周期关系26

图表：2007年2月饮料制造业销售收入前十家企业41

图表：2007年5月饮料制造业销售收入前十家企业41

图表：2007年8月饮料制造业销售收入前十家企业42

图表：2007年1-8月饮料制造业主要经济指标全国合计42

图表：2007年1-8月饮料制造业主要经济指标北京市合计43

图表：2007年1-8月饮料制造业主要经济指标天津市合计45

图表：2007年1-8月饮料制造业主要经济指标河北省合计46

图表：2007年1-8月饮料制造业主要经济指标山西省合计48

图表：2007年1-8月饮料制造业主要经济指标内蒙古合计49

图表：2007年1-8月饮料制造业主要经济指标辽宁省合计50

图表：2007年1-8月饮料制造业主要经济指标吉林省合计52

图表：2007年1-8月饮料制造业主要经济指标黑龙江合计53

图表：2007年1-8月饮料制造业主要经济指标上海市合计55

图表：2007年1-8月饮料制造业主要经济指标江苏省合计56

图表：2007年1-8月饮料制造业主要经济指标浙江省合计57

图表：2007年1-8月饮料制造业主要经济指标安徽省合计59

图表：2007年1-8月饮料制造业主要经济指标福建省合计60

图表：2007年1-8月饮料制造业主要经济指标江西省合计62

图表：2007年1-8月饮料制造业主要经济指标山东省合计63

图表：2007年1-8月饮料制造业主要经济指标河南省合计64

图表：2007年1-8月饮料制造业主要经济指标湖北省合计66

图表：2007年1-8月饮料制造业主要经济指标湖南省合计67

图表：2007年1-8月饮料制造业主要经济指标广东省合计69

图表：2007年1-8月饮料制造业主要经济指标广西区合计70

图表：2007年1-8月饮料制造业主要经济指标海南省合计71

图表：2007年1-8月饮料制造业主要经济指标重庆市合计73

图表：2007年1-8月饮料制造业主要经济指标四川省合计74

图表：2007年1-8月饮料制造业主要经济指标贵州省合计76

图表：2007年1-8月饮料制造业主要经济指标云南省合计77

图表：2007年1-8月饮料制造业主要经济指标西藏区合计78

图表：2007年1-8月饮料制造业主要经济指标陕西省合计80

图表：2007年1-8月饮料制造业主要经济指标甘肃省合计81

图表：2007年1-8月饮料制造业主要经济指标青海省合计83

图表：2007年1-8月饮料制造业主要经济指标宁夏区合计84

图表：2007年1-8月饮料制造业主要经济指标新疆区合计85

图表：2007年2-10月软饮料产量全国合计106

图表：2007年2-10月软饮料产量北京市合计106

图表：2007年2-10月软饮料产量天津市合计107

图表：2007年2-10月软饮料产量河北省合计107

图表：2007年2-10月软饮料产量山西省合计107

图表：2007年2-10月软饮料产量辽宁省合计108

图表：2007年2-10月软饮料产量吉林省合计108

图表：2007年2-10月软饮料产量黑龙江合计108

图表：2007年2-10月软饮料产量上海市合计109

图表：2007年2-10月软饮料产量江苏省合计109

图表：2007年2-10月软饮料产量浙江省合计109

图表：2007年2-10月软饮料产量安徽省合计110

图表：2007年2-10月软饮料产量福建省合计110

图表：2007年2-10月软饮料产量江西省合计110

图表：2007年2-10月软饮料产量山东省合计111

图表：2007年2-10月软饮料产量河南省合计111

图表：2007年2-10月软饮料产量湖北省合计111

图表：2007年2-10月软饮料产量湖南省合计112

图表：2007年2-10月软饮料产量广东省合计112

图表：2007年2-10月软饮料产量广西区合计112

图表：2007年2-10月软饮料产量海南省合计113

图表：2007年2-10月软饮料产量重庆市合计113

图表：2007年2-10月软饮料产量四川省合计113

