

2013-2017年中国饮料市场 竞争力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

报告报价

《2013-2017年中国饮料市场竞争力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/yinliao1302/493271FJ57.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】2013-02-05

【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

报告说明:

博思数据发布的《2013-2017年中国饮料市场竞争力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《2013-2017年中国饮料市场竞争力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。

2011年1-12月，我国饮料制造业销售收入总额达到（规模以上工业企业销售收入之和）11769.229亿元，同比增长33.19%，高于工业平均水平。我国饮料制造业成长迅速，发展势头良好，目前整体规模很大，盈利能力较强，发展已经非常成熟。

饮料行业产品弹性大，随着居民收入提高，饮料产品价格相对降低，在其他因素变动不大的情况下，饮料行业将长期受益于居民收入的提高和消费观念的转变。由此推测未来几年饮料行业虽难免经历消费淡季，但饮料行业景气度上涨将会是必然趋势。

报告目录

第一章 饮料行业简述

第一节 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

第二章 2011-2012年全球饮料市场

第一节 2011-2012年全球饮料市场总体概况

一、全球软饮料市场发展综述

二、全球酒精饮料市场发展概述

三、全球啤酒市场状况发展透析

四、亚太地区酒精饮料市场发展预测

第二节 2011-2012年欧洲饮料市场的发展

一、欧洲饮料市场整体发展综述

二、2011年塞浦路斯软饮料生产状况

三、2012年德国啤酒销售情况

四、2012年俄罗斯酒精饮料进口情况

五、2012年法国酒精饮料出口增长

第三节 2011-2012年亚洲饮料市场的发展

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、2012年日本啤酒市场发展态势

四、韩国啤酒进口贸易情况

五、越南饮料市场呈快速增长态势

第四节 2011-2012年美国饮料市场的发展

一、美国饮料市场运行概述

二、美国碳酸饮料市场的品牌格局

三、浓缩能量饮料受美国市场青睐

第三章 2011-2012年中国饮料市场分析

第一节 国内宏观经济环境分析

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

第三节 中国饮料行业品牌分析

- 一、中国饮料市场品牌格局剖析
- 二、软饮料消费者品牌满意度调查情况
- 三、国内饮料品牌的发展战略解析
- 四、本土饮料企业品牌突围策略分析

第四节 2011-2012年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

第五节 2011-2012年各地区饮料市场分析

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

第四章 2011-2012年中国饮料行业分析

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 2010-2012年中国饮料行业运行状况

- 一、2010年我国饮料行业发展情况回顾
- 二、2010年软饮料市场总规模及细分行业占比情况
- 三、2011年我国饮料行业发展状况分析
- 四、2012年上半年我国饮料行业运行情况

第三节 2011-2012年饮料行业成本上升及对策分析

- 一、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 2011-2012年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

第五章 中国饮料制造行业财务状况

第一节 2009-2011年中国饮料制造行业总体数据分析

一、2009年中国饮料制造行业全部企业数据分析

二、2010年中国饮料制造行业全部企业数据分析

三、2011年中国饮料制造行业全部企业数据分析

第二节 2009-2011年中国饮料制造行业不同规模企业数据分析

一、2009年中国饮料制造行业不同规模企业数据分析

二、2010年中国饮料制造行业不同规模企业数据分析

三、2011年中国饮料制造行业不同规模企业数据分析

第三节 2009-2011年中国饮料制造行业不同所有制企业数据分析

一、2009年中国饮料制造行业不同所有制企业数据分析

二、2010年中国饮料制造行业不同所有制企业数据分析

三、2011年中国饮料制造行业不同所有制企业数据分析

第六章 2011-2012年酒饮料市场分析

第一节 啤酒

一、“十一五”中国啤酒行业发展综述

二、2011年我国啤酒行业发展特点分析

三、2012年上半年中国啤酒行业运行简况

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、2011年我国白酒行业运行状况分析
- 三、2012年我国白酒市场整合步伐加速
- 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、2011年中国葡萄酒行业运行概况
- 三、2012年中国葡萄酒行业发展态势
- 四、2012年7月葡萄酒行业准入政策实施
- 五、“十二五”我国葡萄酒行业发展规划

第四节 黄酒

- 一、“十一五”中国黄酒行业发展综述
- 二、2011年中国黄酒行业发展解析
- 三、2012年上半年绍兴黄酒出口增长
- 四、“十二五”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

