



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年中国软饮料产业市场走势及投资咨询分析报告

一、调研说明

《2009-2012年中国软饮料产业市场走势及投资咨询分析报告》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/98220.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

目录

第一章 2008-2009年中国软饮料产业运行环境

第一节 2008-2009年中国宏观经济环境

一、中国GDP

二、城乡居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数

三、存贷款利率变化

第二节 2008-2009年中国软饮料产业政策环境

一、中国调整碳酸饮料管理办法

二、含乳饮料卫生标准

三、茶、咖啡、植物饮料允许使用添加剂的原则

第三节 2008-2009年中国软饮料产业社会环境

第二章 2008-2009年国际软饮料市场运行态势

第一节 2008-2009年全球软饮料市场概况

一、环球三大饮品"谁主沉浮"

二、全球软饮料业寻找新出路

三、国际软饮料业新流行产品

四、西方低糖软饮料发展时机已成熟

第二节 2008-2009年世界主要国家软饮料市场

一、美国软饮料市场

二、德国软饮料行业

三、意大利软饮料行业

四、保加利亚软饮料行业

第三节 2009-2012年世界软饮料产业发展趋势

第三章 2008-2009年中国软饮料行业运行形势

第一节 2008-2009年中国软饮料行业现状

一、中国软饮料业运行特点

二、中国软饮料业价格战进入"白热化"

