



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008年中国饮料市场分析及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2008年中国饮料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/56465.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 2006年中国饮料市场状况分析与2007年新机遇 3

1.1 2006-2007年运行情况分析 3

1.1.1 2006-2007中国饮料行业规模分析 3

1.1.1.1 行业产值规模变化及趋势分析 3

1.1.1.2 企业数量规模变化及趋势分析 3

1.1.1.3 行业销售规模变化及趋势分析 5

1.1.2 2006-2007饮料制造业行业评价指标统计分析 5

1.1.2.1 资本保值增值率变化及趋势分析 5

1.1.2.2 资本负债率变化及趋势分析 6

1.1.2.3 产值利税率变化及趋势分析 7

1.1.2.4 资金利润率变化及趋势分析 8

1.1.2.5 成本费用利润率变化及趋势分析 9

1.1.2.6 人均销售率变化及趋势分析 9

1.1.3 2003-2006年中国饮料制造业企业盈亏情况分析 10

1.1.3.1 亏损企业单位数变化趋势分析 10

1.1.3.2 亏损企业亏损总额变化 11

1.1.3.3 利润变化及趋势分析 12

1.1.4、2006-2007年中国饮料制造业企业资产负债指标分析 12

1.1.4.1 流动资产平均余额变化 12

1.1.4.2 固定资产净值平均余额变化 13

1.1.4.3 资产变化及趋势 14

1.1.4.4 负债变化及趋势 15

1.1.5 2006-2007年中国饮料制造业企业成本费用变化趋势分析 16

1.1.5.1 产品销售成本变化及趋势 16

1.1.5.2 产品销售费用变化及趋势 16

1.1.5.3 产品销售税金及附加变化及趋势 17

1.2 中国饮料业发展规律及特点分析 18

1.3 2008饮料工业发展的新机遇 20

第二章 中国饮料市场进出口分析 23

2.12006-2007年中国饮料市场进出口分析 23

2.1.1进口分析 23

2.1.2出口分析 24

2.2对外贸易竞争策略分析 29

2.2.1中国饮料市场对欧盟市场的认知状况 29

2.2.2中国企业面对国外壁垒及应对策略 30

第二部分 原料供应 37

第三章 2006 - 2007年饮料行业原料供应分析 38

3.12007年水果市场形势分析 38

3.1.1生产与价格变化情况 38

3.1.2进出口贸易情况 38

3.1.3问题与建议 41

3.2 2007年蔬菜市场形势分析 45

3.2.1生产与价格变化情况 45

3.2.22007年1-3月我国蔬菜出口态势 47

3.2.3问题与建议 49

3.3茶叶生产及市场情况分析 52

3.3.1我国茶叶产区介绍 52

3.3.2我国茶叶产量及生产结构变化趋势 54

3.3.3我国茶叶价格状况 55

3.3.4茶叶安全性消费特性分析 55

3.3.5茶叶科技的世纪回顾与前瞻 61

3.4我国食糖市场分析 68

3.4.1食糖生产形势分析 68

3.4.2我国食糖价格走势 71

3.4.32007糖价对我国食糖市场的影响 75

3.4.42007年5月糖料市场监测信息 77

3.4.4.1食糖产量分析预测 77

3.4.4.2食糖进出口分析 78

3.4.4.3国际食糖产量和消费量分析 78

3.4.4.4国内、国际价格分析 78

3.5 饮料包装分析 79

3.5.1市场格局 79

3.5.1.1利乐 79

3.5.1.2康美 80

3.5.1.3萨克米 80

3.5.2包装材质 80

3.5.2.1玻璃瓶 81

3.5.2.2金属罐 81

3.5.2.3塑料 82

3.5.2.4纸容器 82

第三部分 市场细分 85

第四章 碳酸饮料市场分析及预测 87

4.1碳酸饮料的定义 87

4.2碳酸饮料的分类 87

4.2.1果味型 87

4.2.2低热量型 88

4.3全国碳酸饮料产品产量及变化趋势分析预测 88

