

2015-2020年中国软饮料行业 发展趋势及投资规划建议研究报告

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年中国软饮料行业发展趋势及投资规划建议研究报告》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/C447755MCR.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2024-12-22

【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

报告目录：

| | |
|-----------------------------|----|
| 第1章：中国软饮料行业发展综述 | 30 |
| 1.1 软饮料行业定义及分类 | 30 |
| 1.1.1 行业概念及定义 | 30 |
| 1.1.2 行业主要产品大类 | 30 |
| 1.2 软饮料行业统计标准 | 33 |
| 1.2.1 软饮料行业统计部门和统计口径 | 33 |
| 1.2.2 软饮料行业统计方法 | 33 |
| 1.2.3 软饮料行业数据种类 | 34 |
| 1.3 行业经济环境分析 | 35 |
| 1.3.1 国际宏观经济环境分析 | 35 |
| 1.3.2 国内宏观经济环境分析 | 37 |
| 1.4 行业政策环境分析 | 41 |
| 1.4.1 行业相关政策标准 | 41 |
| (1) 《饮料通则》 | 41 |
| (2) 卫生部批准夏枯草等为凉茶饮料原料 | 41 |
| (3) 首个果醋饮料国标将发布 | 42 |
| (4) 《浓缩果蔬汁浆加工行业准入条件》 | 42 |
| 1.4.2 行业质量安全法规 | 42 |
| 1.4.3 行业贸易环境分析 | 44 |
| 1.4.4 行业“十二五”发展规划 | 44 |
| (1) 饮料行业“十二五”发展规划 | 44 |
| (2) 乳制品行业发展“十二五”规划 | 45 |
| (3) 果汁行业相关产业“十二五”规划 | 46 |
| 1.5 行业社会环境分析 | 48 |
| 1.5.1 消费观念变化的影响 | 48 |
| 1.5.2 行业发展面临的资源瓶颈 | 48 |
| 1.5.3 行业发展面临的安全问题 | 48 |
| 第2章：2013-2014年中国软饮料行业发展状况分析 | 50 |

| | |
|--------------------------------|----|
| 2.1 中国软饮料行业发展状况分析 | 50 |
| 2.1.1 中国软饮料行业发展总体概况 | 50 |
| 2.1.2 中国软饮料行业发展主要特点 | 50 |
| 2.1.3 2013-2014年软饮料行业经营情况分析 | 51 |
| (1) 2014年软饮料行业经营效益分析 | 51 |
| (2) 2014年软饮料行业盈利能力分析 | 52 |
| (3) 2014年软饮料行业运营能力分析 | 53 |
| (4) 2014年软饮料行业偿债能力分析 | 53 |
| (5) 2014年软饮料行业发展能力分析 | 53 |
| 2.2 2013-2014年软饮料行业经济指标分析 | 54 |
| 2.2.1 中国软饮料行业经济效益影响因素分析 | 54 |
| 2.2.2 2013-2014年软饮料行业经济指标分析 | 55 |
| 2.2.3 2013-2014年不同规模企业经济指标分析 | 56 |
| 2.2.4 2013-2014年不同性质企业经济指标分析 | 61 |
| 2.3 2013-2014年软饮料行业供需平衡分析 | 71 |
| 2.3.1 2013-2014年全国软饮料行业供给情况分析 | 71 |
| (1) 2013-2014年全国软饮料行业总产值分析 | 71 |
| (2) 2013-2014年全国软饮料行业产成品分析 | 71 |
| 2.3.2 2013-2014年各地区软饮料行业供给情况分析 | 72 |
| (1) 2013-2014年总产值排名前10个地区分析 | 72 |
| (2) 2013-2014年产成品排名前10个地区分析 | 73 |
| 2.3.3 2013-2014年全国软饮料行业需求情况分析 | 75 |
| (1) 2013-2014年全国软饮料行业销售产值分析 | 75 |
| (2) 2013-2014年全国软饮料行业销售收入分析 | 75 |
| 2.3.4 2013-2014年各地区软饮料行业需求情况分析 | 76 |
| (1) 2013-2014年销售产值排名前10个地区分析 | 76 |
| (2) 2013-2014年销售收入排名前10个地区分析 | 77 |
| 2.3.5 2013-2014年全国软饮料行业产销率分析 | 78 |
| 第3章：中国软饮料行业产业链分析 | 80 |
| 3.1 软饮料行业产业链简介 | 80 |
| 3.2 行业下游消费需求分析 | 80 |
| 3.2.1 居民收入水平分析 | 80 |

