

# 2011-2015年中国软饮料行业 市场供需与投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

## 报告报价

《2011-2015年中国软饮料行业市场供需与投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/yinliao1103/D471984G97.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2011-03-16

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2011-2015年中国软饮料行业市场供需与投资前景研究报告》共十一章。首先介绍了中国软饮料行业的概念，接着分析了中国软饮料行业发展环境，然后对中国软饮料行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国软饮料行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国软饮料行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

软饮料的主要原料是饮用水或矿泉水，果汁、蔬菜汁或植物的根、茎、叶、花和果实的抽提液。有的含甜味剂、酸味剂、香精、香料、食用色素、乳化剂、起泡剂、稳定剂和防腐剂等食品添加剂。其基本化学成分是水分、碳水化合物和风味物质，有些软饮料还含维生素和矿物质。软饮料的品种很多。按原料和加工工艺分为碳酸饮料、果汁及其饮料、蔬菜汁及其饮料、植物蛋白质饮料、植物抽提液饮料、乳酸饮料、矿泉水和固体饮料8类；按性质和饮用对象分为特种用途饮料、保健饮料、餐桌饮料和大众饮料4类。世界各国通常采用第一种分类方法。但在美国、英国等国家，软饮料不包括果汁和蔬菜汁。

## 第一章 软饮料产业市场概述

### 第一节 行业定义

### 第二节 行业属性

### 第三节 行业关键成功要素

### 第四节 行业价值链分析

### 第五节 产业链分析

## 第二章 国际软饮料市场概况

### 第一节 全球软饮料市场概况

#### 一、全球各国饮料市场发展概况

#### 二、全球软饮料业寻找新出路

#### 三、2010年全球软饮料巨头发展简析

#### 四、国际软饮料业新流行产品

#### 五、西方低糖软饮料发展时机已成熟

### 第二节 欧洲

一、欧洲软饮料市场形势喜人东西部差异大

二、德国软饮料市场状况

三、保加利亚软饮料市场销售情况

四、英国软饮料市场持续增长态势

第三节 其他国家或地区

一、美国软饮料市场概况

二、加拿大准许非可乐软饮料添加合成咖啡因

三、中东软饮料市场增长趋势强劲

四、日本软饮料市场的发展及营销状况

第三章 中国软饮料行业发展分析

第一节 中国软饮料行业发展概况

一、我国软饮料市场的发展特征

二、我国软饮料市场发展格局分析

三、中国软饮料制造行业SCP分析

四、软饮料的个性包装分析

第二节 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、国内企业应对品牌竞争对策

第四章 中国软饮料细分行业市场现状及发展趋势

第一节 茶饮料市场

一、茶饮料行业发展概述

二、茶饮料市场发展分析

三、中国茶饮料市场的问题与对策

四、茶饮料未来发展趋势

第二节 果汁市场

- 一、果汁行业发展概况
- 二、国内果汁品牌区域性市场分析
- 三、中国果汁市场竞争分析
- 四、中国果汁企业的发展策略
- 五、果汁行业面临的问题与对策
- 六、果汁行业的发展前景与趋势

### 第三节 果醋饮料市场

- 一、中国果醋饮料市场概况
- 二、果醋饮料的市场定位与营销分析
- 三、我国果醋行业发展存在的问题及对策
- 四、我国果醋企业发展崛起的策略

### 第四节 功能饮料市场

- 一、国际功能饮料行业发展状况
- 二、中国功能饮料行业发展综述
- 三、功能饮料市场发展的的问题
- 四、功能饮料的发展策略
- 五、功能饮料的发展前景预测

### 第五节 含乳饮料市场

- 一、中国乳业现状
- 二、含乳饮料市场分析
- 三、果乳饮料市场未来发展分析
- 四、乳酸菌饮品是乳饮料的发展趋势

### 第六节 饮用水市场

- 一、饮用水行业政策环境分析
- 二、饮用水行业的发展分析
- 三、饮用水市场竞争分析
- 四、饮用水行业存在问题及面临的挑战
- 五、饮用水市场的发展趋势

### 第七节 碳酸饮料市场

- 一、中国碳酸饮料市场发展概况
- 二、“两乐”在中国碳酸饮料市场的竞争
- 三、中国碳酸饮料行业发展趋势

## 第五章 中国软饮料产业基本竞争战略

### 第一节 成本领先战略

- 一、竞争战略的类型
- 二、竞争战略的适用条件及组织要求
- 三、竞争战略的收益及风险
- 四、软饮料行业该战略的SWOT分析
- 五、软饮料行业该战略的典型企业分析

