



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2008年中国碳酸饮料市场分析及 发展趋势研究报告

## 一、调研说明

《2008年中国碳酸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/56466.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](mailto: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 碳酸饮料的定义及分类3

##### 1.1 碳酸饮料的定义3

##### 1.2 碳酸饮料的分类3

#### 第二章 全国碳酸饮料产品产量及变化趋势分析预测5

##### 2.1 历史数据统计5

##### 2.2 变化趋势分析7

##### 2.3 2008产量预测8

##### 2.4 生产企业分析8

### 第二部分 华北地区11

#### 第三章 北京市碳酸饮料产产量及变化趋势分析预测13

##### 3.1 历史数据统计13

##### 3.2 变化趋势分析14

##### 3.3 2008年产量预测15

#### 第四章 天津市碳酸饮料产品产量变化趋势分析预测16

##### 4.1 历史数据统计16

##### 4.2 变化趋势分析17

##### 4.3 2008年产量预测18

### 第三部分 华东地区19

#### 第五章 江苏省碳酸饮料产品产量变化趋势分析预测21

##### 5.1 历史数据统计21

##### 5.2 变化趋势分析22

##### 5.3 2008年产量预测23

#### 第六章 上海市碳酸饮料产品产量变化趋势分析预测24

##### 6.1 历史数据统计24

6.2 变化趋势分析25

6.3 2008产量预测26

#### 第四部分 华南地区27

##### 第七章 广东省碳酸饮料产品产量变化趋势分析预测28

7.1 历史数据统计28

7.2 变化趋势分析29

7.3 2008产量预测30

##### 第八章 海南省碳酸饮料产品产量变化趋势分析预测31

8.1 历史数据统计31

8.2 变化趋势分析32

8.3 2008产量预测33

#### 第四部分 华中地区35

##### 第九章 河南省碳酸饮料产量及变化趋势分析预测37

9.1 历史数据统计37

9.2 变化趋势分析38

9.3 2008产量预测39

##### 第十章 湖北省碳酸饮料产量及变化趋势分析预测40

10.1 历史数据统计40

10.2 变化趋势分析41

10.3 2008产量预测42

#### 第五部分 西南地区43

##### 第十一章 四川省碳酸饮料产量统计45

11.1 历史数据统计45

11.2 变化趋势分析46

11.3 2008产量预测47

#### 第六部分 西北地区49

## 第十二章 陕西省碳酸饮料产量统计51

### 12.1 历史数据统计51

### 12.2 变化趋势分析52

### 12.3 2008产量预测53

## 第十三章 内蒙古碳酸饮料产量54

### 13.1 历史数据统计54

## 第七部分 行业环境57

## 第十四章 碳酸饮料价格分析59

## 第十五章 消费环境分析61

## 第十六章 中国饮料市场营销环境分析74

### 16.1 销售渠道模式分析74

#### 16.1.1 传统销售渠道模式74

#### 16.1.2 销售渠道的变化模式76

#### 16.1.3 软饮料销售渠道选择的依据78

#### 16.1.4 软饮料企业的渠道整合78

### 16.2 饮料销售终端策略80

#### 16.2.1 终端营销的战略优势80

#### 16.2.2 经销商选择和机构设置81

#### 16.2.3 市场铺货及产品陈列82

#### 16.2.4 终端促销84

#### 16.2.5 经销商业绩奖励85

### 16.3 新进企业产品推广策略87

#### 16.3.1 差异化营销策略87

#### 16.3.2 产品试销91

### 16.4 销售渠道建设经典案例分析94

#### 16.4.1 “酷儿”的整合营销传播策略94

#### 16.4.2 农夫果园——以差异化营销切入果汁饮料市场99

#### 16.4.3 平常渠道非常控制——娃哈哈集团营销案例105

- 16.5 中国饮料行业营销发展趋势112
  - 16.5.1 同质化产品延伸竞争愈发激励112
  - 16.5.2 聚焦营销备受重视113
  - 16.5.3 精细化营销成为营销时尚116
  - 16.5.4 现代通路争夺战空前激烈118

## 第十七章 中国经济环境分析120

- 17.1 2006年经济运行情况分析120
- 17.2 2006年经济运行四大问题123
- 17.3 2007年第一季度经济运行情况分析127
  - 17.3.1 总体情况127
  - 17.3.2 农业生产127
  - 17.3.3 工业生产127
  - 17.3.4 固定资产投资128
  - 17.3.5 国内市场销售129
  - 17.3.6 市场价格130
  - 17.3.7 对外贸易130
  - 17.3.8 城乡居民收入130

## 图表目录

- 图表2-1 2004年1-12月碳酸饮料产量全国统计表5
- 图表2-2 2005年2-12月碳酸饮料产量全国统计表5
- 图表2-3 2005年1-12月份全国碳酸饮料制造业经济指标6
- 图表2-4 2006年1-12月我国碳酸饮料产量7
- 图表2-5 2007年1-4月我国碳酸饮料产量7
- 图表2-6 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8
- 图表2-7 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9
- 图表3-1 2004年1-12月碳酸饮料产量北京市统计表13
- 图表3-2 2005年1-12月碳酸饮料产量北京市统计表13
- 图表3-3 2006年1-12月碳酸饮料产量北京市统计表14
- 图表3-4 2007年1-5月碳酸饮料产量北京市统计表14
- 图表3-5 2008年北京市碳酸饮料行业预测15