图表：2007年2-10月软饮料产量贵州省合计114

图表：2007年2-10月软饮料产量云南省合计114

图表：2007年2-10月软饮料产量陕西省合计114

图表：2007年2-10月软饮料产量甘肃省合计115

图表：2007年2-10月软饮料产量新疆区合计115

图表：2007年2-10月软饮料产量宁夏区合计115

图表：2007年2-10月软饮料产量内蒙古合计116

图表：2007年2-10月软饮料产量青海省合计116

图表：2007年2-10月软饮料产量西藏区合计116

图表：2007年2月软饮料制造销售收入前十家企业119

图表：2007年5月软饮料制造销售收入前十家企业119

图表：2007年8月软饮料制造销售收入前十家企业119

图表：2007年1-8月软饮料制造主要经济指标全国合计120

图表：2007年1-8月软饮料制造主要经济指标北京市合计121

图表：2007年1-8月软饮料制造主要经济指标天津市合计123

图表：2007年1-8月软饮料制造主要经济指标河北省合计124

图表：2007年1-8月软饮料制造主要经济指标山西省合计126

图表：2007年1-8月软饮料制造主要经济指标内蒙古合计127

图表：2007年1-8月软饮料制造主要经济指标辽宁省合计128

图表：2007年1-8月软饮料制造主要经济指标吉林省合计130

图表：2007年1-8月软饮料制造主要经济指标黑龙江合计131

图表：2007年1-8月软饮料制造主要经济指标上海市合计133

图表：2007年1-8月软饮料制造主要经济指标江苏省合计134

图表：2007年1-8月软饮料制造主要经济指标浙江省合计135

图表：2007年1-8月软饮料制造主要经济指标安徽省合计137

图表：2007年1-8月软饮料制造主要经济指标福建省合计138

图表：2007年1-8月软饮料制造主要经济指标江西省合计140

图表：2007年1-8月软饮料制造主要经济指标山东省合计141

图表：2007年1-8月软饮料制造主要经济指标河南省合计142

图表：2007年1-8月软饮料制造主要经济指标湖北省合计144

图表：2007年1-8月软饮料制造主要经济指标湖南省合计145

图表：2007年1-8月软饮料制造主要经济指标广东省合计147

图表：2007年1-8月软饮料制造主要经济指标广西区合计148

图表：2007年1-8月软饮料制造主要经济指标海南省合计149

图表：2007年1-8月软饮料制造主要经济指标重庆市合计151

图表：2007年1-8月软饮料制造主要经济指标四川省合计152

图表：2007年1-8月软饮料制造主要经济指标贵州省合计154

图表：2007年1-8月软饮料制造主要经济指标云南省合计155

图表：2007年1-8月软饮料制造主要经济指标西藏区合计156

图表：2007年1-8月软饮料制造主要经济指标陕西省合计158

图表：2007年1-8月软饮料制造主要经济指标甘肃省合计159

图表：2007年1-8月软饮料制造主要经济指标青海省合计161

图表：2007年1-8月软饮料制造主要经济指标宁夏区合计162

图表：2007年1-8月软饮料制造主要经济指标新疆区合计163

图表：2007年各软饮料的市场对比166

图表：2007年第三季度水果批发价格（全国平均价）170

图表：2007年1-9月我国水果出口情况171

图表：2007年1-9月我国水果出口分省171

图表：2007年1-9月我国水果出口分国别172

图表：2007年1-9月我国水果进口分国别173

图表：2007年1-9月我国与东盟水果贸易分国别173

图表：2004-2007年荔枝批发价格174

图表：2004-2007年蜜桔批发价格174

图表：2004-2007年甜橙批发价格174

图表：2004-2007年鸭梨批发价格175

图表：2004-2007年国光苹果批发价格175

图表：2004-2007年富士苹果批发价格175

图表：2004-2007年香蕉批发价格176

图表：2004-2007年菠萝批发价格176

图表：2004-2007年龙眼批发价格176

