

2015-2020年中国碳酸饮料 市场监测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

《2015-2020年中国碳酸饮料市场监测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/yinliao1502/T12853SOV0.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】2015-02-05

【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

报告说明:

博思数据发布的《2015-2020年中国碳酸饮料市场监测及投资前景研究报告》共十二章。报告介绍了碳酸饮料行业相关概述、中国碳酸饮料产业运行环境、分析了中国碳酸饮料行业的现状、中国碳酸饮料行业竞争格局、对中国碳酸饮料行业做了重点企业经营状况分析及中国碳酸饮料产业发展前景与投资预测。您若想对碳酸饮料产业有个系统的了解或者想投资碳酸饮料行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

碳酸饮料（汽水）类产品是指在一定条件下充入二氧化碳气的饮料，包括碳酸饮料、充气运动饮料等具体品种，不包括由发酵法自身产生二氧化碳气的饮料。成品中二氧化碳的含量（20 时体积倍数）不低于2.0倍。碳酸饮料主要成分为糖、色素、甜味剂、酸味剂、香料及碳酸水等，一般不含维生素，也不含矿物质。碳酸饮料（汽水）可分为果汁型、果味型、可乐型、低热量型、其他型等，常见的如：可乐、雪碧、芬达、七喜、美年达等。其中果汁型碳酸饮料指含有2.5%及以上的天然果汁；果味型碳酸饮料指以香料为主要赋香剂，果汁含量低于2.5%；可乐型碳酸饮料指含有可乐果、白柠檬、月桂、焦糖色素；其它型碳酸饮料：乳蛋白碳酸饮料、冰淇淋汽水等。

纵观碳酸饮料的发展史，它诞生于美国，短时间内已经成就了风靡全球的辉煌，而如今，该市场也出现疲软状态，逐渐被其他饮料所追赶抑或超越。在日本，以绿茶 饮料为主的无糖茶饮料市场在不断扩大；在美国，高级水果饮料盛行；在韩国，非碳酸饮料增长迅猛，茶饮料逐渐占主流。面对市场逐渐萎缩的局面，碳酸饮料两大 巨头也开始寻找别的出路，纷纷开发新口味，发力其他软饮料市场。

碳酸饮料行业正遭遇着前所未有的困境，而扭转消费者的消费倾向难度太大，那最佳的方法只能是改变自身，一方面企业不断研发出低热量、低糖的碳酸饮料，另一方面企业开发别的饮料，不仅丰富产品线，也增加了另一个赢利点。针对此点，表现最突出的应属可口可乐公司旗下的“美汁源”系列，自从推出以后，发展至今已经稳居低浓度果汁饮料市场的前列。另外，碳酸饮料市场虽然呈萎缩态势，但我们仍然应该看到它的巨大威力，首先，碳酸饮料市场份额虽有所下降，但在各地的表现仍然值得称赞。如在我国软饮料年总产量中，碳酸饮料居第二位，位于饮用水之后；在台湾仅次于茶饮料，在日本饮料市场则名列前茅。这些排名都直观地展示了碳酸饮料市场巨大的容量，这也从另一个侧面揭示了此前汇源果汁大力推出“果汁果乐”碳酸饮料的原因。从消费者市场分析，碳酸饮料的消费人群主要集中在16-25岁，这部分年轻人追求时尚、潮流，而对营养、健康的诉求则相对会少些，因此，这部分消费群体并不会出现大面积的流失，碳酸饮料消费市场仍然巨大。

第一章 中国碳酸饮料行业PEST模型分析

第一节 碳酸饮料行业定义统计标准

- 一、碳酸饮料行业概念及分类
- 二、碳酸饮料行业统计部门和统计口径
- 三、碳酸饮料行业产业链结构分析
- 四、碳酸饮料行业发展周期分析

第二节 中国碳酸饮料行业政策环境分析（P）

- 一、行业相关政策动向
- 二、行业产品质量标准
- 三、行业生产安全标准
- 四、行业贸易环境分析
- 五、行业“十二五”发展规划

第三节 中国碳酸饮料行业经济环境分析（E）

- 一、国际宏观经济及对碳酸饮料行业影响
- 二、国内宏观经济及对碳酸饮料行业影响
- 三、食品制造行业主要经济指标分析
- 四、碳酸饮料行业在食品制造行业地位分析

