

# 2012-2016年中国饮料产业 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年中国饮料产业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/yinliao1206/U151043C2X.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2012-06-23

【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年中国饮料产业现状分析及投资前景研究报告》共十五章。首先介绍了中国饮料行业的概念，接着分析了中国饮料行业发展环境，然后对中国饮料行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国饮料行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国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。

通过《2012-2016年中国饮料产业现状分析及投资前景研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业的发展提供了科学决策依据。

中国饮料行业是改革开放以来发展起来的新兴行业，是中国消费品中的发展热点和新增长点。30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，产品结构日趋合理。中国饮料在品牌方面的发展成果显著，全国性品牌已有十几家。

“十一五”期间，中国饮料行业保持快速发展，从产量、利税等方面都有较大幅度的提高。在我国饮料企业规模不断扩大的同时，一批本土品牌逐渐成为或全国、或区域、或品种的主力品牌。到2010年，全国饮料行业已有5个品类、24家企业获得“中国名牌”称号。

饮料行业的快速发展有目共睹，“十二五”期间，我国饮料总产量将保持12%-15%的年均增速发展，其中包装饮用水仍然占有最大比重，茶饮料、蛋白饮料的发展势头迅猛，比重将有所提高。

由于我国目前的人均饮料消费量尚低于世界平均水平，随着国民生活水平的不断提高，饮料市场潜力巨大。目前补营养、补餐、增强体力和智能、休闲等饮料的开发会更加凸显饮料市场的未来潜力。

## 报告目录

### 第一章、饮料行业概述

## 第一节、饮料的相关概念

- 一、软饮料
- 二、功能饮料
- 三、运动饮料
- 四、酒饮料
- 五、茶饮料

## 第二节、饮料的分类

- 一、软饮料的分类
- 二、酒饮料的分类
- 三、茶饮料分类

## 第二章、国际饮料市场

### 第一节、国际饮料市场总体概况

- 一、全球软饮料市场发展综述
- 二、2010年全球软饮料市场缓慢复苏
- 三、全球酒精饮料市场发展概述
- 四、2011年全球啤酒市场状况发展透析
- 五、亚太地区酒精饮料市场发展预测

### 第二节、欧洲饮料市场

- 一、欧洲饮料市场整体发展综述
- 二、2010年法国葡萄酒出口状况
- 三、2010年挪威软饮料市场销量大增
- 四、2010年俄罗斯不含酒精饮料市场的销售格局
- 五、2011年塞浦路斯软饮料生产状况

### 第三节、亚洲饮料市场

- 一、日本饮料行业的竞争格局
- 二、2011年日本啤酒市场发展状况
- 三、韩国啤酒进口贸易情况
- 四、越南饮料市场呈快速增长态势

### 第四节、美国饮料市场

- 一、2009年美国饮料市场运行概述
- 二、2010年美国碳酸饮料市场品牌格局

### 三、浓缩能量饮料受美国市场青睐

## 第三章、中国饮料行业分析

### 第一节、中国饮料行业总体概述

- 一、中国饮料行业的发展历程
- 二、中国饮料行业的十年发展变迁
- 三、饮料行业发展的新特征解析

### 第二节、2009-2011年中国饮料行业运行状况

- 一、2009年中国饮料行业发展综述
- 二、2010年我国饮料行业发展情况回顾
- 三、2010年软饮料市场总规模及细分行业占比情况
- 四、2011年我国饮料行业发展状况分析

### 第三节、中国饮料行业成本上升及对策分析

- 一、2010年我国饮料行业成本大幅上升
- 二、生产成本上升对企业生产经营的影响
- 三、企业采取的应对措施
- 四、饮料企业的发展出路

### 第四节、饮料行业存在的问题及策略

- 一、我国饮料生产企业面临八大挑战
- 二、新国标出台运动饮料和茶饮料遇新门槛
- 三、国内饮料企业制胜策略
- 四、饮料企业抢占市场创新是关键

## 第四章、中国饮料市场分析

### 第一节、中国饮料市场概况

- 一、中国饮料市场格局发展综述
- 二、中国饮料市场的显著特征
- 三、饮料市场运作规律分析
- 四、中国饮料市场盛行高端风潮
- 五、饮料市场产品发展的特性与走向

### 第二节、中国饮料行业品牌分析

- 一、2008年中国饮料市场品牌格局剖析

- 二、2009年我国饮料业企业品牌大事件盘点
- 三、2010年我国软饮料消费者品牌满意度调查情况
- 四、国内饮料品牌的发展战略解析
- 五、本土饮料企业品牌突围策略分析

### 第三节、中国饮料市场消费者购买行为分析

- 一、消费者购买意愿和品牌爱好
- 二、消费者选择饮料关注的因素
- 三、饮料消费者的购买习惯

### 第四节、各地区饮料市场分析

- 一、2010年河南饮料市场掀起投资热
- 二、2011年老北京品牌饮料重新回归京城市场
- 三、2011年广东多家饮料企业受压退出市场
- 四、2011年利乐中国饮料研发中心正式落户上海
- 五、2012年起天津对饮料等行业实施能耗限额