图表：2004-2007年芒果批发价格177

图表：2003-2007年9月我国蔬菜批发价格指数178

图表：2007年第三季度蔬菜批发价格（全国平均价）178

图表：2007年1-9月我国蔬菜出口分品种179

图表：2007年1-9月我国蔬菜出口分省180

图表：2007年1-9月我国蔬菜出口分地区180

图表：2004-2007年我国大白菜批发价格181

图表：2004-2007年我国洋白菜批发价格181

图表：2004-2007年我国土豆批发价格181

图表：2004-2007年我国胡萝卜批发价格182

图表：2004-2007年我国黄瓜批发价格182

图表：2004-2007年我国西红柿批发价格182

图表：2004-2007年我国大蒜批发价格183

图表：2004-2007年我国生姜批发价格183

图表：2004-2007年我国芹菜批发价格183

图表：2004-2007年我国豆角批发价格184

图表：2004-2007年我国青椒批发价格184

图表：2004-2007年我国葱头批发价格184

图表：2007年2-10月碳酸饮料产量全国合计208

图表：2007年2-10月碳酸饮料产量北京市合计208

图表：2007年2-10月碳酸饮料产量天津市合计209

图表：2007年2-10月碳酸饮料产量河北省合计209

图表：2007年2-10月碳酸饮料产量山西省合计209

图表：2007年2-10月碳酸饮料产量辽宁省合计210

图表：2007年2-10月碳酸饮料产量吉林省合计210

图表：2007年2-10月碳酸饮料产量黑龙江合计210

图表：2007年2-10月碳酸饮料产量上海市合计211

图表：2007年2-10月碳酸饮料产量江苏省合计211

图表：2007年2-10月碳酸饮料产量浙江省合计211

图表：2007年2-10月碳酸饮料产量安徽省合计212

图表：2007年2-10月碳酸饮料产量福建省合计212

图表：2007年2-10月碳酸饮料产量江西省合计212

图表：2007年2-10月碳酸饮料产量山东省合计213

图表：2007年2-10月碳酸饮料产量河南省合计213

图表：2007年2-10月碳酸饮料产量湖北省合计213

图表：2007年2-10月碳酸饮料产量广东省合计214

图表：2007年2-10月碳酸饮料产量广西区合计214

图表：2007年2-10月碳酸饮料产量海南省合计214

图表：2007年2-10月碳酸饮料产量重庆市合计215

图表：2007年2-10月碳酸饮料产量四川省合计215

图表：2007年2-10月碳酸饮料产量云南省合计215

图表：2007年2-10月碳酸饮料产量陕西省合计216

图表：2007年2-10月碳酸饮料产量甘肃省合计216

图表：2007年2-10月碳酸饮料产量新疆区合计216

图表：2007年2-10月碳酸饮料产量内蒙古合计217

图表：2007年2-10月瓶（罐）装饮用水产量全国合计221

图表：2007年2-10月瓶（罐）装饮用水产量北京市合计221

图表：2007年2-10月瓶（罐）装饮用水产量天津市合计221

图表：2007年2-10月瓶（罐）装饮用水产量河北省合计222

图表：2007年2-10月瓶（罐）装饮用水产量山西省合计222

图表：2007年2-10月瓶（罐）装饮用水产量辽宁省合计222

图表：2007年2-10月瓶（罐）装饮用水产量吉林省合计223

图表：2007年2-10月瓶（罐）装饮用水产量黑龙江合计223

图表：2007年2-10月瓶（罐）装饮用水产量上海市合计223

图表：2007年2-10月瓶（罐）装饮用水产量江苏省合计224

图表：2007年2-10月瓶（罐）装饮用水产量浙江省合计224

图表：2007年2-10月瓶（罐）装饮用水产量安徽省合计225

图表：2007年2-10月瓶（罐）装饮用水产量福建省合计225

图表：2007年2-10月瓶（罐）装饮用水产量江西省合计225

图表：2007年2-10月瓶（罐）装饮用水产量山东省合计226

