

# 2012-2016年中国食品饮料 行业市场现状分析及投资前景研究报告

## 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

《2012-2016年中国食品饮料行业市场现状分析及投资前景研究报告》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/shipin1210/Y67504IA80.html>

【报告价格】纸介版8500元 电子版8500元 纸介+电子9000元

【出版日期】2012-10-23

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：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《2012-2016年中国食品饮料行业市场现状分析及投资前景研究报告》共十三章。介绍了食品饮料行业相关概述、中国食品饮料产业运行环境、分析了中国食品饮料行业的现状、中国食品饮料行业竞争格局、对中国食品饮料行业做了重点企业经营状况分析及中国食品饮料产业发展前景与投资预测。您若想对食品饮料产业有个系统的了解或者想投资食品饮料行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

2015年，我国食品工业总产值将达12.7万亿元，利税达到1.6万亿元。食品工业总产值与农业总产值之比提高到1.5:1。从2012年我国食品价格涨幅走势看，预计涨幅将会继续保持较高的水平，但会低于2011年水平。首先，物价上涨压力依旧较大，2012年食品价格仍将保持高位。中国饮料行业是改革开放以来发展起来的新兴行业，是我国消费品中的发展热点和新增长点。20多年来，饮料行业不断地发展和成熟，逐渐改变了以往规模小、产品结构单一、竞争无序的局面，饮料企业的规模和集约化程度不断提高。国家发改委与工业和信息化部近期联合发布《食品工业“十二五”发展规划》（以下简称“规划”），“规划”提出，力争到2015年，饮料总产量达到1.6亿吨，年均增长10%左右，产品结构更加合理，碳酸饮料、果蔬汁类饮料、包装饮用水、茶饮料、蛋白饮料、其他饮料产量的比例分别为14:15:39:13:15:3。我国乳饮料需求量将持续上升，预计2012年我国乳饮料需求量为1850万吨，2013年需求量为2281万吨，2015年需求量为3631万吨，为目前的三倍，可见市场增长速度之快以及未来市场空间之巨大。2011年我国饮料将进入品牌争霸时期。市场战、收购战，将逐步演变为集团之间和品牌之间的竞争，以品牌为平台进行的资源整合的品牌战将全面展开。到2013年，全球有机食品市场规模达到817亿美元。

全球有机食品正以20-30%的速度增长，其中发达国家近六成的缺口从发展中国家进口。我国的有机食品出口额一直呈逐年增加的态势。目前我国有机农业发展速度非常快，每年约增长20%，是世界食品行业中最活跃的领域之一。我国目前生产有机食品的企业有2000多家，国内的有机食品销售额763亿元人民币，出口5亿多美元，发展潜力还很大。预计在“十二五”期间所占的比例将会提升到20-30%。因此，有机食品未来的发展空间不容小觑。非粮原料酒类比重提升，葡萄酒行业将继续稳定增长：规划计划到15年，酒类产品总体产量年均增速控制在5%以内，但非粮原料酒类产品比重提高1倍以上，由此未来葡萄酒行业仍有较好前景。到2020年，世界谷物产量必须比目前增加40%，才能满足届时75亿世界人口对食品的需求。2011年，中国零售花费达到6070亿英镑，而美国的零售花费是5720亿英镑，位居全球第

三的是日本，零售花费为2540亿英镑。IGD预测，到2015年，中国食品业市场预计将达9180亿英镑，美国的食品业将达到6750亿英镑。在2011年-2015年间，美国的食品零售市场的复合年均增长率为4.2%，而同一时期，中国的增长速度将是其两倍多，达到10.9%。