## 第五章、中国饮料制造行业财务状况

### 第一节、中国饮料制造行业经济规模

- 一、2007-2011年饮料制造业销售规模
- 二、2007-2011年饮料制造业利润规模
- 三、2007-2011年饮料制造业资产规模

### 第二节、中国饮料制造业行业盈利能力指标分析

- 一、2007-2011年饮料制造业亏损面
- 二、2007-2011年饮料制造业销售毛利率
- 三、2007-2011年饮料制造业成本费用利润率
- 四、2007-2011年饮料制造业销售利润率

### 第三节、中国饮料制造业行业营运能力指标分析

- 一、2007-2011年饮料制造业应收账款周转率
- 二、2007-2011年饮料制造业流动资产周转率
- 三、2007-2011年饮料制造业总资产周转率

### 第四节、中国饮料制造业行业偿债能力指标分析

- 一、2007-2011年饮料制造业资产负债率
- 二、2009-2011年饮料制造业利息保障倍数

## 第五节、中国饮料制造业行业财务状况综合评价

- 一、饮料制造业财务状况综合评价
- 二、影响饮料制造业财务状况的经济因素分析

## 第六章、软饮料细分市场

### 第一节、碳酸饮料

- 一、碳酸饮料的利与弊
- 二、2010年中国碳酸饮料生产与消费情况
- 三、2010年中国碳酸饮料市场发展状况分析
- 四、2011年碳酸饮料巨头缩减包装变相涨价
- 五、2011年中国碳酸饮料生产状况
- 六、本土碳酸饮料企业发展路径选择

### 第二节、果汁饮料

- 一、中国果汁饮料市场发展概况
- 二、2010年我国果汁饮料市场新品纷呈
- 三、2010年果汁饮料品牌受欢迎程度比较
- 四、2011年中国果汁和蔬菜汁饮料的生产状况
- 五、2011年果汁饮料企业主打创新牌
- 六、我国饮料企业开发沙棘果汁新品

### 第三节、乳饮料

- 一、我国乳饮料市场发展综述
- 二、我国乳酸菌饮料市场高低端格局分析
- 三、2011年中国含乳饮料市场争议不断
- 四、含乳饮料的市场定位与品牌塑造策略
- 五、我国含乳饮料市场前景展望
- 六、未来我国乳饮料企业发展趋势探析

### 第四节、功能饮料

- 一、我国功能饮料行业发展总况
- 二、中国功能饮料步入加速细分时期
- 三、2010年中国功能饮料市场发展现况
- 四、2010年饮料巨头挥师进军功能饮料市场
- 五、2012年娃哈哈向功能饮料市场进军

## 六、中国功能饮料市场发展潜力分析

### 第五节、饮用水

- 一、中国饮用水行业发展历程
- 二、中国饮用水行业步入成熟阶段
- 三、2011年中国饮用水行业发展主题
- 四、体育营销成为饮用水行业竞争焦点
- 五、我国饮用水监测体系建设概况
- 六、高端饮用水市场发展概况及走向分析

### 第六节、其它软饮料

- 一、谷物饮料成发展新热点
- 二、鲜花饮料引领饮料市场新潮流
- 三、汤饮料的兴起与发展
- 四、森林饮料概述

## 第七章、酒饮料

### 第一节、啤酒

- 一、“十一五”中国啤酒行业发展综述
- 二、2010年中国啤酒行业发展分析
- 三、2011年我国啤酒行业发展特点分析
- 四、“十二五”我国啤酒行业发展展望
- 五、未来我国啤酒产业发展趋势分析

### 第二节、白酒

- 一、“十一五”中国白酒行业发展综述
- 二、2010年中国白酒行业发展回顾
- 三、2011年我国白酒行业运行状况分析
- 四、中国白酒在国际市场的发展状况分析
- 五、中国白酒行业快速扩张下的隐患分析

### 第三节、葡萄酒

- 一、“十一五”中国葡萄酒行业发展综述
- 二、2010年中国葡萄酒行业运行概况
- 三、2010年中国葡萄酒行业热点回顾
- 四、2011年中国葡萄酒行业发展概况