第七章 2011-2012年软饮料细分市场分析

第一节 果汁饮料

- 一、中国果汁饮料市场发展概况
- 二、果汁饮料品牌受欢迎程度比较
- 三、中国果汁和蔬菜汁饮料的生产状况
- 四、2011年果汁饮料企业主打创新牌
- 五、2012年国内首款清真果汁饮料上市
- 六、我国饮料企业开发沙棘果汁新品

第二节 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

第三节 碳酸饮料

- 一、碳酸饮料的利与弊
- 二、中国碳酸饮料生产与消费情况
- 三、中国碳酸饮料市场发展状况分析
- 四、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、中国功能饮料市场发展现况
- 四、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

第八章 2011-2012年茶饮料市场分析

第一节 2011-2012年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

第二节 2011-2012年中国茶产业分析

- 一、中国茶区及茶市场消费流通概述
- 二、中国茶产业发展现状分析
- 三、中国茶产业发展特点
- 四、中国茶行业发展的制约因素
- 五、“十二五”茶产业的发展目标与方向

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 2011-2012年中国茶饮料市场的问题与对策

- 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8月全国及重点省市发酵酒精产量分析

- 一、2010年全国及主要省份发酵酒精（折96度，商品量）产量分析
- 二、2011年全国及主要省份发酵酒精（折96度，商品量）产量分析
- 三、2012年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8月全国及主要省份饮料酒产量分析

- 一、2010年全国及主要省份饮料酒产量分析
- 二、2011年全国及主要省份饮料酒产量分析
- 三、2012年全国及主要省份饮料酒产量分析

第三节 2010-2012年8月全国及重点省市软饮料产量分析

一、2010年全国及主要省份软饮料产量分析

二、2011年全国及主要省份软饮料产量分析

三、2012年全国及主要省份软饮料产量分析

第四节 2010年-2012年8月全国及主要省份液体乳产量分析

一、2010年全国及主要省份液体乳产量分析

二、2011年全国及主要省份液体乳产量分析

三、2012年全国及主要省份液体乳产量分析

第五节 2010-2012年8月全国及重点省市精制茶产量分析

一、2010年全国及主要省份精制茶产量分析

二、2011年全国及主要省份精制茶产量分析

三、2012年主要省份精制茶产量分析

第十章 2011-2012年饮料行业原料供应分析

第一节 2011-2012年中国食糖工业概况

一、中国制糖行业发展成就回顾

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、2011年我国食糖进出口状况分析

五、2012年我国食糖进出口数据

六、中国最大制糖企业南宁糖业谋求上市

第二节 2011-2012年中国水果产业分析

一、中国水果的种植与分布状况

二、2011年中国水果市场运行情况

三、2011年水果生产第一大省发展状况

四、2012年中国水果进出口状况

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 2011-2012年中国蔬菜产业分析

一、我国蔬菜产业发展回顾

二、2011年中国蔬菜行业发展简况

三、2012年上半年中国蔬菜进出口分析

四、加快中国蔬菜产业化现代化进程的思路

第十一章 2011-2012年饮料包装行业发展分析

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 2011-2012年中国饮料行业竞争分析

第一节 2011-2012年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年饮料业本土品牌竞争力提升
- 六、2012年国内饮料业竞争态势分析

第二节 2011-2012年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

第十三章 2010-2012年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、2012年可口可乐在华最大装瓶厂开业

六、未来几年可口可乐将大力开发中东市场

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、2012年百事中国与康师傅结盟获批

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、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2013-2017年公司发展战略分析

第四节 北京汇源饮料食品集团有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2013-2017年公司发展战略分析

第五节 内蒙古伊利实业集团股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2013-2017年公司发展战略分析

第六节 河北承德露露股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2013-2017年公司发展战略分析

第七节 青岛啤酒股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2013-2017年公司发展战略分析

第八节 烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2013-2017年公司发展战略分析

第十四章 2011-2012年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、饮料产业网络广告投放状况
- 二、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 饮料行业未来前景展望

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

第四节 2013-2017年中国饮料制造行业预测分析

一、影响中国饮料制造行业发展的因素分析

二、2013-2017年中国饮料制造行业产品销售收入预测

三、2013-2017年中国饮料制造业累计利润总额预测

四、2013-2017年中国饮料制造业软饮料产量预测

报告目录：

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/yinliao1302/493271FJ57.html>