## 第一部分 行业市场特点分析

### 第一章 2011年全球食品饮料行业发展基本情况 1

#### 第一节 2011年全球食品饮料市场现状与发展情况分析 1

##### 一、全球食品饮料市场现状及特点研究 1

##### 二、全球食品饮料行业发展及需求调研 8

#### 第二节 2011年全球食品饮料市场深度研究 15

##### 一、2011年全球食品饮料需求分析 15

##### 二、2011年全球食品饮料产销分析 19

##### 三、2011年国际食品饮料市场发展状况分析 20

### 第二章 中国食品饮料行业总体分析及经济评价 27

#### 第一节 中国食品饮料行业发展基本概述分析 27

#### 第二节 中国食品饮料行业发展历程与阶段 29

##### 一、中国食品行业发展历程与阶段 29

##### 二、中国饮料行业发展历程与阶段 30

#### 第三节 中国食品饮料行业形势分析与预测 38

##### 一、中国食品饮料行业形势分析 38

##### 二、中国饮料业未来发展趋势预测 44

###### 1、功能型向营养型转变 44

###### 2、儿童向中老年转变 44

###### 3、解渴、避暑向健康、美容转变 44

###### 4、单一型向复合型转变 44

###### 5、个人消费向家庭消费转变 45

###### 6、果味型向果蔬型转变 45

### 第三章 “十二五”期间食品饮料行业经济形势与发展分析 46

#### 第一节 2009-2011年全球宏观形势分析 46

##### 一、2011年全球经济运行概况 46

二、2012-2016年全球经济形势预测	48
第二节 “十二五”期间对全球经济的影响	54
一、中国“十二五”食品工业国际国内发展形势	54
1、国际食品工业发展趋势	54
2、国内食品工业面临形势	55
二、对各国实体经济的影响	56
第三节 “十二五”期间对中国经济的影响	59
一、“十二五”期间对中国实体经济的影响	59
二、“十二五”期间影响下的主要行业	61
三、中国宏观经济政策变动及趋势	65
第四节 未来3-5年中国行业经济指标分析	66
一、2010-2012年中国宏观经济运行概况	66
二、2012-2016年中国宏观经济趋势预测	116

## 第二部分 行业发展状况及市场需求

### 第四章 2011年食品饮料产业关联产业发展分析 129

#### 第一节 行业发展及细分市场分析 129

- 一、行业发展历史阶段研究 129
- 二、产品细分市场的发展回顾 130
- 三、品牌结构及集中度发展过程 131
- 四、市场培育与发展过程 132
- 五、食品饮料行业与国际的互动 132