第四节 中国碳酸饮料行业社会环境分析（S）

- 一、我国人口因素及对碳酸饮料行业影响
- 二、碳酸饮料人均消费及发展影响
- 三、国内生活方式及对碳酸饮料行业影响

第五节 中国碳酸饮料行业技术环境分析（T）

- 一、生产技术
- 二、安全检测技术

第二章 2013-2014年全球碳酸饮料行业市场发展状况分析

第一节 2013-2014年世界碳酸饮料行业发展状况

- 一、世界碳酸饮料行业生产情况
- 二、世界碳酸饮料消费及趋势分析
- 三、世界碳酸饮料行业发展趋势分析

第二节 美国碳酸饮料行业现状分析

- 一、美国碳酸饮料行业的市场现状
- 二、美国碳酸饮料行业的市场特征
- 第三节 日本碳酸饮料行业现状分析
 - 一、日本碳酸饮料行业的市场规模
 - 二、日本碳酸饮料行业的市场特征
 - 三、日本饮料市场销售特征
- 第四节 欧洲碳酸饮料行业市场状况
 - 一、欧洲碳酸饮料行业的市场现状
 - 二、欧洲碳酸饮料行业的市场特征
- 第五节 主要跨国碳酸饮料公司在中国市场的投资布局

第三章 2013-2014年我国碳酸饮料行业现状及市场发展分析

第一节 2013-2014年我国碳酸饮料行业发展现状

- 一、碳酸饮料行业市场规模
- 二、碳酸饮料行业产品发展现状
- 三、碳酸饮料行业消费市场现状

第二节 2013-2014年碳酸饮料行业发展特点分析

- 一、市场格局特点
- 二、产品创新特点
- 三、营销服务特点
- 四、市场品牌特点

第三节 2013-2014年碳酸饮料市场结构和价格走势分析

- 一、2013-2014年我国碳酸饮料市场结构和价格走势概述
- 二、2013-2014年我国碳酸饮料市场结构分析
- 三、2013-2014年我国碳酸饮料市场价格走势分析

第四节 2013-2014年重点城市碳酸饮料市场发展情况

第四章 2013-2014年中国碳酸饮料行业财务指标与供需情况分析

第一节 2013-2014年中国碳酸饮料行业经济运行主要特点

第二节 2013-2014年碳酸饮料行业财务指标分析

- 一、经营效益
- 二、盈利能力

三、运营能力

四、偿债能力

五、发展能力

第三节 2013-2014年全国碳酸饮料行业供给情况分析

一、全国碳酸饮料行业总产值分析

二、全国碳酸饮料行业产成品分析

三、各地区碳酸饮料行业供给情况分析

第四节 2013-2014年全国碳酸饮料行业需求情况分析

一、全国碳酸饮料行业销售产值分析

二、全国碳酸饮料行业销售收入分析

三、各地区碳酸饮料行业需求情况分析

四、全国碳酸饮料行业产销率分析

第五节 2013-2014年中国碳酸饮料行业进出口分析

一、行业出口分析

1、行业出口整体情况

2、行业出口产品结构

3、碳酸饮料行业出口前景及建议

二、行业进口分析

1、行业进口整体情况

2、行业进口产品结构

3、碳酸饮料行业进口前景及建议

第五章 碳酸饮料区域市场情况分析

第一节 华北地区

一、2013-2014年行业发展现状分析

二、2013-2014年市场需求情况分析

三、2013-2014年市场规模情况分析

四、2013-2014年行业竞争格局分析

五、2013-2014年消费者的偏好分析

六、2015-2020年行业发展趋势分析

第二节 东北地区

一、2013-2014年行业发展现状分析

- 二、2013-2014年市场需求情况分析
- 三、2013-2014年市场规模情况分析
- 四、2013-2014年行业竞争格局分析
- 五、2013-2014年消费者的偏好分析
- 六、2015-2020年行业发展趋势分析

第三节 华东地区

- 一、2013-2014年行业发展现状分析
- 二、2013-2014年市场需求情况分析
- 三、2013-2014年市场规模情况分析
- 四、2013-2014年行业竞争格局分析
- 五、2013-2014年消费者的偏好分析
- 六、2015-2020年行业发展趋势分析