## 五、&ldquo;十二五&rdquo;我国葡萄酒行业发展规划

### 第四节、黄酒

#### 一、&ldquo;十一五&rdquo;中国黄酒行业发展综述

#### 二、2010年中国黄酒行业发展特征

#### 三、2011年中国黄酒行业发展解析

#### 四、&ldquo;十二五&rdquo;我国黄酒行业发展规划

#### 五、黄酒行业新进入者的市场策略探析

## 第八章、茶饮料

### 第一节、中国茶产业分析

#### 一、中国茶区及茶市场消费流通概述

#### 二、2010年中国茶产业发展现状分析

#### 三、2011年中国茶产业发展特点

#### 四、中国茶行业发展的制约因素

#### 五、&ldquo;十二五&rdquo;我国茶产业的发展目标与方向

### 第二节、中国茶饮料市场总体概况

#### 一、中国茶饮料市场发展综述

#### 二、我国茶饮料市场发展的特点

#### 三、茶饮料市场消费者需求特征分析

### 第三节、2010-2012年茶饮料市场发展分析

#### 一、2010年茶饮料市场呈蓬勃发展态势

#### 二、2010年茶饮料市场的新变化透析

#### 三、2011年汇源收购旭日升强势介入茶饮料市场

#### 四、2011年乳企三元进军茶饮料市场

#### 五、2012年两巨头在中国茶饮料市场的合作将终止

### 第四节、中国茶饮料市场的问题与对策分析

#### 一、中国茶饮料产业存在的主要问题

#### 二、茶饮料工业生产的问题与对策分析

#### 三、推动我国茶饮料市场发展的建议

#### 四、茶饮料品牌营销策略探讨

### 第五节、茶饮料行业发展前景及趋势

#### 一、我国茶饮料市场前景广阔

- 二、茶饮料市场的发展趋势
- 三、无糖茶饮料市场发展前景乐观
- 四、中草药保健茶未来发展前景广阔

## 第九章、中国饮料制造业产量数据分析

### 第一节、2010-2012年4月全国及重点省市发酵酒精产量分析

- 一、2010年1-12月全国及主要省份发酵酒精（折96度，商品量）产量分析
- 二、2011年1-12月全国及主要省份发酵酒精（折96度，商品量）产量分析
- 三、2012年1-4月全国及主要省份发酵酒精(折96度,商品量)产量分析

### 第二节、2010年-2012年4月全国及主要省份饮料酒产量分析

- 一、2010年1-12月全国及主要省份饮料酒产量分析
- 二、2011年1-12月全国及主要省份饮料酒产量分析
- 三、2012年1-4月全国及主要省份饮料酒产量分析

### 第三节、2010-2012年4月全国及重点省市软饮料产量分析

- 一、2010年1-12月全国及主要省份软饮料产量分析
- 二、2011年1-12月全国及主要省份软饮料产量分析
- 三、2012年1-4月全国及主要省份软饮料产量分析

### 第四节、2010年-2012年4月全国及主要省份液体乳产量分析

- 一、2010年1-12月全国及主要省份液体乳产量分析
- 二、2011年1-12月全国及主要省份液体乳产量分析
- 三、2012年1-4月全国及主要省份液体乳产量分析

### 第五节、2010-2012年4月全国及重点省市精制茶产量分析

- 一、2010年1-12月全国及主要省份精制茶产量分析
- 二、2011年1-12月全国及主要省份精制茶产量分析
- 三、2012年1-4月全国及主要省份精制茶产量分析

## 第十章、饮料行业原料供应分析

### 第一节、中国食糖工业概况

- 一、改革开放30年中国制糖行业成就回顾
- 二、2009/10榨季我国食糖行业发展状况分析
- 三、2010/11榨季我国食糖行业发展概况
- 四、2010年我国食糖进口分析

## 五、2011年我国食糖进出口状况分析

### 第二节、中国水果产业分析

- 一、中国水果的种植与分布状况
- 二、2010年中国水果的进出口状况
- 三、2011年中国水果进出口简况
- 四、2011年中国水果生产第一大省发展状况
- 五、中国水果产业的品牌化路径分析
- 六、影响我国水果贸易的因素及应对策略

### 第三节、中国蔬菜产业分析

- 一、我国蔬菜产业发展回顾
- 二、2009年我国蔬菜行业发展状况
- 三、2010年中国蔬菜进出口状况分析
- 四、2011年中国蔬菜进出口简况
- 五、加快中国蔬菜产业化现代化进程的思路

## 第十一章、饮料包装行业

### 第一节、国际饮料包装行业总体概况

- 一、世界饮料包装业发展态势
- 二、美国饮料包装市场发展迅猛
- 三、日本饮料包装市场发展浅析
- 四、德国饮料包装材料分析

### 第二节、中国饮料包装行业

- 一、中国饮料包装行业发展综述
- 二、国内饮料包装主要细分市场分析
- 三、中国饮料包装行业存在的问题
- 四、我国茶饮料瓶包装市场简析
- 五、儿童饮料包装市场及成功案例分析