三、中国软饮料业增长迅速

第二节 2008-2009年中国软饮料行业安全与健康

- 一、食品饮料行业面对健康和赢利难以选择
- 二、食品饮料业面临安全考验
- 三、迫切建立食品饮料安全保障体系
- 四、管理问题是中国饮料行业发展的重要问题

第三节 中国软饮料进出口数据

- 一、未加糖或其他甜物质及未加味的水；冰及雪
- 二、加味、加糖或其他甜物质的水
- 三、其他发酵饮料；未列名的发酵饮料的混合物

第四节 2008-2009年中国软饮料行业面临的挑战及对策

- 一、中国"饮料"企业将面临八大考验
- 二、中国本土软饮料企业又遭受新品牌挑战
- 三、国内企业应对品牌竞争对策
- 四、中国饮料企业攻克技术壁垒的途径

第四章 2006-2008年中国软饮料制造业运行数据监测

第一节 2006-2008年中国软饮料制造业总体运行指标

第二节 2006-2008年中国软饮料制造业企业数量规模

- 一、中国软饮料制造业企业数量
- 二、企业规模及所有制

第三节 2006-2008年中国软饮料制造业从业人数调查

- 一、总体从业人数
- 二、不同规模企业从业人员
- 三、不同所有制企业比较

第四节 2006-2008年中国软饮料制造业产销状况监测

- 一、2006-2008年中国工业总产值
- 二、2006-2008年中国软饮料制造业产成品
- 三、2006-2008年中国软饮料制造业总销售收入

第五节 2006-2008年中国软饮料制造业工业利润总额

- 一、2006-2008年中国软饮料制造业工业利润总额
- 二、不同规模企业工业利润总额
- 三、不同所有制企业比较

第五章 2007、2008年中国软饮料产品产量数据

第一节 软饮料

一、2007年全国及重点省市软饮料产量

二、2008年全国及重点省市软饮料产量

三、全国及重点省市软饮料产量增长

第二节 碳酸饮料

一、2007年全国及重点省市碳酸饮料产量

二、2008年全国及重点省市碳酸饮料产量

三、全国及重点省市碳酸饮料产量增长

第三节 果汁及果汁饮料

一、2007年全国及重点省市果汁及果汁饮料产量

二、2008年全国及重点省市果汁及果汁饮料产量

三、全国及重点省市果汁及果汁饮料产量增长

第四节 液体乳

一、2007年全国及重点省市液体乳产量

二、2008年全国及重点省市液体乳产量

三、全国及重点省市液体乳产量增长

第六章 2008-2009年中国茶饮料市场运行动态

第一节 2008-2009年国际茶饮料市场

一、日本茶饮料发展十分迅速

二、韩国茶叶市场概况

三、美国茶及茶饮料市场

四、哈萨克斯坦茶饮料市场容量大

第二节 2008-2009年中国茶饮料市场现状

一、中国茶饮料健康发展

二、中国茶饮料市场形势综述

三、茶饮料使中国饮料市场竞争呈现多元化

四、中国茶叶出口状况

五、中国"茶饮料"行业产品和企业综合实力比拼

第三节 2008-2009年中国茶饮料市场的问题与对策

一、中国茶饮料市场三大问题解析

- 二、中国茶饮料市场开辟须规范
- 三、利用茶饮料国家标准整治市场混乱格局

第七章 2008-2009年中国果汁行业运行走势透析

第一节 2008-2009年国际果汁市场概况

- 一、欧洲果汁市场状况
- 二、欧盟浓缩苹果汁供应数量上升
- 三、北美地区有机果汁市场销售额上涨
- 四、国际酸果汁市场凸显竞争优势

第二节 2008-2009年中国果汁行业现状

- 一、出口与消费双向并轨拉动果汁行业
- 二、果汁行业"冷"时代已起跑
- 三、国内果汁饮料行业概况

第三节 2008-2009年中国果汁市场

- 一、果汁饮料市场惊现拐点
- 二、纯果汁成为果汁市场热点
- 三、饮料市场剑拔弩张的背后隐藏重重危机

第八章 2008-2009年中国功能饮料市场运行局势解析

第一节 2008-2009年国际功能饮料市场现状

- 一、国际功能饮料发展现状
- 二、全球功能饮料市场高速发展
- 三、功能饮料掀起全球热潮

第二节 2008-2009年中国功能饮料的市场

- 一、中国功能饮料市场解读
- 二、"时势"推动功能饮料市场细分
- 三、高利润引发功能饮料市场大战

第三节 2008-2009年中国功能饮料市场面临的挑战与对策

- 一、标准难确定制约功能饮料发展
- 二、功能饮料发展缓慢原因
- 三、功能饮料市场品牌雷同严重
- 四、品牌和品质决定功能饮料未来发展

五、功能饮料打造理想品牌日趋重要

第九章 2008-2009年中国其它饮料产业市场格局浅析

第一节 2008-2009年中国含乳饮料产业

- 一、含乳饮料相关概念
- 二、乳业市场竞争
- 三、创新性含乳饮料市场具有增长性
- 四、乳酸菌饮品掀起饮料市场竞争
- 五、中国乳酸菌饮料行业需要更科学的标准

第二节 2008-2009年中国碳酸饮料产业市场

- 一、碳酸饮料的利与弊
- 二、可口可乐与百事可乐
- 三、欧洲可乐进入中国碳酸饮料市场
- 四、碳酸饮料更换包装点亮市场
- 五、"十一五"中国碳酸饮料生产比例将下降