第四节 华南地区

- 一、2013-2014年行业发展现状分析
- 二、2013-2014年市场需求情况分析
- 三、2013-2014年市场规模情况分析
- 四、2013-2014年行业竞争格局分析
- 五、2013-2014年消费者的偏好分析
- 六、2015-2020年行业发展趋势分析

第五节 中南地区

- 一、2013-2014年行业发展现状分析
- 二、2013-2014年市场需求情况分析
- 三、2013-2014年市场规模情况分析
- 四、2013-2014年行业竞争格局分析
- 五、2013-2014年消费者的偏好分析
- 六、2015-2020年行业发展趋势分析

第六节 西南地区

- 一、2013-2014年行业发展现状分析
- 二、2013-2014年市场需求情况分析
- 三、2013-2014年市场规模情况分析
- 四、2013-2014年行业竞争格局分析
- 五、2013-2014年消费者的偏好分析

六、2015-2020年行业发展趋势分析

第七节 西北地区

一、2013-2014年行业发展现状分析

二、2013-2014年市场需求情况分析

三、2013-2014年市场规模情况分析

四、2013-2014年行业竞争格局分析

五、2013-2014年消费者的偏好分析

六、2015-2020年行业发展趋势分析

第六章 中国碳酸饮料行业消费市场分析

第一节 中国碳酸饮料消费者收入分析

一、中国人口、人民生活分析

二、2013-2014年消费者收入水平

三、2014年消费者信心指数分析

第二节 碳酸饮料行业产品目标客户群体调查

一、不同收入水平消费者偏好调查

二、不同年龄的消费者偏好调查

三、不同地区的消费者偏好调查

第三节 碳酸饮料市场消费需求分析

一、碳酸饮料市场的消费需求变化

二、碳酸饮料行业的需求情况分析

三、2015年碳酸饮料品牌市场消费需求趋势

第四节 碳酸饮料消费市场状况分析

一、碳酸饮料行业消费特点

二、碳酸饮料消费者分析

三、碳酸饮料消费结构分析

四、碳酸饮料消费的市场变化

五、碳酸饮料市场的消费方向

第五节 不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

五、包装的影响程度

第六节 碳酸饮料行业产品的品牌市场调查

一、消费者对行业品牌认知度宏观调查

二、消费者对行业产品的品牌偏好调查

三、消费者对行业品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、碳酸饮料行业品牌忠诚度调查

六、碳酸饮料行业品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第七章 碳酸饮料行业竞争格局与竞争策略分析

第一节 波特五力模型分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 2013-2014年碳酸饮料行业竞争格局分析

一、2013-2014年国内外碳酸饮料竞争分析

二、2013-2014年我国碳酸饮料市场竞争分析

三、2013-2014年我国碳酸饮料市场集中度分析

四、2015-2020年国内主要碳酸饮料企业动向

五、2014年国内碳酸饮料拟在建项目分析

第四节 碳酸饮料市场竞争策略分析

一、2014年碳酸饮料市场增长潜力分析

二、2014年碳酸饮料主要潜力品种分析

三、现有碳酸饮料产品竞争策略分析

四、典型企业品牌竞争策略分析

第五节 碳酸饮料企业竞争策略分析

- 一、碳酸饮料行业竞争格局的影响因素分析
- 二、2015-2020年我国碳酸饮料市场竞争趋势
- 三、2015-2020年碳酸饮料行业竞争策略分析
- 四、2015-2020年碳酸饮料企业竞争策略分析

第八章 主要碳酸饮料企业竞争分析

第一节 可口可乐（中国）投资有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2013-2014年经营状况
- 四、2015-2020年发展战略

第二节 百事(中国)投资有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2013-2014年经营状况
- 四、2015-2020年发展战略

第三节 广东健力宝饮料有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2013-2014年经营状况
- 四、2015-2020年发展战略

第四节 杭州娃哈哈集团有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2013-2014年经营状况
- 四、2015-2020年发展战略