### 第三节、PET饮料瓶

- 一、PET瓶用于饮料包装的优势
- 二、我国PET饮料瓶应用广泛
- 三、2011年百事成功研制出新型PET饮料瓶
- 四、我国PET饮料瓶市场蕴藏商机

#### 第四节、饮料包装业发展趋势

- 一、世界饮料包装发展趋势分析
- 二、中国饮料包装工业发展趋势
- 三、饮料包装材料的未来发展趋势

### 第十二章、中国饮料行业营销分析

#### 第一节、饮料营销发展概述

- 一、国内饮料营销的五大派系
- 二、饮料行业的销售渠道分析
- 三、饮料营销策略探索
- 四、饮料业网络营销战略分析

#### 第二节、中国饮料市场营销状况分析

- 一、2009年饮料产业网络广告投放状况
- 二、2010年饮料业践行大平台大营销策略
- 三、2011年饮料业营销模式的创新
- 四、国内高端饮料营销模式尚未成熟
- 五、理性营销成为饮料业营销趋势

#### 第三节、饮料细分产品营销分析

- 一、传统养生饮料营销途径选择
- 二、功能饮料营销的三大要点
- 三、谷物饮料的营销模式探析
- 四、果醋饮料的创新营销与关联定位策略探讨
- 五、植物蛋白饮料营销的问题及解决对策

#### 第四节、中国饮料行业营销案例分析

- 一、娃哈哈的营销模式分析
- 二、蒙牛的营销策划
- 三、农夫果园的差异化营销策略分析
- 四、王老吉的亚运营销发展解析
- 五、红牛改变营销对象开始向大众营销转型

#### 第五节、软饮料市场的差异化营销策略分析

- 一、产品差异化策略分析
- 二、品牌形象差异化策略分析

- 三、促销差异化策略分析
- 四、中国软饮料市场差异化营销策略的误区与风险
- 五、中国软饮料市场差异化营销策略的建议

### 第十三章、中国饮料行业竞争分析

#### 第一节、中国饮料行业竞争概况

- 一、饮料市场竞争日趋多元化
- 二、中国饮料行业竞争规则简析
- 三、我国饮料市场受外资大力冲击
- 四、2011年我国饮料业竞争升级
- 五、2011年我国饮料业本土品牌竞争力提升

#### 第二节、饮料行业细分市场竞争分析

- 一、中国茶饮料的竞争形势及突围策略
- 二、中国凉茶市场的竞争局势剖析
- 三、中国瓶装水市场竞争形态剖析
- 四、我国果汁饮料业整体竞争格局
- 五、国内新型饮料市场竞争综况

#### 第三节、中国饮料业竞争存在的问题及策略方向

- 一、我国饮料市场新品竞争存在的问题
- 二、中国饮料行业竞争的主要策略探讨
- 三、我国软饮料各群组的竞争策略分析
- 四、饮料业未来竞争与发展五大关键主题

### 第十四章、饮料行业重点企业分析

#### 第一节、可口可乐公司

- 一、公司简介
- 二、可口可乐的经营模式对比分析
- 三、可口可乐公司SWOT分析
- 四、2011年可口可乐在河北投建饮料厂
- 五、未来几年可口可乐将大力开发中东市场
- 六、可口可乐新型饮料瓶的研发与商业化计划

#### 第二节、百事可乐公司

- 一、公司简介
- 二、百事可乐的销售执行机制
- 三、百事公司加大中国市场投资力度
- 四、百事大手笔收购俄罗斯饮料业巨头
- 五、百事的结盟转型策略剖析

### 第三节、康师傅控股有限公司

- 一、公司简介
- 二、2009年1-12月康师傅控股经营状况分析
- 三、2010年1-12月康师傅控股经营状况分析
- 四、2011年1-12月康师傅控股经营状况分析

### 第四节、北京汇源饮料食品集团有限公司

- 一、公司简介
- 二、2009年1-12月汇源果汁经营状况分析
- 三、2010年1-12月汇源果汁经营状况分析
- 四、2011年1-12月汇源果汁经营状况分析

### 第五节、内蒙古伊利实业集团股份有限公司

- 一、公司简介
- 二、2010年1-12月伊利股份经营状况分析
- 三、2011年1-12月伊利股份经营状况分析
- 四、2012年1-3月伊利股份经营状况分析

### 第六节、河北承德露露股份有限公司

- 一、公司简介
- 二、承德露露发力河南饮料市场
- 三、2010年1-12月承德露露经营状况分析
- 四、2011年1-12月承德露露经营状况分析
- 五、2012年1-3月承德露露经营状况分析

### 第七节、青岛啤酒股份有限公司

- 一、公司简介
- 二、2010年1-12月青岛啤酒经营状况分析
- 三、2011年1-12月青岛啤酒经营状况分析
- 四、2012年1-3月青岛啤酒经营状况分析

### 1第八节、烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司

- 一、公司简介
- 二、2010年1-12月张裕经营状况分析
- 三、2011年1-12月张裕经营状况分析
- 四、2012年1-3月张裕经营状况分析
- 五、张裕公司市场推广策略分析

