

# 2012-2016年中国可乐市场 分析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

《2012-2016年中国可乐市场分析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/yinliao1211/P74380GXGT.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】2012-11-23

【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《2012-2016年中国可乐市场分析与投资前景研究报告》共十五章。首先介绍了中国可乐行业的概念，接着分析了中国可乐行业发展环境，然后对中国可乐行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国可乐行业面临的机遇及发展前景。您若对中国可乐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年中国可乐市场分析与投资前景研究报告》，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。

可乐(Cola)是黑褐色、甜味、含咖啡因的碳酸饮料，有咖啡因但不含酒精，非常流行。可乐主要口味包括有香草、肉桂、柠檬香味等。名称来自可乐早期的材料之一：最知名的可乐品牌有可口可乐和百事可乐。2011年可口可乐在中国销量增长，全年总营收465.42亿美元，同比增长33%。过去10年中，可口可乐在华已9年实现两位数增长。目前印度人平均每年消费的可乐量只有12瓶，相比之下巴西人年均消费可乐高达240瓶。可口可乐公司2011年曾宣布计划未来五年在印度投资20亿美元开发市场，新计划的投资额远远超出了原来的计划。相比之下，过去20年可口可乐公司在印度的投资总额仅为20亿美元。2012年1-5月，中国软饮料产量4752.44万吨，同比增长了10.69%，比2012年1-4月产量增速下降0.34个百分点，比2011年同期增速下降16.34个百分点；其中5月份单月产量达到1099.86万吨，同比增长10.31%，比4月份产量增速回升1.04个百分点，比2011年同期增速下降19.51个百分点。总体来看，除了包装饮用水累计产量增速较2011年快速上升之外，各品种软饮料累计产量增速与2011年同期比较均有不同程度有降。

2011年，受国家政策支持，城乡居民收入水平提高和消费结构调整的影响，我国软饮料销量保持较快增长势头。2011年，我国软饮料销售量为11621.90万吨，同比增长18.70%。销售量增速较产量增速低3.30个百分点，在产量增速下滑的同时，销量增速低于产量增速，说明软饮料“去库存化”过程告一段落，也表明通货膨胀对终端消费市场产生了一定的影响。“十二五”期间，我国着重调整饮料产品结构。2012年1-5月，各种软饮料产量按累计增速快慢依次来看：包装饮用水累计产量2039.26万吨，同比增长31.59%，比2012年1-4月产量增速下降0.74个百分点，比2011年同期增速上涨8.77个百分点；精制茶累计产量为105.38万吨，同比增长率为14.91%，比1-4月产量增速上升5.09个百分点，比2011年同期增速

下降17.82个百分点；果蔬汁累计产量787.21万吨，同比增长5.02%，在软饮料中仍保持最快增长态势，比1-4月产量增速上升7.9个百分点，但增速比2011年同期增速下降16.15个百分点；碳酸饮料累计产量501.64万吨，同比增长了-3.43%，比1-4月产量增速回升1.1个百分点，比2011年同期增速下降28.43个百分点。在软饮料中，只有包装饮用水累计产量增速较2011年同期上升。

## 报告目录

### 第一章 可乐行业相关概述

#### 第一节 可乐的定义

#### 第二节 可乐分类介绍

#### 第三节 各类可乐主要用途

### 第二章 中国可乐行业运行环境分析

#### 第一节 2011-2012年中国经济环境分析

##### 一、GDP历史变动轨迹分析

##### 二、固定资产投资历史变动轨迹分析

##### 三、2012年中国宏观经济发展预测分析

#### 第二节 2011-2012年中国可乐行业政策环境分析

##### 一、可乐行业标准

##### 二、可乐行业政策

#### 第三节 2011-2012年中国可乐行业社会环境分析

##### 一、人口环境分析

##### 二、教育环境分析

##### 三、文化环境分析

##### 四、生态环境分析

##### 五、中国城镇化率

##### 六、居民的各种消费观念和习惯

### 第三章 中国可乐行业发展现状分析

#### 第一节 2011-2012年可乐行业发展现状

##### 一、可乐行业发展概况

##### 二、可乐行业生产状况分析

## 第二节 2011-2012年可乐企业发展分析

- 一、可乐企业发展动态分析
- 二、可乐企业发展存在的问题
- 三、可乐企业战略发展分析

## 第三节 2011-2012年可乐行业经济运行分析

- 一、2011-2012年可乐行业产值分析
- 二、2011-2012年可乐行业效益分析
- 三、2011-2012年可乐行业进口分析
- 四、2011-2012年可乐行业出口分析