3.2.2 居民消费水平分析 81

3.2.3 行业产品消费特征分析 82

3.2.4 行业产品消费趋势分析 83

3.3 行业上游相关市场分析 84

3.3.1 饮用水资源状况分析 84

(1) 饮用水资源状况 84

(2) 水价走势及预测 85

3.3.2 水果行业发展分析 86

(1) 水果种植面积及地区分布 86

(2) 水果产量及产品结构 86

3.3.3 蔬菜行业发展分析 87

(1) 蔬菜供需现状 87

(2) 蔬菜价格走势 88

3.3.4 乳制品行业发展分析 90

(1) 行业产销情况 90

(2) 行业发展趋势 92

3.3.5 食糖行业发展分析 93

(1) 食糖供需 93

(2) 食糖进出口 96

(3) 食糖价格走势 97

3.3.6 食品添加剂行业发展分析 98

(1) 行业发展状况 98

(2) 行业发展趋势 99

3.3.7 饮料包装行业发展分析 99

(1) 塑料包装行业分析 99

(2) 金属包装行业分析 100

(3) 玻璃包装行业分析 101

(4) 纸包装行业分析 102

3.3.8 冷链物流行业发展分析 102

(1) 行业发展状况 102

(2) 行业发展趋势 105

第4章：中国软饮料行业市场竞争状况分析 107

| | |
|---------------------|-----|
| 4.1 行业国际市场竞争状况分析 | 107 |
| 4.1.1 主要国家软饮料市场发展状况 | 107 |
| (1) 美国软饮料市场分析 | 107 |
| (2) 欧洲软饮料市场分析 | 107 |
| (3) 日本软饮料市场分析 | 108 |
| 4.1.2 国际软饮料市场竞争状况分析 | 108 |
| 4.1.3 国际软饮料市场发展趋势分析 | 109 |
| 4.2 行业国内市场竞争状况分析 | 110 |
| 4.2.1 软饮料行业市场规模分析 | 110 |
| 4.2.2 国内软饮料行业集中度分析 | 110 |
| (1) 行业销售集中度分析 | 110 |
| (2) 行业资产集中度分析 | 111 |
| (3) 行业利润集中度分析 | 112 |
| 4.2.3 软饮料行业五力模型分析 | 113 |
| (1) 行业上游议价能力分析 | 113 |
| (2) 行业下游议价能力分析 | 113 |
| (3) 行业替代品威胁分析 | 114 |
| (4) 行业新进入者威胁分析 | 114 |
| (5) 行业竞争格局分析 | 114 |
| 4.3 行业投资兼并与重组整合分析 | 115 |
| 4.3.1 行业投资兼并与重组整合概况 | 115 |
| 4.3.2 行业投资兼并与重组整合特征 | 117 |
| 4.3.3 行业投资兼并与重组整合趋势 | 117 |
| 4.4 行业不同经济类型企业竞争分析 | 118 |
| 4.4.1 不同经济类型企业特征情况 | 118 |
| 4.4.2 行业经济类型集中度分析 | 120 |
| 第5章：中国软饮料行业主要市场分析 | 123 |
| 5.1 软饮料市场发展情况 | 123 |
| 5.2 碳酸饮料行业发展分析 | 124 |
| 5.2.1 碳酸饮料行业发展规模 | 124 |
| 5.2.2 碳酸饮料行业产销分析 | 124 |
| (1) 碳酸饮料产品结构 | 124 |