#### 第九节、其它重点饮料企业

- 一、统一企业股份有限公司
- 二、杭州娃哈哈集团有限公司
- 三、内蒙古蒙牛乳业集团股份有限公司

### 第十五章、饮料行业投资及前景分析

#### 第一节、中国饮料行业SWOT分析

- 一、优势/机会点
- 二、劣势/威胁点

#### 第二节、投资形势分析

- 一、中国饮料企业的发展环境独占鳌头
- 二、中国饮料行业投资势头分析
- 三、我国食品饮料业并购投资迎来良机
- 四、我国饮料行业面临的风险分析

#### 第三节、饮料行业未来前景预测

- 一、中国饮料行业发展潜力大
- 二、我国饮料行业发展形势展望
- 三、饮料行业的主要发展趋势
- 四、生机饮料发展空间大
- 五、2012-2016年中国饮料制造行业预测分析

### 附录

附录一：中华人民共和国食品安全法

附录二：食品添加剂使用卫生标准

附录三：冷饮食品卫生管理办法

附录四：果汁饮料总则

附录五：含乳饮料卫生标准

附录六：茶、咖啡、植物饮料允许使用添加剂的原则

## 图表目录：

图表1 软饮料的分类

图表2 2010年软饮料产量结构表

图表3 2006-2010年软饮料制造企业销售产值

图表4 2006-2010年软饮料及各子行业销售收入

图表5 2006-2010年软饮料各子行业销售收入比重

图表6 2006-2010年软饮料各子行业销售收入比重变化趋势图

图表7 饮料产品外观色彩变化曲线

图表8 2010年各品牌软饮料满意度排序

图表9 2009年不同性别网民对饮料品类的偏好

图表10 2009年不同年龄网民对饮料品类的偏好

图表11 2009年不同收入网民对饮料品类的偏好

图表12 2009年不同地域网民对饮料品类的偏好

图表13 2009年不同地域网民对不同地域品牌的偏好

图表14 2009年不同性别网民选择饮料时关注的方面

图表15 2009年不同收入网民选择饮料时关注的方面

图表16 2009年不同性别网民购买饮料的习惯

图表17 2009年不同性别网民购买饮料的渠道比较

图表18 2009年不同性别网民对饮料包装的选择

图表19 2009年不同年龄网民购买饮料的习惯

图表20 2007-2011年饮料制造业销售收入

图表21 2007-2011年饮料制造业销售收入增长趋势图

图表22 2009-2010年11月饮料制造业不同规模企业销售额

图表23 2010年1-11月饮料制造业不同规模企业销售额对比图

图表24 2011年1-12月饮料制造业不同规模企业销售额

图表25 2011年1-12月饮料制造业不同规模企业销售额对比图

图表26 2009-2010年11月饮料制造业不同所有制企业销售额

图表27 2010年1-11月饮料制造业不同所有制企业销售额对比图

图表28 2011年1-12月饮料制造业不同所有制企业销售额

图表29 2011年1-12月饮料制造业不同所有制企业销售额对比图

图表30 2007-2011年饮料制造业利润总额

图表31 2007-2011年饮料制造业利润总额增长趋势图



图表32 2009-2010年11月饮料制造业不同规模企业利润总额

图表33 2010年1-11月饮料制造业不同规模企业利润总额对比图

图表34 2011年1-12月饮料制造业不同规模企业利润总额

图表35 2011年1-12月饮料制造业不同规模企业利润总额对比图

图表36 2009-2010年11月饮料制造业不同所有制企业利润总额

图表37 2011年1-12月饮料制造业不同所有制企业利润总额

图表38 2011年1-12月饮料制造业不同所有制企业利润总额对比图

图表39 2007-2011年饮料制造业资产总额

图表40 2007-2011年饮料制造业总资产增长趋势图

图表41 截至2011年12月底饮料制造业不同规模企业总资产

图表42 截至2011年12月底饮料制造业不同规模企业总资产对比图

图表43 截至2011年12月底饮料制造业不同所有制企业总资产

图表44 截至2011年12月底饮料制造业不同所有制企业总资产对比图

图表45 2007-2011年饮料制造业亏损面

图表46 2007-2011年饮料制造业亏损企业亏损总额

图表47 2007-2011年饮料制造业销售毛利率趋势图

图表48 2007-2011年饮料制造业成本费用率

图表49 2007-2011年饮料制造业成本费用利润率趋势图

图表50 2007-2011年饮料制造业销售利润率趋势图

图表51 2007-2011年饮料制造业应收账款周转率对比图

图表52 2007-2011年饮料制造业流动资产周转率对比图

图表53 2007-2011年饮料制造业总资产周转率对比图

图表54 2007-2011年饮料制造业资产负债率对比图

图表55 2009-2011年饮料制造业利息保障倍数对比图

图表56 2010年大学生最喜爱的果汁饮料品牌

图表57 2009-2010年大学生果汁型饮料喜好度排名情况

图表58 功能型饮料具体类型比例情况

图表59 功能型饮料市场规模增长情况

图表60 2010年1-12月中国啤酒产量数据统计（分省市）