4.3.1历史数据统计 88

4.3.2变化趋势分析 90

4.3.32008产量预测 91

4.3.4生产企业分析 91

4.3.5地区生产 92

4.3.5.1北京 92

4.3.5.2江苏 93

4.3.5.3上海 93

4.4优势品牌/成功案例分析 95

4.4.1可口可乐 95

4.4.2百事可乐 105

4.4.3非常可乐 106

第五章 果汁饮料市场分析及预测 111

5.1果汁定义 111

5.2果汁饮料定义 111

5.3果汁饮料的分类 112

5.3.1果汁	112
5.3.2果浆	113
5.3.3浓缩果浆	113
5.3.4果肉饮料	113
5.3.5果汁饮料	113
5.3.6果粒果汁饮料	114
5.3.7水果饮料浓浆	114
5.3.8水果饮料	114
5.4全国果汁饮料市场现状	115
5.4.1果汁饮料的销售情况分析	115
5.4.2全国产品产量	115
5.4.3地区生产	116
5.4.3.1北京	116
5.4.3.1上海	117
5.4.3.3广东	118
5.4.4优势品牌/成功案例分析	119
5.4.4.1汇源果汁	119
5.4.4.1.1品牌竞争力	119
5.4.4.1.2营销分析	120
5.4.4.2统一鲜橙多	121
5.4.4.3酷儿--整合营销传播策略	124
5.4.4.4新奇士	129
第六章 含乳饮料类市场分析及预测	131
6.1 乳饮料定义	131
6.2乳饮料分类	131
6.2.1 配制型含乳饮料	131
6.2.2 发酵型含乳饮料	131
6.3液体乳及乳制品制造业运行分析	131
6.4品牌销售动态分析	132
6.5、液态奶2008年发展趋势	135
6.6优势品牌/成功案例分析	136
6.6.1蒙牛--酸酸乳	136

6.6.1伊利--优酸乳	137
6.6.1娃哈哈--爽歪歪	137
第七章 饮用水市场分析及预测	141
7.1瓶装饮用水饮用水定义	141
7.2瓶装饮用水饮用分类	141
7.2.1 饮用天然矿泉水	141
7.2.2 饮用纯净水	141
7.2.3 其他饮用水	141
7.3世界饮用水市场分析及发展趋势研究报告	142
7.3.1 美国瓶装水市场分析	142
7.3.2 意大利矿泉水市场分析	146
7.3.3欧洲矿泉水产业分析	147
7.3.3.1生产规模	147
7.3.3.2包装	147
7.3.3.3销售	148
7.3.3.4市场	148
7.3.3.5品种	148
7.3.4俄罗斯纯净水市场分析	148
7.4国外瓶装矿泉水发展趋势	149
7.5我国饮用水市场	149
7.6我国瓶装饮用水产业发展趋势	151
7.7优势品牌/成功案例分析	160
7.7.1娃哈哈	160
7.7.2农夫山泉	169
第八章 茶饮料市场分析及预测	175
8.1 茶饮料定义	175
8.2 茶饮料分类	176
8.3 茶饮料作用	176
8.4 发展潜力	176
8.5 投资机会	177
8.6 优势品牌/成功案例分析	178
8.6.1 康师傅	178

8.6.2 统一	179
第九章 固体饮料市场分析及预测	185
9.1 固体饮料定义分类	185
9.1 固体饮料市场现状	185
9.2 优势品牌/成功案例分析	186
9.2.1 雀巢	186
第十章 特殊用途饮料分析及预测	188
10.1 特殊用途饮料(品)类定义	188
10.2 特殊用途饮料分类	188
10.2.1 运动饮料	188
10.2.2 营养素饮料	188
10.2.3 其他特殊用途饮料	188
10.3 市场现状	188
10.4 市场结构	189
10.4 消费需求	189
10.4优势品牌/成功案例分析	191
10.4.1红牛	191
10.4.2红牛维他命饮料有限公司	193
第四部分 竞争格局	195
第十一章 饮料市场竞争特征	197
11.1 饮料市场竞争多元化	197
11.2 科技含量与附加值	198
第十二章 饮料市场竞争格局分析	200
12.1 国内饮料发展走势竞争格局改变	200
12.2 饮料行业竞争力分析	200
12.3 饮料市场竞争手段	202
第十三章 国内优势企业分析	203
13.1 露露集团	203
13.1.1 公司简介	203
13.1 2006-2007经营状况	204
13.2 上海光明乳业股份有限公司	206
13.2.1公司简介	206