- (2) 碳酸饮料生产情况 125
- (3) 碳酸饮料消费情况 126
- 5.2.3 碳酸饮料行业地位分析 126
- 5.2.4 碳酸饮料消费地域特征 128
- 5.2.5 碳酸饮料行业竞争情况 128
- 5.2.6 碳酸饮料行业趋势预测 129
- 5.3 果菜汁及果菜汁饮料行业发展分析 129
- 5.3.1 果菜汁及果菜汁饮料行业发展规模 129
- 5.3.2 果菜汁及果菜汁饮料行业产量分析 130
 - (1) 果菜汁及果菜汁饮料产品结构 130
 - (2) 果菜汁及果菜汁饮料生产情况 130
- 5.3.3 果菜汁及果菜汁饮料行业地位分析 132
- 5.3.4 果菜汁及果菜汁饮料消费地域特征 133
- 5.3.5 果菜汁及果菜汁饮料行业竞争情况 133
- 5.3.6 果菜汁及果菜汁饮料行业趋势预测 134
- 5.4 茶饮料及其他软饮料行业发展分析 134
- 5.4.1 茶饮料及其他软饮料行业发展规模 134
- 5.4.2 茶饮料及其他软饮料行业产销情况 135
 - (1) 茶饮料及其他软饮料产品结构 135
 - (2) 茶饮料及其他软饮料生产情况 136
 - (3) 茶饮料及其他软饮料消费情况 136
- 5.4.3 茶饮料及其他软饮料行业地位分析 136
- 5.4.4 茶饮料及其他软饮料消费地域特征 137
- 5.4.5 茶饮料及其他软饮料行业竞争情况 138
- 5.4.6 茶饮料及其他软饮料行业趋势预测 139
- 5.5 瓶(罐)装饮用水行业发展分析 140
- 5.5.1 瓶(罐)装饮用水行业发展规模 140
- 5.5.2 瓶(罐)装饮用水行业产销情况 140
 - (1) 瓶(罐)装饮用水产品结构 140
 - (2) 瓶(罐)装饮用水生产情况 141
- 5.5.3 瓶(罐)装饮用水行业地位分析 142
- 5.5.4 瓶(罐)装饮用水行业竞争情况 143

| | |
|-------------------------|-----|
| 5.5.5 瓶（罐）装饮用水消费地域特性 | 143 |
| 5.5.6 瓶（罐）装饮用水行业趋势预测 | 144 |
| 5.6 含乳饮料和植物蛋白饮料行业发展分析 | 144 |
| 5.6.1 含乳饮料和植物蛋白饮料行业发展规模 | 144 |
| 5.6.2 含乳饮料和植物蛋白饮料行业产销情况 | 145 |
| (1) 含乳饮料和植物蛋白饮料产品结构 | 145 |
| (2) 含乳饮料和植物蛋白饮料生产情况 | 146 |
| (3) 含乳饮料和植物蛋白饮料消费情况 | 146 |
| 5.6.3 含乳饮料和植物蛋白饮料行业地位分析 | 146 |
| 5.6.4 含乳饮料和植物蛋白饮料行业竞争情况 | 147 |
| 5.6.5 含乳饮料和植物蛋白饮料消费地域特性 | 148 |
| 5.6.6 含乳饮料和植物蛋白饮料行业发展趋势 | 148 |
| 5.7 固体饮料行业发展分析 | 149 |
| 5.7.1 固体饮料行业发展规模 | 149 |
| 5.7.2 固体饮料行业产销情况 | 150 |
| (1) 固体饮料产品结构 | 150 |
| (2) 固体饮料生产情况 | 151 |
| (3) 固体饮料消费情况 | 151 |
| 5.7.3 固体饮料行业地位分析 | 152 |
| 5.7.4 固体饮料行业竞争情况 | 152 |
| 5.7.5 固体饮料消费区域特性 | 153 |
| 5.7.6 固体饮料行业趋势预测 | 153 |
| 第6章：中国软饮料行业市场营销分析 | 154 |
| 6.1 中国软饮料行业销售渠道分析 | 154 |
| 6.1.1 商超渠道 | 154 |
| 6.1.2 餐饮渠道 | 154 |
| 6.1.3 食杂店渠道 | 154 |
| 6.1.4 摊点渠道 | 155 |
| 6.1.5 自动售货机渠道 | 155 |
| 6.1.6 其他销售渠道 | 155 |
| 6.2 中国软饮料行业营销策略分析 | 156 |
| 6.2.1 产品策略 | 156 |

- (1) 产品定位 156
- (2) 产品市场 157
- (3) 产品品类 157
- (4) 产品包装 157
- (5) 产品生产工艺 158
- (6) 产品渠道 158
- 6.2.2 品牌形象策略 158
 - (1) 品牌定位 159
 - (2) 品牌命名 159
 - (3) 品牌个性 160
- 6.2.3 定价策略 160
 - (1) 定价因素 160
 - (2) 定价方法 162
 - (3) 变价控制 163
- 6.2.4 促销策略 164
 - (1) 广告策划 164
 - 1) 广告投放形式 165
 - 2) 创新广告模式 166
 - (2) 销售促进策划 168
 - (3) 公共关系策划 168
 - (4) 节日营销策略 169
 - 1) 节日的消费特点 169
 - 2) 节日营销产品组合 169
- 6.2.5 异业联合营销 169
- 6.3 中国软饮料行业营销案例分析 170
 - 6.3.1 可口可乐营销案例分析 170
 - (1) 可口可乐营销策略 170
 - (2) 市场细分和定位策略 171
 - (3) 产品策略 172
 - (4) 价格策略 174
 - (5) 分销策略 175
 - (6) 促销策略 177