图表：2007年2-10月瓶（罐）装饮用水产量河南省合计226

图表：2007年2-10月瓶（罐）装饮用水产量湖北省合计226

图表：2007年2-10月瓶（罐）装饮用水产量湖南省合计227

图表：2007年2-10月瓶（罐）装饮用水产量广东省合计227

图表：2007年2-10月瓶（罐）装饮用水产量广西区合计227

图表：2007年2-10月瓶（罐）装饮用水产量海南省合计228

图表：2007年2-10月瓶（罐）装饮用水产量重庆市合计228

图表：2007年2-10月瓶（罐）装饮用水产量四川省合计228

图表：2007年2-10月瓶（罐）装饮用水产量贵州省合计229

图表：2007年2-10月瓶（罐）装饮用水产量云南省合计229

图表：2007年2-10月瓶（罐）装饮用水产量陕西省合计229

图表：2007年2-10月瓶（罐）装饮用水产量甘肃省合计230

图表：2007年2-10月瓶（罐）装饮用水产量新疆区合计230

图表：2007年2-10月瓶（罐）装饮用水产量宁夏区合计230

图表：2007年2-10月瓶（罐）装饮用水产量内蒙古合计231

图表：2007年2-10月瓶（罐）装饮用水产量青海省合计231

图表：2007年2-10月瓶（罐）装饮用水产量西藏区合计231

图表：2007年2-10月果汁及果汁饮料产量全国合计245

图表：2007年2-10月果汁及果汁饮料产量北京市合计246

图表：2007年2-10月果汁及果汁饮料产量天津市合计246

图表：2007年2-10月果汁及果汁饮料产量河北省合计246

图表：2007年2-10月果汁及果汁饮料产量山西省合计247

图表：2007年2-10月果汁及果汁饮料产量辽宁省合计247

图表：2007年2-10月果汁及果汁饮料产量吉林省合计248

图表：2007年2-10月果汁及果汁饮料产量黑龙江合计248

图表：2007年2-10月果汁及果汁饮料产量上海市合计248

图表：2007年2-10月果汁及果汁饮料产量江苏省合计249

图表：2007年2-10月果汁及果汁饮料产量浙江省合计249

图表：2007年2-10月果汁及果汁饮料产量安徽省合计249

图表：2007年2-10月果汁及果汁饮料产量福建省合计250

图表：2007年2-10月果汁及果汁饮料产量江西省合计250

图表：2007年2-10月果汁及果汁饮料产量山东省合计250

图表：2007年2-10月果汁及果汁饮料产量河南省合计251

图表：2007年2-10月果汁及果汁饮料产量湖北省合计251

图表：2007年2-10月果汁及果汁饮料产量湖南省合计251

图表：2007年2-10月果汁及果汁饮料产量广东省合计252

图表：2007年2-10月果汁及果汁饮料产量广西区合计252

图表：2007年2-10月果汁及果汁饮料产量海南省合计252

图表：2007年2-10月果汁及果汁饮料产量重庆市合计253

图表：2007年2-10月果汁及果汁饮料产量四川省合计253

图表：2007年2-10月果汁及果汁饮料产量贵州省合计253

图表：2007年2-10月果汁及果汁饮料产量云南省合计254

图表：2007年2-10月果汁及果汁饮料产量陕西省合计254

图表：2007年2-10月果汁及果汁饮料产量甘肃省合计254

图表：2007年2-10月果汁及果汁饮料产量新疆区合计255

图表：2007年2-10月果汁及果汁饮料产量宁夏区合计255

图表：2007年2-10月果汁及果汁饮料产量内蒙古合计255

图表：2007年2-10月液体乳饮料产量全国合计260

图表：2007年2-10月液体乳饮料产量北京市合计260

图表：2007年2-10月液体乳饮料产量天津市合计260

图表：2007年2-10月液体乳饮料产量河北省合计261

图表：2007年2-10月液体乳饮料产量山西省合计261

图表：2007年2-10月液体乳饮料产量辽宁省合计262

图表：2007年2-10月液体乳饮料产量吉林省合计262

图表：2007年2-10月液体乳饮料产量黑龙江合计262

图表：2007年2-10月液体乳饮料产量上海市合计263