13.2.2 2006-2007年经营状况分析	206
13.3 娃哈哈集团	210
13.3.1 公司简介	210
13.3.2 经营状况	211
13.4 伊利股份	213
13.5 乐百氏(广东)食品饮料有限公司	216
13.5.1 公司简介	216
13.5.2 产品及品牌	216
13.5.3 战略动态	217
13.6 怡宝食品饮料(深圳)有限公司	220
13.6.1 公司简介	220
13.6.2 主要产品	220
13.7 农夫山泉股份有限公司	221
13.7.2 “农夫果园”营销分析	222
13.8 北京汇源饮料食品集团有限公司	225
13.8.1 公司简介	225
13.9.1 汇源果汁的策略隐患	225
13.9.1 海南椰树集团有限公司	227
第十四章 外资饮料企业分析	229
14.1 可口可乐公司	229
14.1.1 公司介绍	229
14.1.2 可口可乐饮料公司SWOT分析	230
14.1.2.1 优势(Strength)	230
14.1.2.2 劣势(Weakness)	231
14.1.2.3 机会(Opportunity)	231
14.1.2.4 威胁(Threat)	231
14.2 百事可乐国际集团	232
14.2.1 经营状况	232
14.2.2 市场份额变化	235
14.3 台湾统一企业	236
14.3.1 公司简介	236
14.4 台湾顶新集团	237

14.1 主要品牌 237

14.2 主要产品 238

第五部分 消费者及营销策略

第十五章 消费者调查 249

15.1 消费者基本状况 249

15.1.1 历年人口总量与结构统计 249

15.1.2 居民收入与消费 251

15.2 中国饮料市场消费者调查分析 253

15.2.1 茶饮料消费分析 266

15.2.2 消费者购买饮料习惯调查 268

15.2.3 碳酸饮料消费者调查 269

15.2.4 果汁消费终端市场调查 273

15.2.4.1 消费概况 273

15.2.4.2 消费特征 275

15.2.4.3 消费选择 278

15.2.5 瓶装饮用水消费者调查 279

第十六章 销售渠道及营销策略 294

16.1 销售渠道模式分析 294

16.1.1 传统销售渠道模式 294

16.1.2 销售渠道的变化模式 296

16.1.3 软饮料销售渠道选择的依据 297

16.1.4 软饮料企业的渠道整合 298

16.2 饮料销售终端策略 299

16.2.1 终端营销的战略优势 299

16.2.2 经销商选择和机构设置 300

16.2.3 市场铺货及产品陈列 301

16.2.4 终端促销 303

16.2.5 经销商业绩奖励 304

16.3 新进企业产品推广策略 306

16.3.1 差异化营销策略 306

16.3.2 产品试销 309

16.4 销售渠道建设经典案例分析 312

16.4.1 “酷儿”的整合营销传播策略	312
16.4.2 农夫果园--以差异化营销切入果汁饮料市场	316
16.4.3 平常渠道非常控制--娃哈哈集团营销案例	322
16.5 中国饮料行业营销发展趋势	328
16.5.1 同质化产品延伸竞争愈发激励	328
16.5.2 聚焦营销备受重视	329
16.5.3 精细化营销成为营销时尚	331
16.5.4 现代通路争夺战空前激烈	333
第十七章 饮料包装发展趋势	335
17.1 世界饮料包装市场发展趋势	335
17.2 中国饮料包装市场发展趋势	337
17.3 中国饮料包装市场新特点	341
17.4 外资垄断的中国饮料包装市场	342
第十八章 亚洲饮料发展现状与趋势	344
18.1 亚洲功能饮料占全球2/3	344
18.2 亚洲饮料市场发展趋势分析	344
第六部分 投资环境	347
第十九章 中国经济环境分析	349
19.1 2006年经济运行情况分析	349
19.2 2006年经济运行四大问题	352
19.3 2007年第一季度经济运行情况分析	355
19.3.1 总体情况	355
19.3.2 农业生产	356
19.3.3 工业生产	356
19.3.4 固定资产投资	357
19.3.5 国内市场销售	357
19.3.6 市场价格	358
19.3.7 对外贸易	358
19.3.8 城乡居民收入	359
第二十章 中国饮料行业政策环境	360
20.1 中国饮料产业相关政策环境分析	360
20.2 中国饮料标准化工作如何适应新形势的要求	360