图表61 2010年1-12月全国发酵酒精（折96度，商品量）产量数据

图表62 2010年1-12月吉林省发酵酒精（折96度，商品量）产量数据

图表63 2010年1-12月内蒙古自治区发酵酒精（折96度，商品量）产量数据

图表64 2010年1-12月江苏省发酵酒精（折96度，商品量）产量数据

图表65 2010年1-12月河南省发酵酒精（折96度，商品量）产量数据

图表66 2010年1-12月黑龙江省发酵酒精（折96度，商品量）产量数据

图表67 2010年1-12月广西壮族自治区发酵酒精（折96度，商品量）产量数据

图表68 2010年1-12月安徽省发酵酒精（折96度，商品量）产量数据

图表69 2011年1-12月全国发酵酒精（折96度，商品量）产量数据

图表70 2011年1-12月河南省发酵酒精（折96度，商品量）产量数据

图表71 2011年1-12月吉林省发酵酒精（折96度，商品量）产量数据

图表72 2011年1-12月黑龙江省发酵酒精（折96度，商品量）产量数据

图表73 2011年1-12月江苏省发酵酒精（折96度，商品量）产量数据

图表74 2011年1-12月广西壮族自治区发酵酒精（折96度，商品量）产量数据

图表75 2011年1-12月内蒙古自治区发酵酒精（折96度，商品量）产量数据

图表76 2011年1-12月四川省发酵酒精（折96度，商品量）产量数据

图表77 2012年1-4月全国发酵酒精(折96度,商品量)产量数据

图表78 2012年1-4月河南省发酵酒精(折96度,商品量)产量数据

图表79 2012年1-4月吉林省发酵酒精(折96度,商品量)产量数据

图表80 2012年1-4月江苏省发酵酒精(折96度,商品量)产量数据

图表81 2012年1-4月广西壮族自治区发酵酒精(折96度,商品量)产量数据

图表82 2012年1-4月黑龙江省发酵酒精(折96度,商品量)产量数据

图表83 2012年1-4月山东省发酵酒精(折96度,商品量)产量数据

图表84 2012年1-4月云南省发酵酒精(折96度,商品量)产量数据

图表85 2010年1-12月全国饮料酒产量数据

图表86 2010年1-12月山东省饮料酒产量数据

图表87 2010年1-12月河南省饮料酒产量数据

图表88 2010年1-12月广东省饮料酒产量数据

图表89 2010年1-12月四川省饮料酒产量数据

图表90 2010年1-12月浙江省饮料酒产量数据

图表91 2010年1-12月江苏省饮料酒产量数据

图表92 2010年1-12月辽宁省饮料酒产量数据

图表93 2011年1-12月全国饮料酒产量数据

图表94 2011年1-12月山东省饮料酒产量数据

图表95 2011年1-12月河南省饮料酒产量数据

图表96 2011年1-12月四川省饮料酒产量数据

图表97 2011年1-12月广东省饮料酒产量数据

图表98 2011年1-12月浙江省饮料酒产量数据

图表99 2011年1-12月辽宁省饮料酒产量数据

图表100 2011年1-12月江苏省饮料酒产量数据

图表101 2012年1-4月全国饮料酒产量数据

图表102 2012年1-4月山东省饮料酒产量数据

图表103 2012年1-4月四川省饮料酒产量数据

图表104 2012年1-4月河南省饮料酒产量数据

图表105 2012年1-4月广东省饮料酒产量数据

图表106 2012年1-4月湖北省饮料酒产量数据

图表107 2012年1-4月辽宁省饮料酒产量数据

图表108 2012年1-4月江苏省饮料酒产量数据

图表109 2010年1-12月全国软饮料产量数据

图表110 2010年1-12月广东省软饮料产量数据

图表111 2010年1-12月河南省软饮料产量数据

图表112 2010年1-12月浙江省软饮料产量数据

图表113 2010年1-12月山东省软饮料产量数据

图表114 2010年1-12月吉林省软饮料产量数据

图表115 2010年1-12月四川省软饮料产量数据

图表116 2010年1-12月天津市软饮料产量数据

图表117 2011年1-12月全国软饮料产量数据

图表118 2011年1-12月广东省软饮料产量数据

图表119 2011年1-12月浙江省软饮料产量数据

图表120 2011年1-12月河南省软饮料产量数据

图表121 2011年1-12月四川省软饮料产量数据

图表122 2011年1-12月吉林省软饮料产量数据

图表123 2011年1-12月湖北省软饮料产量数据

图表124 2011年1-12月山东省软饮料产量数据

图表125 2012年1-4月全国软饮料产量数据

图表126 2012年1-4月广东省软饮料产量数据

图表127 2012年1-4月浙江省软饮料产量数据

图表128 2012年1-4月河南省软饮料产量数据

图表129 2012年1-4月四川省软饮料产量数据

图表130 2012年1-4月吉林省软饮料产量数据

图表131 2012年1-4月湖北省软饮料产量数据