| | |
|--------------------------------|-----|
| (7) 互联网营销 | 181 |
| (8) 微博营销 | 182 |
| (9) 跨界合作 | 182 |
| 6.3.2 汇源营销案例分析 | 182 |
| (1) 产品分析 | 182 |
| (2) 定位策略 | 183 |
| (3) 广告策略 | 183 |
| 6.3.3 王老吉营销案例分析 | 184 |
| (1) 市场细分和定位策略 | 184 |
| (2) 产品策略 | 185 |
| (3) 价格策略 | 186 |
| (4) 分销策略 | 187 |
| (5) 促销策略 | 189 |
| (6) 互联网营销 | 194 |
| (7) 技术创新助推王老吉行销全球 | 195 |
| 6.3.4 美汁源营销分析 | 195 |
| (1) 产品分析 | 195 |
| (2) 广告策略 | 197 |
| 6.3.5 康师傅营销案例分析 | 197 |
| (1) 产品策略 | 197 |
| (2) 价格策略 | 198 |
| (3) 渠道策略 | 198 |
| (4) 整合营销传播策略 | 198 |
| (5) 康师傅营销策略对茶饮企业的启示 | 198 |
| 第7章：软饮料行业重点区域市场分析 | 200 |
| 7.1 行业总体区域结构特征分析 | 200 |
| 7.1.1 行业区域结构总体特征 | 200 |
| 7.1.2 行业区域集中度分析 | 203 |
| 7.2 华北地区软饮料行业产销情况分析 | 205 |
| 7.2.1 2009-2014年北京市软饮料行业产销情况分析 | 205 |
| 7.2.2 2009-2014年天津市软饮料行业产销情况分析 | 207 |
| 7.2.3 2009-2014年河北省软饮料行业产销情况分析 | 209 |

| | | |
|-------|---------------------------|-----|
| 7.2.4 | 2009-2014年山西省软饮料行业产销情况分析 | 211 |
| 7.2.5 | 2009-2014年内蒙古软饮料行业产销情况分析 | 213 |
| 7.3 | 华南地区软饮料行业产销情况分析 | 215 |
| 7.3.1 | 2009-2014年广东省软饮料行业产销情况分析 | 215 |
| 7.3.2 | 2009-2014年广西软饮料行业产销情况分析 | 217 |
| 7.3.3 | 2009-2014年海南省软饮料行业产销情况分析 | 219 |
| 7.4 | 华东地区软饮料行业产销情况分析 | 221 |
| 7.4.1 | 2009-2014年上海市软饮料行业产销情况分析 | 221 |
| 7.4.2 | 2009-2014年江苏省软饮料行业产销情况分析 | 223 |
| 7.4.3 | 2009-2014年浙江省软饮料行业产销情况分析 | 225 |
| 7.4.4 | 2009-2014年山东省软饮料行业产销情况分析 | 227 |
| 7.4.5 | 2009-2014年福建省软饮料行业产销情况分析 | 229 |
| 7.4.6 | 2009-2014年安徽省软饮料行业产销情况分析 | 231 |
| 7.4.7 | 2009-2014年江西省软饮料行业产销情况分析 | 233 |
| 7.5 | 华中地区软饮料行业产销情况分析 | 235 |
| 7.5.1 | 2009-2014年湖南省软饮料行业产销情况分析 | 235 |
| 7.5.2 | 2009-2014年湖北省软饮料行业产销情况分析 | 237 |
| 7.5.3 | 2009-2014年河南省软饮料行业产销情况分析 | 239 |
| 7.6 | 西南地区软饮料行业产销情况分析 | 241 |
| 7.6.1 | 2009-2014年重庆市软饮料行业产销情况分析 | 241 |
| 7.6.2 | 2009-2014年四川省软饮料行业产销情况分析 | 243 |
| 7.6.3 | 2009-2014年贵州省软饮料行业产销情况分析 | 245 |
| 7.6.4 | 2009-2014年云南省软饮料行业产销情况分析 | 247 |
| 7.7 | 东北地区软饮料行业产销情况分析 | 249 |
| 7.7.1 | 2009-2014年吉林省软饮料行业产销情况分析 | 249 |
| 7.7.2 | 2009-2014年辽宁省软饮料行业产销情况分析 | 251 |
| 7.7.3 | 2009-2014年黑龙江省软饮料行业产销情况分析 | 253 |
| 7.8 | 西北地区软饮料行业产销情况分析 | 255 |
| 7.8.1 | 2009-2014年陕西省软饮料行业产销情况分析 | 255 |
| 7.8.2 | 2009-2014年甘肃省软饮料行业产销情况分析 | 257 |
| 7.8.3 | 2009-2014年青海省软饮料行业产销情况分析 | 259 |
| 7.8.4 | 2009-2014年宁夏软饮料行业产销情况分析 | 261 |