第十章 2008-2009年中国软饮料业市场竞争格局

第一节 2008-2009年中国软饮料行业竞争力

- 一、现有竞争者
- 二、潜在进入者
- 三、供应商议价能力
- 四、替代品
- 五、消费者

第二节 2008-2009年中国软饮料行业竞争特点

- 一、外资企业在行业竞争中占重要地位
- 二、产品向中西部转移
- 三、软饮料品牌竞争日益成熟
- 四、软饮料行业的广告竞争更激烈

第三节 2009-2012年中国软饮料业竞争趋势

- 一、软饮料品类格局演变预测
- 二、未来竞争和发展的五大关键主题

三、中国软饮料行业竞争未来发展趋势

四、饮料市场竞争日趋多元化

第十一章 2008-2009年中国软饮料营销渠道与策略

第一节 2008-2009年中国营销渠道

一、营销渠道的概念、类型与动态

二、营销渠道的发展阶段

三、营销渠道的策划

第二节 2008-2009年中国软饮料的营销策略

一、饮料营销策略探讨

二、饮料行业应塑造国际品牌

三、体验营销是饮料营销新动向

四、功能饮料的营销模式

第三节 案例

一、可口可乐的营销武器

二、百事可乐在中国的营销

三、蒙牛的营销策划

四、王老吉营销全案简析

第十二章 2008-2009年中国主要软饮料企业竞争力对比分析

第一节 光明乳业股份有限公司

一、公司简介

二、公司主要财务指标

三、公司成本费用情况

四、公司未来战略

第二节 百事(中国)有限公司

一、公司简介

二、公司主要财务指标

三、公司成本费用情况

四、公司未来战略

第三节 红牛维他命饮料有限公司

一、公司简介

二、公司主要财务指标

三、公司成本费用情况

四、公司未来战略

第四节 上海梅林正广和股份有限公司

一、公司简介

二、公司主要财务指标

三、公司成本费用情况

四、公司未来战略

第五节 椰树集团海口罐头厂

一、公司简介

二、公司主要财务指标

三、公司成本费用情况

四、公司未来战略

第六节 北京汇源集团咸阳饮料食品有限公司

一、公司简介

二、公司主要财务指标

三、公司成本费用情况

四、公司未来战略

第七节 上海锦江麒麟饮料食品有限公司

一、公司简介

二、公司主要财务指标

三、公司成本费用情况

四、公司未来战略

第八节 杭州娃哈哈饮料有限公司

一、公司简介

二、公司主要财务指标

三、公司成本费用情况

四、公司未来战略

第九节 乐百氏(广东)食品饮料有限公司

一、公司简介

二、公司主要财务指标

三、公司成本费用情况

四、公司未来战略

第十节 昆山统一企业食品有限公司

一、公司简介

二、公司主要财务指标

三、公司成本费用情况

四、公司未来战略

第十一节 略。。。。。。。

第十三章 2009-2012年中国软饮料产业发展趋势预测

第一节 2009-2012年中国软饮料产业前景预测

一、中国软饮料行业发展潜力巨大

二、中国"软饮料"市场最新发展趋势

三、国内软饮料品种发展方向

四、"汤饮料"成为饮料业发展的下一个目标

第二节 2009-2012年中国软饮料产业细分市场发展预测

一、茶饮料的发展趋势

二、果汁行业的发展前景与趋势

三、功能饮料的发展前景预测

四、乳饮料发展前景预测

第三节 2009-2012年中国软饮料产业市场盈利预测

第十四章 2009-2012年中国软饮料产业投资机会与风险

第一节 2009-2012年中国软饮料产业投资机会

一、软饮料市场前景商机大

二、果汁饮料行业投资前景广阔

三、投资浓缩苹果汁产业利润高

四、中国蔬菜汁生产发展前景诱人

第二节 2009-2012年中国软饮料产业投资风险

一、国内饮料行业竞争门槛提高

二、企业新产品开发力度加大

三、食品饮料行业成本压力过大

第三节 2009-2012年中国软饮料产业投资策略与建议

- 一、充分发挥资源优势进行产品创新
- 二、关键在于品牌培养与经营
- 三、放缓扩张速度加强结构调整

第十五章 金融危机对软饮料产业的影响及企业应对策略

第一节 金融危机对软饮料产业的影响

- 一、2009年金融危机对中国实体经济的影响基本面
- 二、金融危机对中国软饮料产业的传导机制
- 三、中国软饮料出口需求受金融危机影响
- 四、2008年中国出台对软饮料出口利好政策解析