#### 第二节 行业进入壁垒和驱动因素 133

- 一、行业与国外资本的联系 133
- 二、产品细分市场的市场分析 134
- 三、市场现状分析 136
- 四、行业新动态及其对食品饮料行业的影响 137

### 第五章 2010-2012年中国食品饮料行业发展及需求调研 142

#### 第一节 2010-2012年中国食品饮料行业发展基本情况 142

#### 第二节 2010-2012年中国食品饮料生产成本及运输分析 143

- 一、生产成本分析 143

## 二、运输分析 144

### 第三节 2010-2012年中国食品饮料行业市场供给与需求分析 144

#### 一、供给 144

#### 二、需求 145

## 第六章 2010-2012年中国食品饮料财务指标总体分析 150

### 第一节 2011年食品饮料行业产品销售收入与成本核算 150

### 第二节 2011年食品饮料行业偿债与周转能力分析指标 153

### 第三节 2011年食品饮料行业盈利能力综合分析与评价 154

### 第四节 2011年食品饮料行业企业发展与营运能力研究 155

#### 一、企业发展调查 155

#### 二、食品饮料企业发展对策 156

## 第七章 2012-2016年中国食品饮料政策和体制风险研究 161

### 第一节 国际食品饮料行业政策与法规分析 161

### 第二节 中国食品饮料行业政策研究与法规分析 177

#### 一、《食品企业HACCP实施指南》 177

#### 二、《食品流通许可证管理办法》 188

#### 三、《食品添加剂卫生管理办法》 199

### 第三节 中国食品饮料行业政策解析与判断 205

## 第八章 2010-2012年中国食品饮料海关统计数据分析 207

### 第一节 食品饮料最近三年出口形势研究 207

#### 一、食品饮料出口总量统计分析 207

#### 二、食品饮料出口趋势分析 207

### 第二节 2010-2012年食品饮料国际贸易情况 208

#### 一、2012年食品饮料美国对菲律宾出口达8.5亿美元 208

#### 二、2012年中国食品饮料行业出口额逆势上升 208

## 第三部分 行业市场竞争格局

## 第九章 2010-2012年中国食品饮料产业区域市场情况深度研究 209

### 第一节 2010-2012年华东区域市场食品饮料产业发展分析 209

一、上海	209
二、江苏	209
三、浙江	210
四、安徽	210
五、山东	211
六、福建	211
第二节 2010-2012年华南区域市场食品饮料产业发展分析	212
一、海南	212
二、广西	212
三、广东	213
第三节 2010-2012年华中区域市场食品饮料产业发展分析	213
一、湖南	213
二、湖北	214
三、河南	214
第四节 2010-2012年华北区域市场食品饮料产业发展分析	215
一、北京	215
二、山西	215
三、天津	216
四、内蒙古	216
第五节 2010-2012年西北区域市场食品饮料产业发展分析	217
一、陕西	217
二、甘肃	217
三、新疆	218
第六节 2010-2012年西南区域市场食品饮料产业发展分析	218
一、贵州	218
二、四川	219
三、云南	219
四、重庆	220
第七节 2010-2012年东北区域市场食品饮料产业发展分析	220
一、黑龙江	220
二、吉林	221
三、辽宁	221