| | |
|-------------------------------|-----|
| 7.8.5 2009-2014年新疆软饮料行业产销情况分析 | 263 |
| 第8章：软饮料行业主要企业生产经营分析 | 265 |
| 8.1 软饮料企业发展总体状况分析 | 265 |
| 8.1.1 软饮料行业企业规模 | 265 |
| 8.1.2 软饮料行业工业产值状况 | 266 |
| 8.1.3 软饮料行业销售收入和利润 | 266 |
| 8.2 中国碳酸饮料行业领先企业个案分析 | 267 |
| 8.2.1 可口可乐（中国）饮料有限公司经营情况分析 | 267 |
| (1) 企业发展简况分析 | 267 |
| (2) 企业产销能力分析 | 268 |
| (3) 企业盈利能力分析 | 268 |
| (4) 企业运营能力分析 | 269 |
| (5) 企业偿债能力分析 | 269 |
| (6) 企业发展能力分析 | 270 |
| (7) 企业产品结构及新产品动向 | 270 |
| (8) 企业销售渠道与网络 | 271 |
| (9) 企业经营状况优劣势分析 | 271 |
| (10) 企业发展战略分析 | 271 |
| 8.3 中国果菜汁及果菜汁饮料行业领先企业个案分析 | 304 |
| 8.3.1 中国海升果汁控股有限公司经营情况分析 | 304 |
| (1) 企业发展简况分析 | 304 |
| (2) 主要经济指标分析 | 304 |
| (3) 企业盈利能力分析 | 305 |
| (4) 企业运营能力分析 | 305 |
| (5) 企业偿债能力分析 | 306 |
| (6) 企业发展能力分析 | 306 |
| (7) 企业产品结构及新产品动向 | 307 |
| (8) 企业销售渠道与网络 | 307 |
| (9) 企业经营状况优劣势分析 | 307 |
| (10) 企业投资兼并与重组分析 | 307 |
| 8.4 中国茶饮料及其他软饮料行业领先企业个案分析 | 340 |
| 8.4.1 乐天澳的利饮料有限公司经营情况分析 | 340 |

- (1) 企业发展简况分析 340
- (2) 企业产销能力分析 340
- (3) 企业盈利能力分析 341
- (4) 企业运营能力分析 341
- (5) 企业偿债能力分析 342
- (6) 企业发展能力分析 342
- (7) 企业产品结构及新产品动向 343
- (8) 企业销售渠道与网络 343
- (9) 企业经营状况优劣势分析 343
- 8.5 中国瓶（罐）装饮用水行业领先企业个案分析 361
- 8.5.1 华润怡宝食品饮料（深圳）有限公司经营情况分析 361
 - (1) 企业发展简况分析 361
 - (2) 企业产销能力分析 362
 - (3) 企业盈利能力分析 362
 - (4) 企业运营能力分析 364
 - (5) 企业偿债能力分析 364
 - (6) 企业发展能力分析 365
 - (7) 企业产品结构及新产品动向 365
 - (8) 企业销售渠道与网络 366
 - (9) 企业经营状况优劣势分析 366
- 8.6 中国含乳饮料和植物蛋白饮料行业领先企业个案分析 381
- 8.6.1 厦门银鹭食品有限公司经营情况分析 381
 - (1) 企业发展简况分析 381
 - (2) 企业产销能力分析 381
 - (3) 企业盈利能力分析 382
 - (4) 企业运营能力分析 382
 - (5) 企业偿债能力分析 383
 - (6) 企业发展能力分析 383
 - (7) 企业产品结构及新产品动向 384
 - (8) 企业销售渠道与网络 384
 - (9) 企业经营状况优劣势分析 384
 - (10) 企业投资兼并与重组分析 384

