



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2006-2007中国碳酸饮料市场研究年度报告

# 一、调研说明

《2006-2007中国碳酸饮料市场研究年度报告》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/56546.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

2006-2007中国碳酸饮料市场研究年度报告

### 目录

#### 一、行业简介 1

##### (一) 市场定义及范围界定 1

##### (二) 发展历史回顾 1

#### 二、宏观环境分析 3

##### (一) 政策分析 3

###### 1、对外国牌号碳酸饮料生产的扶植力度进一步加大 3

###### 2、规范生产与生产许可证制进一步深化 3

##### (二) 经济分析 3

###### 1、经济增长 3

###### 2、城镇居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数 4

###### 3、城镇人员从业状况 5

###### 4、存贷款利率变化 6

###### 5、财政收支状况 7

##### (三) 技术分析 9

###### 1、技术创新层出不穷 9

###### 2、产品生产与包装技术不断升级 9

##### (四) 社会分析 10

###### 1、人口规模分析 10

###### 2、年龄结构分析 11

###### 3、学历结构分析 11

#### 三、市场分析 14

##### (一) 市场规模 14

##### (二) 产品结构 14

##### (三) 区域市场结构 15

##### (四) 品牌市场结构 16

##### (五) 市场特征 17

###### 1、碳酸饮料产量增速不断下降 17

###### 2、可口可乐与百事可乐处于强势竞争地位 18

- 3、区域不均衡发展的现象较为严重 18
- 4、可口可乐与百事可乐的渠道建设已经日趋完善 18
- 四、市场竞争分析 19
  - (一) 集中度分析 19
    - 1、可口可乐与百事可乐的市场占有率 19
    - 2、集中度状态描述及趋势 19
  - (二) 价值链分析 20
  - (三) 行业生命周期分析 20
- 五、主要厂商分析 21
  - (一) 可口可乐 21
    - 1、市场份额 21
    - 2、产品结构 21
    - 3、主营业务收入与利润状况 21
  - (二) 百事可乐 22
    - 1、市场份额 22
    - 2、产品结构 22
    - 3、主营业务收入与利润状况 22
- 六、市场发展趋势分析 23
  - (一) 行业发展趋势 23
    - 1、产品发展趋势 23
    - 2、价格变化趋势 23
    - 3、渠道发展趋势 23
    - 4、用户需求趋势 24
    - 5、服务发展趋势 24
  - (二) 行业规模预测 24
  - (三) 区域结构预测 27
  - (四) 产品结构预测 28
- 七、市场发展策略与建议 30
  - (一) 产品策略 30
  - (二) 价格策略 30
  - (三) 销售策略 30
  - (四) 服务策略 30

(五) 品牌策略 31

(六) 市场投资机会建议 31

## 图目录

- 图 1 2002-2006年中国国内生产总值及增长情况 4
- 图 2 2002-2006年中国城镇居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数 5
- 图 3 2003-2005年中国城镇从业人员数量 5
- 图 4 1997-2006年中国存款利率变动情况 7
- 图 5 1997-2006年中国贷款利率变动情况 7
- 图 6 2001-2005年中国财政收支状况 8
- 图 7 2001-2005年中国财政收支增长状况及财政收入占GDP比重 8
- 图 8 2001-2005年中国财政收支结构 9
- 图 9 1986-2005年中国人口数量与增长率情况 10
- 图 10 2005年末中国人口年龄结构 11
- 图 11 2005年末中国学历结构 12
- 图 12 1998 - 2006年全国饮料总产量与增长率 14
- 图 13 2006年外国牌号碳酸饮料产品结构 15
- 图 14 2001-2005年外国牌号碳酸饮料产品结构 15
- 图 15 2002 - 2006年碳酸饮料产量区域市场结构 16
- 图 16 2006年碳酸饮料市场品牌市场结构 17
- 图 17 2001-2005年碳酸饮料市场品牌市场结构 17
- 图 18 2001-2006年“二乐”市场占有率情况 19
- 图 19 2007-2011年中国饮料行业产量与同比增长率 26
- 图 20 2007-2011年中国饮料行业产品市场结构预测 27
- 图 21 2007-2011年中国碳酸饮料产量预测 27
- 图 22 2007-2011年中国碳酸饮料区域市场结构预测 28
- 图 23 2007-2011年中国碳酸饮料市场产品市场结构预测 29

## 表目录

- 表 1 按行业细分的城镇从业人员数量 6
- 表 2 2005年中国内地各省、市、自治区面积与人口状况 13
- 表 3 产业生命周期主要特征列表 20

表 4 截止2006年第三季度可口可乐企业市场份额情况 21

表 5 2005年可口可乐产品结构情况 21

表 6 截止2006年第三季度百事可乐企业市场份额情况 22

表 7 2005年百事可乐产品结构情况 22

表 8 1998-2006年饮料产量与自变量数值 25

表 9 多元线性回归的数据预测 25

表 10 2007-2011年中国饮料产量预测 26

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/56546.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。