20.3 WTO与关税政策对中国饮料市场的影响 361

第二十一章 中国饮料投资状况分析 364

21.1 中国软饮料行业进入壁垒分析 364

21.1.1 我国关于软饮料企业生产的相关法规 364

21.1.2 软饮料行业技术发展要求 367

21.2 中国饮料行业重要投资方向推荐 368

21.2.1 茶饮料市场投资机会 368

21.2.2 功能型饮料投资机会 369

21.2.3 咖啡市场投资机会 370

图表目录

图表 2006年1-12月饮料制造业生产总值统计 3

图表 2007年1-4月饮料制造业生产总值统计 3

图表 2004年-2007年饮料制造业企业单位数统计 3

图表 2006年1-12月饮料制造业企业单位数统计 4

图表 2004年-2007年饮料制造业企业单位数量变化趋势图 4

图表 2006年1-12月饮料制造业企业单位数量变化趋势图 4

图表 2007年1-4月饮料制造业企业单位数量统计 5

图表 2006年1-12月饮料制造业销售收入 5

图表 2007年1-4月饮料制造业销售收入 5

图表 2006年1-12月饮料制造业资本保值增值率 5

图表 2007年1-4月饮料制造业资本保值增值率 6

图表 2006年1-12月饮料制造业资本负债率 6

图表 2006年1-12月饮料制造业资本负债率变化趋势图 6

图表 2007年1-4月饮料制造业资本负债率 7

图表 2006年1-12月饮料制造业产值利税率统计 7

图表 2006年1-12月饮料制造业产值利税率变化趋势图 7

图表 2007年1-4月饮料制造业产值利税率统计 8

图表 2006年1-12月饮料制造业资金利润率统计 8

图表 2006年1-12月饮料制造业资金利润率变化趋势图 8

图表 2007年1-4月饮料制造业资金利税率统计 9

图表 2006年1-12月饮料制造业成本费用利润率变化趋势图 9

图表 2007年1-4月饮料制造业成本费用利润率统计 9

图表 2006年1-12月饮料制造业人均销售率统计 9

图表 2007年1-4月饮料制造业人均销售率统计 10

图表 2006年1-12月饮料制造业人均销售率变化趋势图 10

图表 2006年1-12月饮料制造业亏损企业单位数变化趋势图 10

图表 2007年1-4月饮料制造业亏损企业单位数量统计 11

图表 2006年1-12月饮料制造业累计亏损企业亏损总额 11

图表 2006年1-12月饮料制造业累计亏损企业亏损趋势图 11

图表 2007年1-4月饮料制造业累计亏损企业亏损总额 11

图表 2006年1-12月饮料制造业利润总额 12

图表 2007年1-4月饮料制造业利润总额 12

图表 2006年1-12月饮料制造业累计流动资产平均余额趋势图 12

图表 2006年1-12月饮料制造业累计流动资产平均余额统计 13

图表 2007年1-4月饮料制造业累计流动资产平均余额统计 13

图表 2006年1-12月饮料制造业累计固定资产净值平均余额统计 13

图表 2006年1-12月饮料制造业累计固定资产净值平均余额趋势图 13

图表 2007年1-4月饮料制造业累计固定资产净值平均余额统计 14

图表 2006年1-12月饮料制造业累计固定资趋势图 14

图表 2006年1-12月饮料制造业累计固定资产统计 14

图表 2007年1-4月饮料制造业累计固定资产统计 15

图表 2006年1-12月饮料制造业累计负债趋势图 15

图表 2006年1-12月饮料制造业累计负债统计 15

图表 2007年1-4月饮料制造业累计负债统计 15

图表 2006年1-12月饮料制造业产品销售成本统计 16

图表 2007年1-4月饮料制造业产品销售成本统计 16

图表 2006年1-12月饮料制造业产品销售费用统计 16

图表 2007年1-4月饮料制造业累计产品销售费用 16

图表 2006年1-12月饮料制造业产品销售税金及附加统计 17

图表 2007年1-4月饮料制造业累计产品产品销售税金及附加统计 17

图表 2005年各类饮料我国人均消费量及占世界平均消费水平比例 19

图表 2002-2006中国进口饮料总值/数量 23

图表 2007年1-3月进口水果汁数量/金额 24

图表 2007年1-3月进口蔬菜汁数量/金额 24

图表 2007年1-3月进口矿泉水及汽水数量/金额 24

图表 2007年1-3月进口冷冻饮品数量/金额 24

图表 2006年1-10月果汁出口量统计 24