## 第四节 2011-2012年可乐市场发展分析

- 一、2011年可乐市场分析
- 二、2011年可乐市场变化分析
- 三、2012-2016年可乐市场走势分析

## 第五节 可乐行业面临的挑战及发展建议

- 一、可乐行业发展面临的难题
- 二、：可乐行业发展建议

## 第四章 我国可乐销售市场分析

### 第一节 我国可乐行业采购经理人指数分析

### 第二节 我国可乐批发市场分析

### 第三节 我国可乐零售市场分析

## 第五章 中国可乐行业市场营销战略分析

### 第一节 可乐企业营销分析

- 一、可乐市场营销现状
- 二、可乐品牌成功因素分析
- 三、可乐企业营销战略研究

### 第二节 可乐营销渠道分析

- 一、可乐销售渠道构成
- 二、可乐营销渠道策略分析

### 第三节 可乐行业营销策略分析

## 第六章 2009-2011年中国可乐行业数据监测

### 第一节 2009-2011年中国可乐行业总体数据分析

- 一、2009年中国可乐行业全部企业数据分析
- 二、2010年中国可乐行业全部企业数据分析
- 三、2011年中国可乐行业全部企业数据分析

### 第二节 2009-2011年中国可乐行业不同规模企业数据分析

- 一、2009年中国可乐行业不同规模企业数据分析
- 二、2010年中国可乐行业不同规模企业数据分析
- 三、2011年中国可乐行业不同规模企业数据分析

### 第三节 2009-2011年中国可乐行业不同所有制企业数据分析

- 一、2009年中国可乐行业不同所有制企业数据分析
- 二、2010年中国可乐行业不同所有制企业数据分析
- 三、2011年中国可乐行业不同所有制企业数据分析

## 第七章 中国可乐行业发展分析

### 第一节 2011-2012年可乐行业发展现状

- 一、可乐行业的发展史
- 二、可乐市场变化分析
- 三、2011年可乐市场运行分析
- 四、2011年可乐市场发展分析
- 五、可乐质量情况分析
- 六、可乐市场现状分析

### 第二节 2011-2012年可乐市场供需分析

- 一、可乐产值分析
- 二、可乐需求分析
- 三、影响可乐市场需求的因素

### 第三节 可乐行业生产分析

- 一、产品及原材料进口、自有比例
- 二、国内产品及原材料生产基地分布
- 三、2010-2012年产品及原材料产能情况分析

### 第四节 可乐行业产量分析

- 一、2010-2012年可乐产量分析

## 二、2012-2016年可乐产量预测

### 第八章 中国可乐行业发展分析

#### 第一节 2011-2012年可乐市场发展分析

##### 一、可乐发展分析

##### 二、可乐市场发展有利因素分析

##### 三、可乐市场消费特点分析

#### 第二节 2011-2012年可乐出口状况分析

##### 一、可乐出口数量及金额分析

##### 二、可乐主要出口市场分析

#### 第三节 2011-2012年可乐行业存在的问题及对策

##### 一、可乐产品问题分析

##### 二、可乐行业存在的问题

### 第九章 中国可乐行业竞争格局分析

#### 第一节 2011-2012年可乐行业竞争结构分析

##### 一、可乐种类品牌竞争

##### 二、可乐技术工艺创新竞争

##### 三、可乐销售渠道竞争

#### 第二节 2011-2012年可乐企业及品牌分析

##### 一、康师傅

##### 二、统一

##### 三、娃哈哈

##### 四、可口可乐

##### 五、其他

### 第十章 中国可乐市场竞争分析

#### 第一节 2011-2012年可乐行业集中度分析

##### 一、可乐市场集中度分析

##### 二、可乐区域集中度分析

##### 三、可乐企业集中度分析

#### 第二节 2011-2012年可乐市场竞争分析

- 一、可乐市场竞争现状分析
- 二、可乐企业竞争动态分析
- 三、可乐行业竞争策略研究

## 第十一章 可乐地区销售状况分析统计

- 第一节 华北地区
- 第二节 华南地区
- 第三节 华中地区
- 第四节 华东地区
- 第五节 西北地区
- 第六节 东北地区
- 第七节 西南地区

## 第十二章 中国可乐行业发展前景分析

- 第一节 2012-2016年可乐市场发展前景分析
  - 一、2012-2016年可乐市场发展潜力分析
  - 二、2012-2016年可乐市场发展前景分析
- 第二节 2012-2016年可乐产品市场发展前景分析
  - 一、2012年可乐市场走势分析
  - 二、2012-2016年可乐市场发展趋势分析

## 第十三章 中国可乐行业发展趋势分析

- 第一节 对可乐市场发展预测
  - 一、2012-2016年可乐市场供给预测
  - 二、2012-2016年可乐市场销量预测
  - 三、2012-2016年可乐市场规模预测
- 第二节 2012-2016年可乐市场发展趋势
  - 一、2012-2016年可乐行业发展趋势
  - 二、2012-2016年可乐市场发展趋势

## 第十四章 可乐整体行业发展规划分析

- 第一节 2012-2016年可乐行业发展规划分析



一、可乐行业发展机会分析

二、可乐行业发展机遇分析

三、可乐行业发展规划分析

第二节 2012-2016年可乐行业投资风险分析

一、2012-2016年可乐行业市场风险预测

二、2012-2016年可乐行业政策风险预测

三、2012-2016年可乐行业经营风险预测

四、2012-2016年可乐行业竞争风险预测

五、2012-2016年可乐行业其他风险预测

第十五章 中国可乐行业投资战略研究

第一节 市场策略分析

一、可乐价格策略分析

二、可乐渠道策略分析

第二节 对我国可乐品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性分析

二、可乐实施品牌战略的意义

三、可乐企业品牌的现状分析

四、我国可乐企业的品牌战略

五、可乐品牌战略管理的策略

第三节 可乐企业经营管理策略

一、定价策略

二、竞争策略

三、并购重组策略

四、营销策略

五、人力资源

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2011年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2011年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2012年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2012年中国GDP增速预测

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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/yinliao1211/P74380GXGT.html>