## 第十章 2012-2016年中国食品饮料行业市场竞争格局研究 222

### 第一节 食品饮料行业主要竞争结构分析 222

一、行业内企业竞争 222

二、潜在进入者 222

三、替代产品威胁 225

四、供应商议价能力 226

五、需求客户议价能力 226

### 第二节 食品饮料企业国际竞争实力对比 227

一、原材料价格走势分析 227

二、企业结构与战略 228

### 第三节 食品饮料行业竞争格局研究 229

一、食品饮料行业集中度分析 229

二、食品饮料企业竞争力研究 230

### 第四节 食品饮料行业竞争对策研究 233

一、“十二五”期间对行业竞争格局的影响 233

二、2012-2016年食品饮料行业竞争对策研究 235

## 第十一章 2012-2016年中国食品饮料行业典型领先企业分析 239

### 第一节 贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司 239

一、企业及主营业务介绍 239

二、企业获得荣誉 240

三、企业偿债能力分析 245

四、企业成长能力分析 246

五、企业盈利能力分析 246

六、企业发展规划 248

### 第二节 上海光明乳业股份有限公司 248

一、企业及主营业务介绍 248

二、企业获得荣誉 249

三、企业成长能力分析 249

四、企业盈利能力分析 250

### 第三节 杭州娃哈哈集团有限公司 252

一、企业及主营业务介绍 252



二、历年生产规模、销售规模、发展历程 253

三、企业获得荣誉 255

四、市场拓展战略与手段分析 256

第四节 北京三元食品股份有限公司 257

一、企业及主营业务介绍 257

二、企业获得荣誉 258

三、企业偿债能力分析 260

四、企业成长能力分析 260

五、企业盈利能力分析 261

第五节 河南省漯河市双汇实业集团有限责任公司 262

一、企业情况、历年生产规模、销售规模 262

二、发展历程 264

三、企业偿债能力分析 267

四、企业成长能力分析 268

五、企业盈利能力分析 269

第六节 内蒙古伊利实业集团股份有限公司 270

一、企业及主营业务介绍 270

二、企业发展历程及荣誉 271

三、企业偿债能力分析 272

四、企业成长能力分析 273

五、企业盈利能力分析 274

六、市场拓展战略与手段分析 275

第四部分 行业投资趋势及投资策略

第十二章 “十二五”期间中国食品饮料产业发展关键趋势与投资方向建议 277

第一节 产业发展的有利因素与不利因素分析 277

一、中国经济的率先复苏对行业的支撑 277

二、“十二五”期间促使行业内优胜劣汰速度加快 279

第二节 投资风险防范与策略 280

一、企业数量以及资金规模 280

二、要素市场变化趋势 280

三、行业金融信贷市场风险 281

#### 四、主要行业发展变化情况 286

#### 第三节 新进入者应注意的障碍因素 287

##### 一、新进企业进入市场的策略 287

##### 二、战略合作联盟的实施 290

##### 三、企业自身应对策略 291

#### 第四节 营销分析与营销模式推荐 292

##### 一、实施重点客户战略的必要性 292

##### 二、合理确立重点客户 293

##### 三、对重点客户的营销策略 294

##### 四、强化重点客户的管理 297

### 第十三章 食品饮料行业投资方向预测分析 300

#### 第一节 食品饮料市场整合成长趋势 300

##### 一、市场占有率的构成 300

##### 二、竞争格局变化 301

##### 三、高科技应用带来新生机 305

#### 第二节 食品饮料需求变化趋势及新的商业机遇预测 306

##### 一、品牌格局趋势 306

##### 二、市场渠道及分布趋势研究 310

##### 三、消费者调研及SPSS分析 319

#### 第三节 食品饮料投资战略与营销规划 333

##### 一、行业投入情况分析 333

##### 二、技术开发战略 333

##### 三、行业竞争战略结构分析 334

##### 四、产业战略规划 334

##### 五、营销品牌战略 335

##### 六、发展规划与策略研究 338

#### 第四节 对中国食品饮料品牌建设的方法与策略 342

##### 一、企业品牌发展的历史进程 342

##### 二、食品饮料实施品牌战略的意义 352

##### 三、食品饮料行业发展趋势及影响因素 355

##### 四、食品饮料品牌建设与风险管理策略 357

## 图表目录

- 图表：2009年7月-2010年6月全球乳饮料市场企业排名 19
- 图表：我国食品饮料行业发展阶段图解 38
- 图表：2006-2011年国内生产总值及其增长速度 66
- 图表：2011年居民消费价格月度涨跌幅度 67
- 图表：2011年居民消费价格比2010年涨跌幅度 68
- 图表：2011年新建商品住宅月环比价格下降、持平、上涨城市个数变化情况 69
- 图表：2006-2011年城镇新增就业人数 69
- 图表：2006-2011年末国家外汇储备及其增长速度 70
- 图表：2006-2011年公共财政收入及其增长速度 71
- 图表：2006-2011年粮食产量及其增长速度 72
- 图表：2006-2011年全部工业增加值及其增长速度 73
- 图表：2011年主要工业产品产量及其增长速度 74
- 图表：2011年规模以上工业企业实现利润及其增长速度 75
- 图表：2006-2011年建筑业增加值及其增长速度 76
- 图表：2006-2011年全社会固定资产投资及其增长速度 77
- 图表：2011年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度 77
- 图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力 79
- 图表：2011年房地产开发和销售主要指标完成情况及其增长速度 80
- 图表：2006-2011年社会消费品零售总额及其增长速度 81
- 图表：2011年货物进出口总额及其增长速度 82
- 图表：2011年主要商品出口数量、金额及其增长速度 83
- 图表：2011年主要商品进口数量、金额及其增长速度 84
- 图表：2011年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度 84
- 图表：2006-2011年货物进出口总额 85
- 图表：2011年非金融领域外商直接投资及其增长速度 86
- 图表：2011年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度 87
- 图表：2011年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度 87
- 图表：2006-2011年末电话用户数 88
- 图表：2011年年全部金融机构本外币存贷款余额及其增长速度 89
- 图表：2006-2011年普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数 90
- 图表：2011年年末人口数及其构成 93