图表4-1 2004年1-12月碳酸饮料产量天津市统计表16  
图表4-2 2005年1-12月碳酸饮料产量天津市统计表16  
图表4-3 2006年1-12月碳酸饮料产量天津市统计表17  
图表4-4 2007年1-4月碳酸饮料产量天津市统计表17  
图表4-5 2008年天津市碳酸饮料行业预测18  
图表5-1 2004年1-12月碳酸饮料产量江苏省统计表21  
图表5-2 2005年1-12月碳酸饮料产量江苏省统计表21  
图表5-3 2006年1-12月碳酸饮料产量江苏省统计表22  
图表5-4 2007年1-5月碳酸饮料产量江苏省统计表22  
图表5-5 2008年江苏省碳酸饮料行业测23  
图表6-1 上海市2004年1-12月碳酸饮料产量统计表24  
图表6-2 上海市2005年1-12月碳酸饮料产量统计表24  
图表6-3 上海市2006年1-12月碳酸饮料产量统计表25  
图表6-4 上海市2007年1-5月碳酸饮料产量统计表25  
图表6-5 2008年上海碳酸饮料行业测26  
图表7-1 广东省2004年1-12月碳酸饮料产量统计表28  
图表7-2 广东省2005年1-12月碳酸饮料产量统计表28  
图表7-3 广东省2006年1-12月碳酸饮料产量统计表29  
图表7-4 广东省2007年1-5月碳酸饮料产量统计表29  
图表7-5 2008年广东省碳酸饮料行业预测30  
图表8-6 海南省2004年1-12月碳酸饮料产量统计表31  
图表8-7 海南省2005年1-12月碳酸饮料产量统计表31  
图表8-8 海南省2006年1-12月碳酸饮料产量统计表32  
图表8-9 海南省2007年1-5月碳酸饮料产量统计表32  
图表8-10 2008年海南省碳酸饮料行业预测33  
图表9-1 河南省2004年1-12月碳酸饮料产量统计表37  
图表9-2 河南省2005年1-12月碳酸饮料产量统计表37  
图表9-3 河南2006年1-12月碳酸饮料产量统计表38  
图表9-4 河南省2007年1-5月碳酸饮料产量统计表38  
图表9-5 2008年河南省碳酸饮料行业预测39  
图表10-1 湖北省2004年1-12月碳酸饮料产量统计表40  
图表10-2 湖北省2005年1-12月碳酸饮料产量统计表40

图表10-3 湖北省2006年1-12月碳酸饮料产量统计表41

图表10-4 湖北省2007年1-5月碳酸饮料产量统计表41

图表10-5 2008年湖北省碳酸饮料行业预测42

图表11-1 四川省2004年1-12月碳酸饮料产量统计表45

图表11-2 四川省2005年1-12月碳酸饮料产量统计表45

图表11-3 四川省2006年1-12月碳酸饮料产量统计表46

图表11-4 四川省2007年1-5月碳酸饮料产量统计表46

图表11-5 2008年四川省碳酸饮料行业预测47

图表12-1 陕西省2004年1-12月碳酸饮料产量统计表51

图表12-2 陕西省2005年1-12月碳酸饮料产量统计表51

图表12-3 陕西省2006年1-12月碳酸饮料产量统计表52

图表12-4 陕西省2007年1-5月碳酸饮料产量统计表52

图表12-5 2008年陕西省碳酸饮料行业预测53

图表13-1 内蒙古2004年1-12月碳酸饮料产量统计表54

图表13-2 内蒙古2005年1-12月碳酸饮料产量统计表54

图表13-3 内蒙古2006年1-12月碳酸饮料产量统计表55

图表13-4 内蒙古2007年1-5月碳酸饮料产量统计表55

图表15-1 碳酸饮料不同品牌提及率61

图表15-2 碳酸饮料不同品牌广告提及率62

图表15-3 碳酸饮料不同品牌近3个月来的购买率62

图表15-4 喝碳酸饮料人群的年龄分布63

图表15-5 2006-2007消费者夏季最喜欢的饮料类型65

图表15-6 2006-2007消费者夏季饮料类型预测值与实际值对比66

图表15-7 不同性别消费者最常购买的饮料的类型66

图表15-8 消费者购买饮料时最重视的因素67

图表15-9 消费者最常购买饮料的地点68

图表15-10 最吸引消费者的饮品概念68

图表15-11 消费者对不同饮品的三大需求69

图表15-12 消费者最常购买的十大品牌69

图表15-13 2008夏季饮品消费预测72

图表15-14 2008消费者对不同饮品的三大潜在需求73

图表15-15 2008男女消费者需求的饮料类型73



图表17-1 2006年中国国内生产总值120  
图表17-2 2004-2005年中国国内生产总值增长120  
图表17-3 2006年中国国内生产总值1-4季度增长120  
图表17-4 2006年中国第一产业/第二产业/第三产业增长121  
图表17-5 2006年中国粮食总产量增长统计121  
图表17-6 2006年中国规模以上工业企业完成增加值统计121  
图表17-7 2006年中国对外贸易统计122  
图表17-8 2006年以来投资增幅升降比较大的行业122  
图表17-9 2006年以来投资增幅比较大的行业123  
图表17-10 2006年中国人均国内生产总值124  
图表17-11 2006年我国城镇居民人均可支配收入125  
图表17-12 2006年我国农民人均纯收入125  
图表17-13 2006年我国居民消费价格126  
图表17-14 2006年我国生产资料价格126  
图表17-15 2006年我国固定资产投资126  
图表17-16 2007一季度国内生产总值/同比增长127  
图表17-17 2007一季度全国规模以上工业完成增加值128  
图表17-18 2007一季度全国规模以上工业利润128  
图表17-19 2007一季度全社会固定资产投资129  
图表17-20 2007一季度社会消费品零售总额129  
图表17-21 2007一季度进出口总额130

A004

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/56466.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](http://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。