| | |
|--------------------------|-----|
| (11) 企业最新发展动向分析 | 385 |
| 8.7 中国固体饮料制造行业领先企业个案分析 | 408 |
| 8.7.1 维维食品饮料股份有限公司经营情况分析 | 408 |
| (1) 企业发展简况分析 | 408 |
| (2) 主要经济指标分析 | 409 |
| (3) 企业盈利能力分析 | 410 |
| (4) 企业运营能力分析 | 411 |
| (5) 企业偿债能力分析 | 411 |
| (6) 企业发展能力分析 | 412 |
| (7) 企业产品结构及新产品动向 | 412 |
| (8) 企业销售渠道与网络 | 413 |
| (9) 企业经营状况优劣势分析 | 413 |
| (10) 企业投资兼并与重组分析 | 414 |
| 第9章：中国软饮料行业投资与前景分析 | 434 |
| 9.1 中国软饮料行业投资前景 | 434 |
| 9.1.1 软饮料行业宏观政策风险 | 434 |
| 9.1.2 软饮料行业技术风险 | 434 |
| 9.1.3 软饮料行业供需风险 | 434 |
| 9.1.4 软饮料行业宏观经济波动风险 | 434 |
| 9.1.5 软饮料行业产品结构风险 | 435 |
| 9.1.6 软饮料企业经营管理风险 | 435 |
| 9.1.7 软饮料行业其他风险 | 435 |
| 9.2 中国软饮料行业投资特性分析 | 436 |
| 9.2.1 软饮料行业进入壁垒分析 | 436 |
| 9.2.2 软饮料行业盈利模式分析 | 436 |
| 9.2.3 软饮料行业盈利因素分析 | 437 |
| 9.3 中国软饮料行业发展趋势与投资建议 | 438 |
| 9.3.1 软饮料市场发展趋势分析 | 438 |
| 9.3.2 软饮料行业投资建议分析 | 439 |
| (1) 软饮料行业热点投资地域分析 | 439 |
| (2) 软饮料行业热点投资方式分析 | 440 |
| 9.3.3 软饮料行业资本运作模式建议分析 | 441 |