图表：2006-2011年农村居民人均纯收入及其实际增长速度 93

图表：2006-2011年城镇居民人均可支配收入及其实际增长速度 94

图表：2011年全国城乡居民收入 99

图表：2011年全国农村居民收入结构 99

图表：2011年全国城镇居民收入结构 100

图表：1978-2010年城乡居民收入增长情况 100

图表：1978-2010年城乡居民收入比 101

图表：2011年固定资产投资主要情况 102

图表：2011年各地区固定资产投资（不含农户）情况 105

图表：2011年固定资产投资（不含农户）增速 106

图表：2011年固定资产投资资金来源增速 107

图表：2011年东、中、西部地区固定资产投资增速 107

图表：2011年12月份规模以上工业生产主要数据 109

图表：2010-2011年全国规模以上工业增加值增速 110

图表：2010-2011年全国东、中、西部规模以上工业增加值增速 110

图表：2010-2011年全国发电量统计 111

图表：2010-2011年全国钢材统计 111

图表：2010-2011年全国水泥统计 112

图表：2010-2011年全国原油加工量统计 112

图表：2010-2011年全国十种有色金属统计 113

图表：2010-2011年全国乙烯统计 113

图表：2010-2011年全国汽车统计 114

图表：2010-2011年全国轿车统计 114

图表：2006-2011年货物进出口总额 121

图表：2006-2010年中国乳饮料产量情况 145

图表：2006-2010年中国乳饮料需求量情况 147

图表：2011年食品制造业资产总计 150

图表：2011年食品制造业主营业务收入 150

图表：2011年食品制造业利润总额 150

图表：2011年食品制造业工业销售产值 151

图表：2011年食品制造业总资产增长率 151

图表：2011年食品制造业利润总额增长率 151

图表：2011年食品制造业主营业务收入增长率 151

图表：2011年饮料制造业资产总计 152

图表：2011年饮料制造业主营业务收入 152

图表：2011年饮料制造业利润总额 152

图表：2011年饮料制造业工业销售产值 152

图表：2011年饮料制造业总资产增长率 153

图表：2011年饮料制造业利润总额增长率 153

图表：2011年饮料制造业主营业务收入增长率 153

图表：2011年食品制造业资产负债比率 153

图表：2011年食品制造业总资产周转率 154

图表：2011年饮料制造业资产负债比率 154

图表：2011年饮料制造业总资产周转率 154

图表：2011年食品制造业销售利润率 154

图表：2011年食品制造业成本费用利润率 155

图表：2011年饮料制造业销售利润率 155

图表：2011年饮料制造业成本费用利润率 155

图表：2009-2011年我国食品饮料出口值及增长趋势图 207

图表：2012-2016年我国食品饮料出口走势图 207

图表：2012年近5个月上海食品饮料工业销售产值图 209

图表：2012年近5个月江苏食品饮料工业销售产值图 209

图表：2012年近5个月浙江食品饮料工业销售产值图 210

图表：2012年近5个月安徽食品饮料工业销售产值图 210

图表：2012年近5个月山东食品饮料工业销售产值图 211

图表：2012年近5个月福建食品饮料工业销售产值图 211

图表：2012年近5个月海南食品饮料工业销售产值图 212

图表：2012年近5个月广西食品饮料工业销售产值图 212

图表：2012年近5个月广东食品饮料工业销售产值图 213

图表：2012年近5个月湖南食品饮料工业销售产值图 213

图表：2012年近5个月湖北食品饮料工业销售产值图 214

图表：2012年近5个月河南食品饮料工业销售产值图 214

图表：2012年近5个月北京食品饮料工业销售产值图 215

图表：2012年近5个月山西食品饮料工业销售产值图 215

图表：2012年近5个月天津食品饮料工业销售产值图 216

图表：2012年近5个月内蒙古食品饮料工业销售产值图 216

图表：2012年近5个月陕西食品饮料工业销售产值图 217

图表：2012年近5个月甘肃食品饮料工业销售产值图 217

图表：2012年近5个月新疆食品饮料工业销售产值图 218

图表：2012年近5个月贵州食品饮料工业销售产值图 218

图表：2012年近5个月四川食品饮料工业销售产值图 219

图表：2012年近5个月云南食品饮料工业销售产值图 219

图表：2012年近5个月重庆食品饮料工业销售产值图 220

图表：2012年近5个月黑龙江食品饮料工业销售产值图 220

图表：2012年近5个月吉林食品饮料工业销售产值图 221

图表：2012年近5个月辽宁食品饮料工业销售产值图 221

图表：2010年我国食品制造业总资产集中度 229

图表：2010年我国食品制造业主营业务收入集中度 229

图表：2010年我国食品制造业利润总额集中度 229