第五节 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、2013-2014年经营状况

四、2015-2020年发展战略

第六节 农夫山泉股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2014年经营状况

四、2015-2020年发展战略

第九章 碳酸饮料行业发展趋势与前景预测

第一节 我国碳酸饮料行业前景与机遇分析

一、我国碳酸饮料行业发展前景

二、我国碳酸饮料发展机遇分析

第二节 2015-2020年中国碳酸饮料市场趋势分析

一、2013-2014年碳酸饮料市场趋势总结

二、2015-2020年碳酸饮料市场发展空间

三、2015-2020年碳酸饮料产业政策趋向

四、2015-2020年碳酸饮料技术革新趋势

五、2015-2020年碳酸饮料价格走势分析

六、2015-2020年国际环境对行业的影响

七、2015-2020年碳酸饮料发展趋势分析

第三节 未来碳酸饮料需求与消费预测

一、2015-2020年碳酸饮料产品消费预测

二、2015-2020年碳酸饮料市场规模预测

三、2015-2020年碳酸饮料行业总产值预测

四、2015-2020年碳酸饮料行业销售收入预测

第四节 2015-2020年中国碳酸饮料行业供需预测

一、2015-2020年中国碳酸饮料供给预测

二、2015-2020年中国碳酸饮料需求预测

三、2015-2020年中国碳酸饮料供需平衡预测

四、2015-2020年中国碳酸饮料产品价格趋势

五、2015-2020年主要碳酸饮料产品进出口预测

第十章 碳酸饮料行业投资现状与投资环境分析

第一节 2013-2014年碳酸饮料行业投资情况分析

一、2014年总体投资及结构

二、2014年投资规模及增速

三、2014年分行业投资分析

四、2014年分地区投资分析

五、2014年外商投资情况

第二节 经济发展环境分析

一、我国宏观经济形势分析

二、2015-2020年投资趋势及其影响预测

第三节 政策法规环境分析

第四节 技术发展环境分析

一、2015年碳酸饮料技术发展分析

二、2015-2020年碳酸饮料技术发展趋势分析

第五节 社会发展环境分析

第十一章 碳酸饮料行业投资机会与风险分析

第一节 行业活力系数比较及分析

一、2014年相关产业活力系数比较

二、2011-2014年行业活力系数分析

第二节 行业投资收益率比较及分析

一、2014年相关产业投资收益率比较

二、2011-2014年行业投资收益率分析

第三节 碳酸饮料行业投资效益分析

一、2013-2014年碳酸饮料行业投资状况分析

二、2015-2020年碳酸饮料行业投资效益分析

三、2015-2020年碳酸饮料行业投资趋势预测

四、2015-2020年碳酸饮料行业的投资方向

五、2015-2020年碳酸饮料行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第四节 影响碳酸饮料行业发展的主要因素（SWOT分析）

一、2015-2020年影响碳酸饮料行业运行的有利因素分析

二、2015-2020年影响碳酸饮料行业运行的不利因素分析

三、2015-2020年我国碳酸饮料行业发展面临的挑战分析

四、2015-2020年我国碳酸饮料行业发展面临的机遇分析

第五节 碳酸饮料行业投资风险及控制策略分析

一、2015-2020年碳酸饮料行业市场风险及控制策略

二、2015-2020年碳酸饮料行业政策风险及控制策略

三、2015-2020年碳酸饮料行业经营风险及控制策略

四、2015-2020年碳酸饮料行业技术风险及控制策略

五、2015-2020年碳酸饮料行业同业竞争风险及控制策略

六、2015-2020年碳酸饮料行业其他风险及控制策略

第十二章 博思数据关于碳酸饮料行业投资战略研究

第一节 碳酸饮料行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国碳酸饮料品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、碳酸饮料实施品牌战略的意义