图表 2006年1-10月苹果汁出口量统计 25

图表 2006年苹果汁出口占果汁出口比重 25

图表 2006年我国果汁对欧盟出口量/同比增长 26

图表 2006年我国果汁对美国出口量/同比增长 26

图表 我国苹果产量占世界苹果总产量 27

图表 2002-2006中国出口饮料总值/数量 28

图表 2007年3月份日本各类饮料的出口状况（部分国家） 28

图表 2007年1-3月我国水果出口情况 39

图表 2007年1-3月我国各省水果进出口情况 39

图表 2007年1-3月我国水果出口分国别情况 40

图表 2007年1-3月我国水果进口分国别情况 40

图表 2007年1-3月我国水果与东盟水果贸易情况 41

图表 2004-2007年我国广柑/蜜桔批发价格情况 41

图表 2004-2007年我国甜橙/鸭梨批发价格情况 42

图表 2004-2007年我国苹果批发价格情况 42

图表 2004-2007年我国香蕉/菠萝批发价格情况 43

图表 2006年1-6水果产品出口状况 43

图表 2006年1-6水果产品进口状况 44

图表 2006年1-6水果产品（分类别）出口状况及各占比率 44

图表 2006年1-6进口主要水果产品进口量及金额 44

图表 2006年1-6我国主要水果出口省份及出口金额比较（万美元） 44

图表 2006年1-6我国水果进出口金额居前五位省市（万美元） 44

图表 2006年1-6月我国水果产品主要出口国家及出口状况 44

图表 2006年1-6月我国水果主要进口国家状况 45

图表 2006年1-6月我国水果类产品出口东盟状况 45

图表 2006年1-6月我国水果类产品东盟进口状况 45

图表 2007年第一季度我国蔬菜批发价格 46

图表 2007年第一季度我国蔬菜出口品种 47

图表 2007年第一季度我国蔬菜出口各省统计 48

图表 2007年第一季度我国蔬菜出口分地区统计 48

图表 2007年第一季度我国蔬菜东盟对出口统计 49

图表 2004-2007年我国大白菜批发价格情况 49

图表 2004-2007年我国芹菜/胡萝卜批发价格情况 50

图表 2004-2007年我国黄瓜/土豆批发价格情况 50

图表 2004-2007年我国茄子/青椒批发价格情况 51

图表 2004-2007年我国大蒜/西红柿批发价格情况 51

图表 2006年上半年我国蔬菜出口状况 51

图表 2006年上半年蔬菜出口（分类别）状况 52

图表 2006年上半年我国主要蔬菜出口省份及出口金额比较（亿美元） 52

图表 2006年上半年我国主要蔬菜出口国家出口状况 52

图表 2004-2006年我国茶叶产量比较 55

图表 2004-2005年生产结构变化表 55

图表 各类饮料饮用频率统计表 56

图表 购买安全茶叶愿意支付较高价格的消费者特性差异鉴定 57

图表 实证计量模式解释变量符号与意义 58

图表 购买安全茶叶愿意支付价格增幅的Order Probit估计结果 59

图表 愿意支付较高金额购买绿色茶叶的回归估计结果 60

图表 2004/2005榨季全国累计食糖进出口比较 69

图表 2004、2005年我国糖料种植面积 70

图表 1992年以来我国食糖价格走势图（元/吨） 71

图表 纽约期货交易所11号原糖期货价格走势图 72

图表 91/92榨季以来我国食糖产量和消费量对比（单位：万吨） 73

图表 2003年-2005年机制糖产量 73

图表 2006年1-12月机制糖产量 73

图表 2004年1-12月碳酸饮料产量全国统计表 88

图表 2005年2-12月碳酸饮料产量全国统计表 88

图表 2005年1-12月份全国碳酸饮料制造业经济指标 89

图表 2006年1-12月我国碳酸饮料产量 90

图表 2007年1-4月我国碳酸饮料产量 90

图表 2005年第2季度碳酸饮料部分质量较好的产品及其企业名单 91

图表 2005年第2季度碳酸饮料部分质量较差的产品及其企业名单 91

图表 2006年1-12月碳酸饮料产量北京市统计表 92

图表 2007年1-5月碳酸饮料产量北京市统计表 92

图表5-3 2006年1-12月碳酸饮料产量江苏省统计表 93

图表5-4 2007年1-5月碳酸饮料产量江苏省统计表 93

图表 上海市2006年1-12月碳酸饮料产量统计表 93

图表 上海市2007年1-5月碳酸饮料产量统计表 94

图表 广东省2006年1-12月碳酸饮料产量统计表 94