(1) 软饮料行业融资方式与选择建议 441

(2) 软饮料行业海外资本市场运作建议 443

图表目录：

图表1：2012-2015年美国经济数据及预测（单位：%） 36

图表2：2012-2015年欧洲经济数据及预测（单位：%） 37

图表3：2009-2014年中国国内生产总值及其增长速度（单位：亿元，%） 38

图表4：2011-2014年工业增加值月度同比增长速度（单位：%） 39

图表5：2014年1-9月固定资产投资额累计增长情况（单位：%） 39

图表6：2011-2014年中国社会消费品零售总额月度同比增长速度（单位：%） 40

图表7：2013-2014年我国进出口总值情况（单位：亿美元） 41

图表8：2013-2014年软饮料行业经营效益分析（单位：家，人，万元，%） 52

图表9：2013-2014年中国软饮料行业盈利能力分析（单位：%） 52

图表10：2013-2014年中国软饮料行业运营能力分析（单位：次） 53

图表11：2013-2014年中国软饮料行业偿债能力分析（单位：%、倍） 53

图表12：2013-2014年中国软饮料行业发展能力分析（单位：%） 54

图表13：2013-2014年软饮料行业主要经济指标统计表（单位：万元，家，%） 55

图表14：2012-2013年中国大型软饮料企业主要经济指标统计表（单位：万元，家，%） 56

图表15：2013-2014年中国中型软饮料企业主要经济指标统计表（单位：万元，家，%） 57

图表16：2013-2014年中国小型软饮料企业主要经济指标统计表（单位：万元，家，%） 59

图表17：2012-2014年不同规模企业数量比重变化趋势图（单位：%） 60

图表18：2012-2014年不同规模企业资产总额比重变化趋势图（单位：%） 60

图表19：2012-2014年不同规模企业销售收入比重变化趋势图（单位：%） 61

图表20：2012-2014年不同规模企业利润总额比重变化趋势图（单位：%） 61

图表21：2013-2014年国有软饮料企业主要经济指标统计表（单位：万元，家，%） 62

图表22：2013-2014年集体软饮料企业主要经济指标统计表（单位：万元，家，%） 63

图表23：2013-2014年股份合作软饮料企业主要经济指标统计表（单位：万元，家，%） 64

图表24：2013-2014年股份制软饮料企业主要经济指标统计表（单位：万元，家，%） 65

图表25：2013-2014年私营软饮料企业主要经济指标统计表（单位：万元，家，%） 66

图表26：2013-2014年外商和港澳台投资软饮料企业主要经济指标统计表（单位：万元，家，%） 67

图表27：2013-2014年其他性质软饮料企业主要经济指标统计表（单位：万元，家，%） 68

图表28：2012-2014年不同性质企业数量比重变化趋势图（单位：%） 69

图表29：2012-2014年不同性质企业资产总额比重变化趋势图（单位：%） 69

图表30：2012-2014年不同性质企业销售收入比重变化趋势图（单位：%） 70

图表31：2012-2014年不同性质企业利润总额比重变化趋势图（单位：%） 70

图表32：2010-2014年软饮料行业工业总产值及增长率走势（单位：亿元，%） 71

图表33：2010-2014年软饮料行业产成品及增长率走势图（单位：亿元，%） 72

图表34：2013-2014年工业总产值居前的10个地区统计表（单位：万元，%） 72

图表35：2014年工业总产值居前的10个地区比重图（单位：%） 73

图表36：2013-2014年产成品居前的10个地区统计表（单位：万元，%） 74

图表37：2014年产成品居前的10个地区比重图（单位：%） 74

图表38：2010-2014年软饮料行业销售产值及增长率变化情况（单位：亿元，%） 75

图表39：2010-2014年软饮料行业销售收入及增长率变化趋势图（单位：亿元，%） 76

图表40：2013-2014年销售产值居前的10个地区统计表（单位：万元，%） 76

图表41：2014年销售产值居前的10个地区比重图（单位：%） 77

图表42：2013-2014年销售收入居前的10个地区统计表（单位：万元，%） 78

图表43：2014年销售收入居前的10个地区比重图（单位：%） 78

图表44：2006-2014年全国软饮料行业产销率变化趋势图（单位：%） 79

图表45：软饮料行业产业链示意图 80

图表46：2013-2014年城镇居民人均收入实际增长速度（单位：%） 81

图表47：2013-2014年农村居民人均收入实际增长速度（单位：%） 81

图表48：2013-2014年居民消费价格同比上涨比较（单位：%） 82

图表49：2014年9月我国蔬菜种植面积及产量增长情况（单位：亩，吨，%） 88

图表50：2014年9月我国蔬菜价格监测情况（单位：元，%） 89

图表51：2014年1-9月乳制品产量分地区统计情况（单位：吨） 91

图表52：2014.01-2014.9乳制品单月产量及同比增速（单位：万吨、%） 92

图表53：2006/04-2013/2014年中国食糖产量及同比增长情况（单位：万吨，%） 93

图表54：2006/04-2013/2014年中国甘蔗糖产量及同比增长情况（单位：万吨，%） 94

图表55：2006/04-2013/2014年中国甜菜糖产量及同比增长情况（单位：万吨，%） 94

图表56：中国食糖消费量全球占比（单位：%） 95

图表57：2012-2014年我国食糖进出口数据（单位：吨） 96

图表58：2013.07-2014.9白砂糖零售价格走势（单位：元/公斤） 98

图表59：中国与发达国家农产品腐损率比较（单位：%） 103

图表60：国与发达国家冷链流通率比较（单位：%） 103

- 图表61：主要国家人均冷库容量对比（单位：立方米/人） 104
- 图表62：国内外冷链发展情况对比（单位：% ，万立方米，万辆） 105