### 第二节 差异化竞争战略

### 第三节 集中化竞争战略

## 第六章 中国软饮料行业市场竞争策略分析

### 第一节 软饮料行业市场五种竞争动力模式结构

- 一、行业内现有企业的竞争
- 二、新进入者的威胁
- 三、替代品的威胁
- 四、供应商的讨价还价能力
- 五、购买者的讨价还价能力

### 第二节 软饮料行业市场不同市场地位的竞争策略分析

- 一、领先者
- 二、挑战者
- 三、跟随者
- 四、补缺者

### 第三节 软饮料行业市场竞争案例分析

- 一、扩大市场份额的竞争案例
- 二、提高品牌效应的竞争案例
- 三、经营模式创新竞争的案例
- 四、新进入者的竞争案例

## 第七章 中国软饮料行业市场营销策略竞争分析

### 第一节 市场产品策略

### 第二节 市场渠道策略

### 第三节 市场价格策略

### 第四节 广告媒体策略

### 第五节 客户服务策略

## 第八章 国内软饮料行业市场新型运营模式竞争策略研究

### 第一节 杭州娃哈哈集团

#### 一、公司概况

#### 二、公司运营模式现状及特点

#### 三、2010年经营业绩

#### 四、公司竞争力SWOT分析

#### 五、公司发展战略分析

#### 六、公司竞争策略分析

### 第二节 台湾统一企业

#### 一、公司概况

#### 二、公司运营模式现状及特点

#### 三、2010年经营业绩

#### 四、公司竞争力SWOT分析

#### 五、公司发展战略分析

#### 六、公司竞争策略分析

### 第三节 康师傅控股有限公司

#### 一、公司概况

#### 二、公司运营模式现状及特点

#### 三、2010年经营业绩

#### 四、公司竞争力SWOT分析

#### 五、公司发展战略分析

#### 六、公司竞争策略分析

### 第四节 北京汇源饮料食品集团有限公司

#### 一、公司概况

#### 二、公司运营模式现状及特点

#### 三、2010年经营业绩

#### 四、公司竞争力SWOT分析

#### 五、公司发展战略分析

## 六、公司竞争策略分析

### 第五节 河北承德露露股份有限公司

#### 一、公司概况

#### 二、公司运营模式现状及特点

#### 三、2010年经营业绩

#### 四、公司竞争力SWOT分析

#### 五、公司发展战略分析

#### 六、公司竞争策略分析

## 第九章 2011-2015年中国软饮料行业市场发展预测

### 第一节 中国软饮料行业发展环境预测

#### 一、经济环境预测

#### 二、社会环境预测

#### 三、政策环境预测

#### 四、技术环境预测

### 第二节 中国软饮料产业发展预测

#### 一、产业竞争要素预测

#### 二、产业结构预测

#### 三、产业转移趋势

#### 四、产业一体化预测

#### 五、产业运营模式预测

### 第三节 中国软饮料市场发展预测

#### 一、2011-2015年中国软饮料市场需求预测

#### 二、2011-2015年中国软饮料市场结构预测

#### 三、2011-2015年中国软饮料市场集中度预测

#### 四、2011-2015年中国软饮料市场供给预测

#### 五、2011-2015年中国软饮料市场价格预测

### 第四节 中国软饮料行业竞争发展趋势

#### 一、产品竞争趋势

#### 二、技术竞争趋势

#### 三、行业升级趋势

#### 四、渠道发展趋势



五、品牌竞争趋势

六、价格竞争趋势

## 第十章 中国软饮料行业市场投资机会与风险

第一节 中国软饮料行业市场投资优势分析

第二节 中国软饮料行业市场投资劣势分析

第三节 中国软饮料行业市场投资机会分析

第四节 中国软饮料行业市场投资风险分析

## 第十一章 中国软饮料产业市场竞争策略建议

第一节 中国软饮料产业竞争战略建议

一、竞争战略选择建议

二、产业升级策略建议

三、产业转移策略建议

四、价值链定位建议

第二节 中国软饮料行业竞争策略建议

一、核心竞争力塑造建议

二、并购重组策略建议

三、经营模式策略建议

四、产业资源整合建议

五、行业联盟策略建议

第三节 中国软饮料市场竞争策略建议

一、市场定位策略建议

二、产品开发策略建议

三、渠道竞争策略建议

四、品牌竞争策略建议

五、价格竞争策略建议

六、客户服务策略建议

图表目录（部分）：

图表2005-2010年上半年国内生产总值

图表2005-2010年上半年居民消费价格涨跌幅度

图表2010年上半年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表2005-2010年上半年国家外汇储备

图表2005-2010年上半年财政收入

图表2005-2010年上半年全社会固定资产投资

图表2010年上半年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表2010年上半年固定资产投资新增主要生产能力

图表 &hellip;&hellip;

更多图表详见正文&hellip;&hellip;

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/yinliao1103/D471984G97.html>