图表 广东省2007年1-5月碳酸饮料产量统计表 95

图表 可口可乐公司利润构成 102

图表 百事可乐/可口可乐消费者比较 106

图表 2006年中国果汁行业总销售额/量统计 115

图表 2006年1-12月果汁饮料行业产量统计 115

图表 2007年1-5月果汁饮料行业产量统计 116

图表 北京2006年1-12月果汁饮料行业产量统计 116

图表 北京2007年1-15月果汁饮料行业产量统计 117

图表 上海2006年1-12月果汁饮料行业产量统计 117

图表 上海2007年1-15月果汁饮料行业产量统计 118

图表 广东2006年1-12月果汁饮料行业产量统计 118

图表 广东2007年1-15月果汁饮料行业产量统计 119

图表 2003-2007年液体乳及乳制品制造业工业总产值（当年价） 131

图表 2003-2007年液体乳及乳制品制造业工业产值趋势图 132

图表 2006年1-12月液体乳及乳制品制造业工业产值统计 132

图表 2006年1月份全国部分连锁店超市液体奶销售排行 132

图表 2006年2月份全国部分连锁店超市液体奶销售排行 133

图表 2006年3月份全国部分连锁店超市液体奶销售排行 133

图表 2006年4月份全国部分连锁店超市液体奶销售排行 134

图表 2006年5月份全国部分连锁店超市液体奶销售排行 134

图表 2006年6月份全国部分连锁店超市液体奶销售排行 134

图表 2006年7月份全国部分连锁店超市液体奶销售排行 135

图表 美国一级饮用水法规 142

图表 美国国家二级饮用水法规 144

图表 2002-2003意大利矿泉水产量 146

图表 意大利矿泉水市场状况 146

图表 意大利、美国每人均年消费瓶装矿泉水量 146

图表 欧洲主要国家矿泉水企业数量 147

图表 2001-2006年桶装水产量及增长趋势 150

图表 2006年1-12月瓶(罐)装饮用水全国合计 150

图表 2007年1-5月瓶(罐)装饮用水全国合计 151

图表 固体饮料前10位品牌的市场综合占有率 185

图表 2004年10月全国重点大型零售商场固体饮料销售排行 186

图表 我国特殊用途饮料的市场销售总额 188

图表 2006我国特殊用途饮料的市场结构 189

图表 红牛公司基本情况 194

图表 100%果汁消费者竞争力 200

图表 果汁饮料消费者竞争力 200

图表 鲜奶消费者竞争力 201

图表 酸奶消费者竞争力 201

图表 茶饮料消费者竞争力 201

图表 白酒消费者竞争力 201

图表 葡萄酒 消费者竞争力 201

图表 2006-2007露露集团利润构成 204

图表 2006-2007露露集团获利能力 204

图表 2006-2007露露集团经营能力经营能力 204

图表 2006-2007露露集团偿债能力 205

图表 2006-2007露露集团资本结构 205

图表 2006-2007露露集团发展能力 205

图表 2006-2007露露集团资金流量分析 205

图表 2006-2007年光明乳业利润构成分析 206

图表 2006-2007年光明乳业获利能力分析 207

图表 2006-2007年光明乳业经营能力分析 207

图表 2006-2007年光明乳业偿债能力分析 207

图表 2006-2007年光明乳业资本结构分析 207

图表 2006-2007年光明乳业发展能力分析 208

图表 2006-2007年光明乳业资金流量分析 208

图表 全球饮料产销量排名前5位 211

图表 2004-2005娃哈哈营业收入、利润比较 212

图表 2006娃哈哈营业收入/利润 212

图表 2006娃哈哈饮料产量/销售收入 212

图表 2005-2006伊利集团主营业务收入、利润及增长比率 214

图表 2006-2007年伊利集团利润构成分析 214

图表 2006-2007年伊利集团获利能力分析 214

图表 2006-2007年伊利集团经营能力分析 215

图表 2006-2007年伊利集团偿债能力分析 215

图表 2006-2007年伊利集团资本结构分析 215

图表 2006-2007年伊利集团发展能力分析 215

图表 2006-2007年伊利集团现金流量分析 216

图表 台湾统一企业各年资本额和营业额比较 237

图表 1995年顶新集团渠道结构 240

图表 1998年顶新集团渠道结构 242

图表 2005中国人口数及构成（万人） 249