图表132 2012年1-4月山东省软饮料产量数据

图表133 2010年1-12月全国液体乳产量数据

图表134 2010年1-12月内蒙古自治区液体乳产量数据

图表135 2010年1-12月河北省液体乳产量数据

图表136 2010年1-12月山东省液体乳产量数据

图表137 2010年1-12月黑龙江省液体乳产量数据

图表138 2010年1-12月陕西省液体乳产量数据

图表139 2010年1-12月河南省液体乳产量数据

图表140 2010年1-12月辽宁省液体乳产量数据

图表141 2011年1-12月全国液体乳产量数据

图表142 2011年1-12月内蒙古自治区液体乳产量数据

图表143 2011年1-12月山东省液体乳产量数据

图表144 2011年1-12月河北省液体乳产量数据

图表145 2011年1-12月河南省液体乳产量数据

图表146 2011年1-12月陕西省液体乳产量数据

图表147 2011年1-12月黑龙江省液体乳产量数据

图表148 2011年1-12月辽宁省液体乳产量数据

图表149 2012年1-4月全国液体乳产量数据

图表150 2012年1-4月内蒙古自治区液体乳产量数据

图表151 2012年1-4月河北省液体乳产量数据

图表152 2012年1-4月山东省液体乳产量数据

图表153 2012年1-4月河南省液体乳产量数据

图表154 2012年1-4月黑龙江省液体乳产量数据

图表155 2012年1-4月陕西省液体乳产量数据

图表156 2012年1-4月辽宁省液体乳产量数据

图表157 2010年1-12月全国精制茶产量数据

图表158 2010年1-12月浙江省精制茶产量数据

图表159 2010年1-12月湖南省精制茶产量数据

图表160 2010年1-12月安徽省精制茶产量数据

图表161 2010年1-12月湖北省精制茶产量数据

图表162 2010年1-12月福建省精制茶产量数据

图表163 2010年1-12月四川省精制茶产量数据

图表164 2010年1-12月云南省精制茶产量数据

图表165 2011年1-12月全国精制茶产量数据

图表166 2011年1-12月浙江省精制茶产量数据

图表167 2011年1-12月湖南省精制茶产量数据

图表168 2011年1-12月湖北省精制茶产量数据

图表169 2011年1-12月四川省精制茶产量数据

图表170 2011年1-12月安徽省精制茶产量数据

图表171 2011年1-12月福建省精制茶产量数据

图表172 2011年1-12月云南省精制茶产量数据

图表173 2012年1-4月全国精制茶产量数据

图表174 2012年1-4月福建省精制茶产量数据

图表175 2012年1-4月湖南省精制茶产量数据

图表176 2012年1-4月浙江省精制茶产量数据

图表177 2012年1-4月安徽省精制茶产量数据

图表178 2012年1-4月四川省精制茶产量数据

图表179 2012年1-4月湖北省精制茶产量数据

图表180 2012年1-4月云南省精制茶产量数据

图表181 1978-2008年我国糖料面积发展情况

图表182 1978-2008年我国糖料单产变化

图表183 1978-2008年我国糖料产量变化

图表184 1978-2008年全国食糖产量走势

图表185 1978-2008年全国蔗糖产量走势

图表186 1978-2008年全国甜菜糖产量走势

图表187 1978-2008年全国食糖净进口量走势

图表188 2009/10榨季各月食糖进出口情况

图表189 2009/10榨季各月一般贸易净进口食糖情况

图表190 2009/10榨季我国食糖主要进口国家进口量、额对比

图表191 2009/10榨季各月我国从巴西进口食糖情况

图表192 2009/10榨季各月我国从古巴进口食糖情况

图表193 2009/10榨季各月我国从韩国进口食糖情况

图表194 2009/10榨季我国主要贸易方式出口食糖情况

图表195 2009-2010年12月我国食糖量价走势图

图表196 2010年1月-2011年12月我国食糖进口变动情况

图表197 2011年12月我国食糖进口来源国占比

图表198 2010年1月-2011年12月我国食糖出口趋势

图表199 2011年郑州商品交易所白糖价格行情日结算价走势

图表200 2009年中国果树种类及其比例

图表201 2010年我国水果的主要出口产品

图表202 2010年我国水果的主要进口产品

图表203 2010年中国蔬菜出口情况

图表204 2010年中国蔬菜进口情况

图表205 2010年中国蔬菜出口额居前十位的产品

图表206 2010年中国对各大洲蔬菜出口情况

图表207 2010年中国蔬菜主要出口国家和地区

图表208 2010年中国部分蔬菜产品出口价格

图表209 2009年饮料细分行业网络广告投放情况

图表210 2009年重点饮料企业网络广告投放情况及增长率

图表211 饮料行业广告投放的主要网络媒体

图表212 谷物饮料的营销模式