第二节 我国软饮料产业应对金融危机的主要策略探讨

- 一、政策角度
- 二、增强内功修炼，提升产品质量
- 三、出口企业转战国内市场策略
- 四、海外并购策略

第三节 应对金融危机建议

图表名称：部分

图表 2006-2008年中国GDP

图表 2006-2008年中国城乡居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数

图表 2006-2008年中国存贷款利率变化

图表 2006-2008年中国软饮料制造业企业数量

图表 2006-2008年中国软饮料制造业企业规模及所有制

图表 2006-2008年中国软饮料制造业从业人数调查

图表 2006-2008年中国软饮料制造业总体从业人数

图表 2006-2008年中国软饮料制造业不同规模企业从业人员

图表 2006-2008年中国软饮料制造业不同所有制企业比较

图表 2006-2008年中国软饮料制造业工业总产值

图表 2006-2008年中国软饮料制造业产成品

图表 2006-2008年中国软饮料制造业总销售收入

图表 2006-2008年中国软饮料制造业工业利润总额

图表 2006-2008年中国软饮料制造业工业利润总额

图表 2006-2008年中国软饮料制造业不同规模企业工业利润总额

图表 2006-2008年中国软饮料制造业不同所有制企业比较

图表 光明乳业股份有限公司盈利指标情况

图表 光明乳业股份有限公司资产运行指标状况

图表 光明乳业股份有限公司资产负债能力指标

图表 光明乳业股份有限公司盈利能力情况

图表 光明乳业股份有限公司销售收入情况

图表 光明乳业股份有限公司成本费用构成情况

图表 百事(中国)有限公司盈利指标情况

图表 百事(中国)有限公司资产运行指标状况

图表 百事(中国)有限公司资产负债能力指标

图表 百事(中国)有限公司盈利能力情况

图表 百事(中国)有限公司销售收入情况

图表 百事(中国)有限公司成本费用构成情况

图表 红牛维他命饮料有限公司盈利指标情况

图表 红牛维他命饮料有限公司资产运行指标状况

图表 红牛维他命饮料有限公司资产负债能力指标

图表 红牛维他命饮料有限公司盈利能力情况

图表 红牛维他命饮料有限公司销售收入情况

图表 红牛维他命饮料有限公司成本费用构成情况

图表 上海梅林正广和股份有限公司盈利指标情况

图表 上海梅林正广和股份有限公司资产运行指标状况

图表 上海梅林正广和股份有限公司资产负债能力指标

图表 上海梅林正广和股份有限公司盈利能力情况

图表 上海梅林正广和股份有限公司销售收入情况

图表 上海梅林正广和股份有限公司成本费用构成情况

图表 椰树集团海口罐头厂盈利指标情况

图表 椰树集团海口罐头厂资产运行指标状况

图表 椰树集团海口罐头厂资产负债能力指标

图表 椰树集团海口罐头厂盈利能力情况

图表 椰树集团海口罐头厂销售收入情况

图表 椰树集团海口罐头厂成本费用构成情况

图表 北京汇源集团咸阳饮料食品有限公司盈利指标情况

图表 北京汇源集团咸阳饮料食品有限公司资产运行指标状况

图表 北京汇源集团咸阳饮料食品有限公司资产负债能力指标

图表 北京汇源集团咸阳饮料食品有限公司盈利能力情况

图表 北京汇源集团咸阳饮料食品有限公司销售收入情况

图表 北京汇源集团咸阳饮料食品有限公司成本费用构成情况

图表 上海锦江麒麟饮料食品有限公司盈利指标情况

图表 上海锦江麒麟饮料食品有限公司资产运行指标状况

图表 上海锦江麒麟饮料食品有限公司资产负债能力指标

图表 上海锦江麒麟饮料食品有限公司盈利能力情况

图表 上海锦江麒麟饮料食品有限公司销售收入情况

图表 上海锦江麒麟饮料食品有限公司成本费用构成情况

图表 杭州娃哈哈饮料有限公司盈利指标情况

图表 杭州娃哈哈饮料有限公司资产运行指标状况

图表 杭州娃哈哈饮料有限公司资产负债能力指标

图表 杭州娃哈哈饮料有限公司盈利能力情况

图表 杭州娃哈哈饮料有限公司销售收入情况

图表 杭州娃哈哈饮料有限公司成本费用构成情况

图表 乐百氏(广东)食品饮料有限公司盈利指标情况

图表 乐百氏(广东)食品饮料有限公司资产运行指标状况

图表 乐百氏(广东)食品饮料有限公司资产负债能力指标

图表 乐百氏(广东)食品饮料有限公司盈利能力情况

图表 乐百氏(广东)食品饮料有限公司销售收入情况

图表 乐百氏(广东)食品饮料有限公司成本费用构成情况

图表 昆山统一企业食品有限公司盈利指标情况

图表 昆山统一企业食品有限公司资产运行指标状况

图表 昆山统一企业食品有限公司资产负债能力指标

图表 昆山统一企业食品有限公司盈利能力情况

图表 昆山统一企业食品有限公司销售收入情况

图表 昆山统一企业食品有限公司成本费用构成情况

图表 2009-2012年中国软饮料产业细分市场发展预测

图表 2009-2012年中国软饮料产业市场盈利预测

图表略。。。。。。。。。。。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/98220.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。