图表：2007年2-10月液体乳饮料产量江苏省合计263

图表：2007年2-10月液体乳饮料产量浙江省合计263

图表：2007年2-10月液体乳饮料产量安徽省合计264

图表：2007年2-10月液体乳饮料产量福建省合计264

图表：2007年2-10月液体乳饮料产量江西省合计264

图表：2007年2-10月液体乳饮料产量山东省合计265

图表：2007年2-10月液体乳饮料产量河南省合计265

图表：2007年2-10月液体乳饮料产量湖北省合计265

图表：2007年2-10月液体乳饮料产量湖南省合计266

图表：2007年2-10月液体乳饮料产量广东省合计266

图表：2007年2-10月液体乳饮料产量广西区合计266

图表：2007年2-10月液体乳饮料产量海南省合计267

图表：2007年2-10月液体乳饮料产量重庆市合计267

图表：2007年2-10月液体乳饮料产量四川省合计267

图表：2007年2-10月液体乳饮料产量贵州省合计268

图表：2007年2-10月液体乳饮料产量云南省合计268

图表：2007年2-10月液体乳饮料产量陕西省合计268

图表：2007年2-10月液体乳饮料产量甘肃省合计269

图表：2007年2-10月液体乳饮料产量新疆区合计269

图表：2007年2-10月液体乳饮料产量宁夏区合计269

图表：2007年2-10月液体乳饮料产量内蒙古合计270

图表：2007年2-10月液体乳饮料产量青海省合计270

图表：固体饮料配料表279

图表：统一企业成长历程图378

图表：伊利未来将要投资的乳品项目412

图表：2004-2009年伊利原奶加工量及预期412

图表：伊利新增产能及其他新增项目收入预测413

图表：乳品产业链条示意图414

图表：UHT奶及利乐包含乳饮料的成本构成414

图表：其他乳品成本构成415

图表：2004-2009年伊利原奶全国平均收购价格走势及预测416

图表：2006年11月全国大中城市居民各种奶及奶制品消费比例417

图表：2006年11月居民人均奶及奶制品消费水平前十名城市417

图表：乳品消费前十大城市当地强势品牌417

图表：2006年我国奶粉消费人群比例419

图表：2007-2008年伊利股份未来两年业务趋势预测421

图表：2006-2008年内蒙古伊利实业集团股份有限公司主营收入预测422

图表：2005-2007年上半年全国乳品行业前五位销售收入的变动情况422

图表：2007-2008年内蒙古伊利实业集团股份有限公司盈利预测423

图表：2000-2006年内蒙古伊利实业集团股份有限公司主要财务指标分析424

图表：2006-2007年上半年内蒙古伊利实业集团股份有限公司乳品业务收入、成本和毛利率变化情况424

图表：2007年二季度内蒙古伊利实业集团股份有限公司主营业务构成图425

图表：2007年三季度内蒙古伊利实业集团股份有限公司利润总额构成图425

图表：2007年二季度内蒙古伊利实业集团股份有限公司主营构成表425

图表：2007年一、二、三季度内蒙古伊利实业集团股份有限公司每股指标426

图表：2007年一、二、三季度内蒙古伊利实业集团股份有限公司获利能力表426

图表：2007年一、二、三季度内蒙古伊利实业集团股份有限公司经营能力表427

图表：2007年一、二、三季度内蒙古伊利实业集团股份有限公司偿债能力表427

图表：2007年一、二、三季度内蒙古伊利实业集团股份有限公司资本结构表427

图表：2007年一、二、三季度内蒙古伊利实业集团股份有限公司发展能力表427

图表：2007年一、二、三季度内蒙古伊利实业集团股份有限公司现金流量分析表428

图表：2007年一、二、三季度内蒙古伊利实业集团股份有限公司利润分配表428

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/56444.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。