图表：2010年我国饮料制造业总资产集中度 230

图表：2010年我国饮料制造业主营业务收入集中度 230

图表：2010年我国饮料制造业利润总额集中度 230

图表：2011年中国食品饮料企业品牌竞争力指数排名 232

图表：中国食品饮料企业各分级数量表 232

图表：中国食品饮料5A级企业品牌列表 233

图表：2011-2012年贵州茅台酒股份有限公司财务风险指标分析 245

图表：2011-2012年贵州茅台酒股份有限公司资产负债表 245

图表：2011-2012年贵州茅台酒股份有限公司成长能力指标分析 246

图表：2011-2012年贵州茅台酒股份有限公司运营能力指标分析 246

图表：2011-2012年贵州茅台酒股份有限公司每股指标分析 246

图表：2011-2012年贵州茅台酒股份有限公司盈利能力指标分析 247

图表：2011-2012年贵州茅台酒股份有限公司盈利质量指标分析 247

图表：2011-2012年贵州茅台酒股份有限公司利润表 247

图表：2011-2012年上海光明乳业股份有限公司成长能力指标分析 249

图表：2011-2012年上海光明乳业股份有限公司运营能力指标分析 249

图表：2011-2012年上海光明乳业股份有限公司财务风险指标分析 250

图表：2011-2012年上海光明乳业股份有限公司资产负债表 250

图表：2011-2012年上海光明乳业股份有限公司每股指标分析 250

图表：2011-2012年上海光明乳业股份有限公司盈利能力指标分析 251

图表：2011-2012年上海光明乳业股份有限公司盈利质量指标分析 251

图表：2011-2012年上海光明乳业股份有限公司利润表 251

图表：2011-2012年北京三元食品股份有限公司资产负债表 260

图表：2011-2012年北京三元食品股份有限公司成长能力指标分析 260

图表：2011-2012年北京三元食品股份有限公司运营能力指标分析 261

图表：2011-2012年北京三元食品股份有限公司财务风险指标分析 261

图表：2011-2012年北京三元食品股份有限公司每股指标分析 261

图表：2011-2012年北京三元食品股份有限公司盈利能力指标分析 261

图表：2011-2012年北京三元食品股份有限公司盈利质量指标分析 262

图表：2011-2012年北京三元食品股份有限公司利润表 262

图表：2011-2012年河南双汇投资发展股份有限公司财务风险指标分析 267

图表：2011-2012年河南双汇投资发展股份有限公司资产负债表 267

图表：2011-2012年河南双汇投资发展股份有限公司成长能力指标分析 268

图表：2011-2012年河南双汇投资发展股份有限公司运营能力指标分析 268

图表：2011-2012年河南双汇投资发展股份有限公司每股指标分析 269

图表：2011-2012年河南双汇投资发展股份有限公司盈利能力指标分析 269

图表：2011-2012年河南双汇投资发展股份有限公司盈利质量指标分析 269

图表：2011-2012年河南双汇投资发展股份有限公司利润表 270

图表：2011-2012年内蒙古伊利实业集团股份有限公司财务风险指标分析 272

图表：2011-2012年内蒙古伊利实业集团股份有限公司资产负债表 273

图表：2011-2012年内蒙古伊利实业集团股份有限公司成长能力指标分析 273

图表：2011-2012年内蒙古伊利实业集团股份有限公司运营能力指标分析 274

图表：2011-2012年内蒙古伊利实业集团股份有限公司每股指标分析 274

图表：2011-2012年内蒙古伊利实业集团股份有限公司盈利能力指标分析 274

图表：2011-2012年内蒙古伊利实业集团股份有限公司盈利质量指标分析 275

图表：2011-2012年内蒙古伊利实业集团股份有限公司利润表 275

图表：食品企业差异化战略示例图 288

图表：2007年食品供应地区分布比例图 318

图表：2007年我国食品工业求购信息地区分布比例图 319

图表：2008-2011年我国食品安全事件 347

略.....

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家海关总署、国家发改委、中国人民银行、国家食品药品监督管理局、中国食品工业协会、中国饮料工业协会、中国经济景气监测中心、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息等公布和提供的大量资料，首先介绍食品饮料的定义、分类等，然后分析食品饮料行业的发展现状，接着分析食品饮料的发展情况。随后阐述食品饮料行业的竞争格局和分析重点企业经营状况，最后分析食品饮料行业的发展前景与趋势，同时研究部对食品饮料行业进行全面的投资分析。本报告是食品饮料行业生产、经营、销售企业及相关研究单位极具参考价值的专业报告。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/shipin1210/Y67504IA80.html>