- 图表63：主要国家冷链状况比较（单位：%） 105
- 图表64：2009-2014年中国软饮料行业市场规模变化趋势（单位：亿元，%） 110
- 图表65：2014年中国软饮料行业前10名厂商销售额及销售份额（单位：万元，%） 111
- 图表66：2014年中国软饮料行业前10名厂商资产规模（单位：万元，%） 112
- 图表67：2014年中国软饮料行业前10名厂商利润情况（单位：万元，%） 113
- 图表68：2014年中国软饮料市场竞争格局（按销售收入）（单位：%） 115
- 图表69：2014年软饮料行业企业的所有制结构特征（单位：家，万元） 118
- 图表70：软饮料行业不同经济类型企业的财务状况比较（一）（单位：% ，倍，次） 119
- 图表71：软饮料行业不同经济类型企业的财务状况比较（二）（单位：%） 120
- 图表72：2014年中国软饮料行业不同经济类型企业销售收入比较（单位：亿元） 121
- 图表73：2014年中国软饮料行业销售收入按经济类型占比（单位：%） 121
- 图表74：2009-2014年行业经济类型占比（按销售收入）（单位：%） 122
- 图表75：2009-2014年行业经济类型集中度变化趋势图（按销售收入）（单位：%） 122
- 图表76：2013-2014年全国软饮料产量变化（单位：万吨） 123
- 图表77：2013-2014年中国碳酸饮料行业发展规模（单位：家，人，万元，%） 124
- 图表78：2014年中国碳酸饮料类（汽水）产量分省市分析统计表（单位：吨，%） 125
- 图表79：2009-2014年碳酸饮料的产值占比变化（单位：%） 128
- 图表80：2014年全国碳酸饮料行业销售收入区域分布（单位：%） 128
- 图表81：2013-2014年中国果菜汁及果菜汁饮料行业发展规模（单位：家，人，万元，%） 130
- 图表82：2014年中国果汁和蔬菜汁饮料产量分省市分析统计表（单位：吨，%） 131
- 图表83：2009-2014年果菜汁及果菜汁饮料的产值占比变化（单位：%） 132
- 图表84：2014年全国果菜汁及果菜汁饮料行业销售收入区域分布（单位：%） 133
- 图表85：2013-2014年中国茶饮料及其他软饮料行业发展规模（单位：家，人，万元，%） 135
- 图表86：2009-2014年茶饮料及其他饮料行业的产值占比变化（单位：%） 137
- 图表87：2014年全国茶饮料及其他软饮料行业销售收入区域分布（单位：%） 137
- 图表88：2013-2014年中国瓶（罐）装饮用水行业发展规模（单位：家，人，万元，%） 140
- 图表89：2014年中国瓶（罐）装饮用水产量分省市分析统计表（单位：吨，%） 141
- 图表90：2009-2014年瓶（罐）装饮用水的产值占比变化（单位：%） 143
- 图表91：2014年全国瓶（罐）装饮用水行业销售收入区域分布（单位：%） 144
- 图表92：2013-2014年中国含乳饮料和植物蛋白饮料行业发展规模（单位：家，人，万元，%

) 145

图表93：2009-2014年含乳饮料和植物蛋白饮料行业的产值占比变化（单位：%） 147

图表94：2014年全国含乳饮料和植物蛋白饮料行业销售收入区域分布（单位：%） 148

图表95：2013-2014年中国固体饮料行业发展规模（单位：家，人，万元，%） 150

图表96：2009-2014年固体饮料行业的产值占比变化（单位：%） 152

图表97：2013年全国固体饮料行业销售收入区域分布（单位：%） 153

图表98：可口可乐“金字塔计划”终端管理模式 177

图表99：2013-2014年中国软饮料企业区域市场情况（单位：家，亿元） 200

图表100：2013-2014年软饮料行业各区域企业数量情况（单位：%） 202

图表101：2013-2014年软饮料行业各区域全部销售收入情况（单位：%） 202

图表102：2013-2014年软饮料行业各区域资产总计情况（单位：%） 203

图表103：2014年中国软饮料行业二十个省份销售收入排名情况（单位：万元） 203

图表104：2014年中国软饮料行业销售收入按省份累计百分比（单位：%） 204

图表105：2010-2014年中国软饮料行业销售收入前五和前十的省份占比情况（单位：%） 204

图表106：2010-2014年中国软饮料行业前五个省市销售收入占比及标准差情况（单位：%）

205

图表107：2009-2014年北京市软饮料行业产销情况统计表（单位：万元，%） 205

图表108：2009-2014年北京市软饮料行业产销情况变化趋势图（单位：亿元，%） 206

图表109：2009-2014年北京市软饮料行业企业数量变化趋势图（单位：家） 206

图表110：2009-2014年北京市软饮料行业亏损情况变化趋势图（单位：亿元，%） 207

图表111：2009-2014年天津市软饮料行业产销情况统计表（单位：万元，%） 207

图表112：2009-2014年天津市软饮料行业产销情况变化趋势图（单位：亿元，%） 208

图表113：2009-2014年天津市软饮料行业企业数量变化趋势图（单位：家） 208

图表114：2009-2014年天津市软饮料行业亏损情况变化趋势图（单位：亿元，%） 209

图表115：2009-2014年河北省软饮料行业产销情况统计表（单位：万元，%） 209

图表116：2009-2014年河北省软饮料行业产销情况变化趋势图（单位：亿元，%） 210

图表117：2009-2014年河北省软饮料行业企业数量变化趋势图（单位：家） 210

图表118：2009-2014年河北省软饮料行业亏损情况变化趋势图（单位：万元，%） 211

图表119：2009-2014年山西省软饮料行业产销情况统计表（单位：万元，%） 211

图表120：2009-2014年山西省软饮料行业产销情况变化趋势图（单位：亿元，%） 212

详细请访问：<http://www.bosidata.com/yinliao1502/C447755MCR.html>