三、碳酸饮料企业品牌的现状分析

四、我国碳酸饮料企业的品牌战略

五、碳酸饮料品牌战略管理的策略

第三节 碳酸饮料经营策略分析

一、碳酸饮料市场细分策略

二、碳酸饮料市场创新策略

三、饮料品牌定位与品类规划

四、碳酸饮料新产品差异化战略

第四节 投资战略研究

一、2015年饮料投资战略

二、2015年碳酸饮料行业投资战略

三、2015-2020年碳酸饮料行业投资战略

图表目录

图表：碳酸饮料产业链分析

图表：全球碳酸饮料市场规模

图表：全球碳酸饮料生命周期

图表：2014年我国碳酸饮料行业主要经济指标

图表：2014年我国碳酸饮料出厂价格和消费价格月度涨幅

图表：2014年碳酸饮料销售收入

图表：2014年碳酸饮料销售收入增长趋势图

图表：2014年碳酸饮料不同规模企业销售额

图表：2014年碳酸饮料不同规模企业销售额对比图

图表：2014年碳酸饮料不同规模企业销售额对比图

图表：2014年1-12月碳酸饮料不同所有制企业销售额

图表：2014年碳酸饮料不同所有制企业销售额

图表：2014年碳酸饮料不同所有制企业销售额对比图

图表：2014年碳酸饮料利润总额

图表：2014年碳酸饮料利润总额增长趋势图

图表：2014年碳酸饮料不同规模企业利润总额

图表：2014年碳酸饮料不同规模企业利润总额对比图

图表：2014年碳酸饮料不同所有制企业利润总额

图表：2014年碳酸饮料不同所有制企业利润总额对比图

图表：2013-2014年碳酸饮料资产总额

图表：2011-2014年碳酸饮料总资产增长趋势图

图表：2013-2014年碳酸饮料不同规模企业总资产

图表：2013-2014年碳酸饮料不同规模企业总资产对比图

图表：2013-2014年碳酸饮料不同所有制企业总资产

图表：2013-2014年碳酸饮料不同所有制企业总资产对比图

图表：2014年碳酸饮料亏损面

图表：2014年碳酸饮料亏损企业亏损总额

图表：2014年碳酸饮料销售毛利率趋势图

图表：2014年碳酸饮料成本费用率
图表：2014年碳酸饮料成本费用利润率趋势图
图表：2014年碳酸饮料销售利润率趋势图
图表：2014年碳酸饮料应收账款周转率对比图
图表：2014年碳酸饮料流动资产周转率对比图
图表：2014年碳酸饮料总资产周转率对比图
图表：2014年碳酸饮料资产负债率对比图
图表：2014年碳酸饮料利息保障倍数对比图
图表：2013-2014年中国碳酸饮料发展能力分析
图表：2013-2014年中国碳酸饮料竞争力分析
图表：碳酸饮料市场调查对象情况分析
图表：碳酸饮料消费者消费习惯调查
图表：消费者对碳酸饮料产品价格认同情况调查分析
图表：消费者购买渠道情况调查分析
图表：碳酸饮料消费者品牌状况调查分析
图表：2013-2014年中国消费者碳酸饮料品牌构成
图表：碳酸饮料消费者性别比例
图表：碳酸饮料消费者年龄分布
图表：碳酸饮料消费者购买频率分析
图表：碳酸饮料消费者购买碳酸饮料的规格
图表：碳酸饮料消费者购买碳酸饮料消费金额
图表：消费者碳酸饮料关注度调查分析
图表：影响消费者购买的因素调查分析
图表：2015-2020年中国碳酸饮料产能预测
图表：2015-2020年中国碳酸饮料消费量预测
图表：2015-2020年中国碳酸饮料市场前景预测
图表：2015-2020年中国碳酸饮料市场价格走势预测
图表：2015-2020年中国碳酸饮料发展前景预测
略……

本报告由博思数据的资深专家和研究人员通过长期周密的市场调研，参考国家统计局、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、行业协会、全国及海外专业研究机构提供的

大量权威资料，并对多位业内资深专家进行深入访谈的基础上，通过与国际同步的市场研究工具、理论和模型撰写而成。全面而准确地为您从行业的整体高度来架构分析体系。让您全面、准确地把握整个碳酸饮料行业的市场走向和发展趋势。

本报告专业！权威！报告根据碳酸饮料行业的发展轨迹及多年的实践经验，对中国碳酸饮料行业的内外部环境、行业发展现状、产业链发展状况、市场供需、竞争格局、标杆企业、发展趋势、机会风险、发展策略与投资建议等进行了分析，并重点分析了我国碳酸饮料行业将面临的机遇与挑战，对碳酸饮料行业未来的发展趋势及前景作出审慎分析与预测。是碳酸饮料企业、学术科研单位、投资企业准确了解行业最新发展动态，把握市场机会，正确制定企业发展战略的必备参考工具，极具参考价值！

详细请访问：<http://www.bosidata.com/yinliao1502/T12853SOV0.html>