图表 1953-2050年期间中国人口结构的变化 250

图表 未来中国人口增长趋势 250

图表 2000年-2006年城镇居民人均可支配收入增长分析 251

图表 城镇居民人均可支配收入增长速度 251

图表 2006年上半年城镇居民家庭人均可支配收入统计 252

图表 2006年上半年城镇居民人均消费支出/同期增长 252

图表 中国各类饮料消费者所占比例 253

图表 消费者的饮料饮用量 253

图表 消费者的饮料种类选择习惯 254

图表 消费者饮用的饮料种类 255

图表 消费者的饮料品牌选择习惯 255

图表 消费者的饮料品牌认知渠道 256

图表 消费者购买饮料的地点 256

图表 消费者的饮料一次购买量 257

图表 2006-2007消费者夏季最喜欢的饮料类型 258

图表 2006-2007消费者夏季饮料类型预测值与实际值对比 258

图表 不同性别消费者最常购买的饮料的类型 259

图表 消费者购买饮料时最重视的因素 259

图表 消费者最常购买饮料的地点 260

图表 最吸引消费者的饮品概念 261

图表 消费者对不同饮品的三大需求 261

图表 消费者最常购买的十大品牌 262

图表 2008夏季饮品消费预测 264

图表 2008消费者对不同饮品的三大潜在需求 265

图表 2008男女消费者需求的饮料类型 266

图表 我国茶饮料消费者最常饮用茶饮料比例图 266

图表 消费者最常饮用的茶饮料种类 267

图表 我国茶饮料消费者种类选择性别差异图 267

图表 我国15个城市茶饮料消费者品牌选择情况表 268

图表 碳酸饮料不同品牌提及率 270

图表 碳酸饮料不同品牌广告提及率 270

图表 碳酸饮料不同品牌近3个月来的购买率 271

图表 喝碳酸饮料人群的年龄分布 272

图表 果汁饮料城市渗透率 274

图表 果汁饮料消费者性别构成 276

图表 果汁饮料消费者年龄构成 276

图表 果汁饮料消费职业构成 277

图表 家庭收入对果汁饮料消费的影响 278

图表 各城市居民饮用果汁频率分布 278

图表 口味对果汁饮料消费的影响 279

图表 果汁消费者对消费场所的选择 279

图表 瓶装饮用水消费者群体年龄构成 280

图表 瓶装饮用水的消费群体的文化程度构成 281

图表 瓶装饮用水的消费群体的收入构成 281

图表 浙江地区瓶装饮用水的品牌知名度 282

图表 浙江地区瓶装饮用水的品牌认知度 283

图表 浙江地区瓶装饮用水的品牌满意度 284

图表 浙江地区瓶装饮用水的品牌满意度 284

图表 浙江地区瓶装饮用水的品牌忠诚度 285

图表 浙江地区瓶装饮用水的品牌推荐率 285

图表 消费者选择瓶装饮用水的类型 286

图表 消费者选择购买瓶装饮用水地点 286

图表 消费者选择购买瓶装饮用水包装规格 287

图表 消费者选择购买瓶装饮用水信息来源 287

图表 消费者选择饮用瓶装水饮用时机 288

图表 影响瓶装饮用水购买因素分析 288

图表 2006年中国国内生产总值 349

图表 2004-2005年中国国内生产总值增长 349

图表 2006年中国国内生产总值1-4季度增长 349

图表 2006年中国第一产业/第二产业/第三产业增长 350

图表 2006年中国粮食总产量增长统计 350

图表 2006年中国规模以上工业企业完成增加值统计 350

图表 2006年中国对外贸易统计 351

图表 2006年以来投资增幅升降比较大的行业 351

图表 2006年以来投资增幅比较大的行业 352

图表 2006年中国人均国内生产总值 353

图表 2006年我国城镇居民人均可支配收入 353

图表 2006年我国农民人均纯收入 354

图表 2006年我国居民消费价格 354

图表 2006年我国生产资料价格 354

图表 2006年我国固定资产投资 355

图表 2007一季度国内生产总值/同比增长 356

图表 2007一季度全国规模以上工业完成增加值 356

图表 2007一季度全国规模以上工业利润 357

图表 2007一季度全社会固定资产投资 357

图表 2007一季度社会消费品零售总额 358

图表 2007一季度进出口总额 358

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/56465.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。