图表213 谷物饮料各品牌的营销模式

图表214 品牌定位三角的战略营销模式

图表215 蛋白饮料在心智中的阶梯

图表216 谷物饮料在品类上更偏重于休闲饮料

图表217 适合本土饮料企业的战略营销模式

图表218 消费者对饮料细分市场的心理

图表219 2009年1-12月康师傅控股综合收益表

图表220 2009年1-12月康师傅控股主营业务分部资料

图表221 2010年1-12月康师傅控股主要财务数据

图表222 2010年1-12月康师傅控股营业与收益分部情况

图表223 2011年1-12月康师傅控股综合收益表

图表224 2011年1-12月康师傅控股主营业务分部资料

图表225 2009年1-12月汇源果汁主要财务数据

图表226 2009年1-12月汇源果汁主营业务分产品情况

图表227 2010年1-12月汇源果汁主要财务数据

图表228 2010年1-12月汇源果汁收入分产品情况

图表229 2011年1-12月汇源果汁综合收益表

图表230 2011年1-12月汇源果汁主营业务分部资料

图表231 2010年1-12月伊利股份主要财务数据

图表232 2010年1-12月伊利股份非经常性损益项目及金额

图表233 2008年-2010年伊利股份主要会计数据

图表234 2008年-2010年伊利股份主要财务指标

图表235 2010年1-12月伊利股份主营业务分行业、产品情况

图表236 2010年1-12月伊利股份主营业务分地区情况

图表237 2011年1-12月伊利股份主要财务数据

图表238 2011年1-12月伊利股份非经常性损益项目及金额

图表239 2009年-2011年伊利股份主要会计数据

图表240 2009年-2011年伊利股份主要财务指标

图表241 2011年1-12月伊利股份主营业务分行业、产品情况

图表242 2011年1-12月伊利股份主营业务分地区情况

图表243 2012年1-3月伊利股份主要会计数据及财务指标

图表244 2012年1-3月伊利股份非经常性损益项目及金额

图表245 2010年1-12月承德露露主要财务数据

图表246 2010年1-12月承德露露非经常性损益项目及金额

图表247 2008年-2010年承德露露主要会计数据

图表248 2008年-2010年承德露露主要财务指标

图表249 2010年1-12月承德露露主营业务分产品情况

图表250 2011年1-12月承德露露主要财务数据

图表251 2011年1-12月承德露露非经常性损益项目及金额

图表252 2009年-2011年承德露露主要会计数据

图表253 2009年-2011年承德露露主要财务指标

图表254 2011年1-12月承德露露主营业务分行业、产品情况

图表255 2012年1-3月承德露露主要会计数据及财务指标

图表256	2012年1-3月承德露露非经常性损益项目及金额
图表257	2010年1-12月青岛啤酒主要财务数据
图表258	2010年1-12月青岛啤酒非经常性损益项目及金额
图表259	2008年-2010年青岛啤酒主要会计数据
图表260	2008年-2010年青岛啤酒主要财务指标
图表261	2010年1-12月青岛啤酒主营业务分产品情况
图表262	2010年1-12月青岛啤酒主营业务分地区情况
图表263	2011年1-12月青岛啤酒主要财务数据
图表264	2011年1-12月青岛啤酒非经常性损益项目及金额
图表265	2009年-2011年青岛啤酒主要会计数据
图表266	2009年-2011年青岛啤酒主要财务指标
图表267	2011年1-12月青岛啤酒主营业务分行业、产品情况
图表268	2011年1-12月青岛啤酒主营业务分地区情况
图表269	2012年1-3月青岛啤酒主要会计数据及财务指标
图表270	2012年1-3月青岛啤酒非经常性损益项目及金额
图表271	2010年1-12月张裕主要财务数据
图表272	2010年1-12月张裕非经常性损益项目及金额
图表273	2008年-2010年张裕主要会计数据和财务指标
图表274	2010年1-12月张裕主营业务分行业、产品情况
图表275	2010年1-12月张裕主营业务分地区情况
图表276	2011年1-12月张裕非经常性损益项目及金额
图表277	2009年-2011年张裕主要会计数据
图表278	2009年-2011年张裕主要财务指标
图表279	2011年1-12月张裕主营业务分行业、产品情况
图表280	2011年1-12月张裕主营业务分地区情况
图表281	2012年1-3月张裕主要会计数据及财务指标
图表282	2012年1-3月张裕非经常性损益项目及金额
图表283	2012-2016年中国饮料制造行业产品销售收入预测
图表284	2012-2016年中国饮料制造行业累计利润总额预测
图表285	含乳饮料理化指标
图表286	含乳饮料微生物指标

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/yinliao1206/U151043C2X.html>