

# 2009年中国软饮料行业市场分析 及投资趋势展望报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2009年中国软饮料行业市场分析及投资趋势展望报告》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.cction.com/report/200901/10039.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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。

## 二、说明、目录、图表目录

### 第一章 2008年中国软饮料行业市场运行环境解析

#### 一、2008年中国经济发展环境分析

- (一) 2008年前三季度经济运行情况
- (二) 全球金融危机对中国产业格局影响
- (三) 中国应对金融危机的措施

#### 二、2008年中国软饮料行业政策环境分析

- (一) 《软饮料(非酒精饮料)标准》
- (二) 《含乳饮料卫生标准》
- (三) 饮料强制性国标《饮料通则》出台

#### 三、2008年中国软饮料行业技术环境分析

- (一) 酸饮料加工技术
- (二) 果蔬汁饮料加工技术
- (三) 蛋白饮料加工技术
- (四) 茶类饮料加工技术

### 第二章 2008年国际软饮料行业发展状况浅析

#### 一、2008年软饮料发展的国际经济环境分析

- (一) 经济全球化进程加速
- (二) 新科技革命促进软饮料行业快速发展
- (三) 全球产业结构调整加快软饮料产业升级

#### 二、2008年全球饮料行业发展概况

- (一) 饮料市场呈现多样化
- (二) 消费需求倾向健康、方便和环保
- (三) 保健功能饮料越来越受到关注
- (四) 新品种接连进入市场
- (五) 全球饮料产销的重心转向亚洲

#### 三、美国软饮料市场发展状况分析

- (一) 美国软饮料市场概况
- (二) 美国软饮料行业压力增大
- (三) 美国饮料行业瓶装水带来新战略

#### 四、日本软饮料市场发展状况分析

- (一) 茶饮料市场竞争激烈
  - (二) 蔬菜饮料风光依旧
  - (三) 功能型饮料品种繁多
  - (四) 咖啡市场平稳增长
  - (五) 企业注重开发保健清凉饮料
- 五、欧洲软饮料市场发展状况分析
- (一) 各国、各种软饮料增长不平衡
  - (二) 商家品牌产品渐获重视
  - (三) 健康、味美、方便和反传统是创新四大主题
- 六、2009-2012年全球软饮料业的发展趋势分析

### 第三章 2008年中国软饮料行业发展现状综述

- 一、2008年中国软饮料行业现状分析
- (一) 中国饮料行业概述
  - (二) 中国软饮料业运行特点
  - (三) 中国软饮料业价格战进入“白热化”
  - (四) 中国软饮料业增长迅速
- 二、2008年中国软饮料行业安全与健康探讨
- (一) 食品饮料行业面对健康和赢利难以选择
  - (二) 食品饮料业面临安全考验
  - (三) 迫切建立食品饮料安全保障体系
  - (四) 管理问题是中国饮料行业发展的重要问题
- 三、2008年中国软饮料制造业市场发展动态
- (一) 软饮料品牌成行业软肋
  - (二) 无序市场呼唤主导企业
  - (三) 渠道单一与品牌力弱的互相制约

### 第四章 2008年中国软饮料市场运行形势分析

- 一、2008年中国软饮料市场供需分析
- (一) 软饮料产量统计分析
  - (二) 市场需求量分析
  - (三) 价格走势分析

#### (四) 进出口贸易分析

### 二、2008年中国软饮料供给主要影响因素分析

#### (一) 产品自身价格

#### (二) 生产要素的价格

#### (三) 生产技术的变化

#### (四) 软饮料行业供给中存在的问题

### 二、2008年中国软饮料消费需求的主要影响因素分析

#### (一) 商品价格

#### (二) 消费者的收入

#### (三) 消费者偏好程度

#### (四) 消费者的预期

### 三、2008年中国软饮料市场消费者分析

#### (一) 消费者构成

#### (二) 软饮料消费特征

#### (三) 消费目的与消费依据

#### (四) 消费者需求的最新变化

## 第五章 2007-2008年中国软饮料行业相关经济数据监测

### 一、2007-2008年中国软饮料业总体数据分析

#### (一) 2007年中国软饮料业全部企业数据分析

#### (二) 2008年中国软饮料业全部企业数据分析

### 二、2007-2008年中国软饮料业不同规模企业数据分析

#### (一) 2007年中国软饮料业不同规模企业数据分析

#### (二) 2008年中国软饮料业不同规模企业数据分析

### 三、2007-2008年中国软饮料业不同所有制企业数据分析

#### (一) 2007年中国软饮料业不同所有制企业数据分析

#### (二) 2008年中国软饮料业不同所有制企业数据分析

## 第六章 2008年中国软饮料行业主要细分市场发展态势探究

### 一、碳酸饮料

#### (一) 碳酸饮料相关阐述

#### (二) 2008年碳酸饮料市场透视

(三) 碳酸饮料更换包装点亮市场

(四) “十一五”中国碳酸饮料生产比例将下降

## 二、瓶装水

(一) 2008年中国饮用水市场现状

(二) 饮用水市场服务制胜

(三) 饮用水市场可能重新洗牌

(四) 桶装水市场竞争更激烈

## 三、果汁饮料

(一) 中国果汁行业现状分析

(二) 中国果汁市场态势

(三) 纯鲜果汁市场发展迅猛

## 四、茶饮料

(一) 中国茶饮料市场发展概述

(二) 茶饮料市场主导地位

(三) 茶饮料新品营销策略

(四) 纯茶将成茶饮料发展趋势

## 五、功能型饮料

(一) 中国功能饮料行业概况

(二) 中国功能饮料市场格局解析

(三) 中国功能饮料品牌状况透析

## 六、其他软饮料

(一) 蔬菜汁饮料

(二) 含乳饮料

(三) 植物蛋白饮料

(四) 固体饮料

## 第七章 2008年中国软饮料行业市场营销现状剖析

### 一、2008年中国软饮料市场营销渠道分析

(一) 营销渠道的概念、类型与动态

(二) 营销渠道的发展阶段

(三) 营销渠道的策划分析

### 二、2008年中国软饮料市场销售渠道模式分析

- (一) 传统销售渠道模式
  - (二) 销售渠道的变化模式
  - (三) 软饮料销售渠道选择的依据
  - (四) 软饮料企业的渠道整合
- 二、2008年中国软饮料行业的广告促销分析
- (一) 不同广告运作方式
  - (二) 软饮料企业广告促销费用情况
- 三、2008年中国软饮料的营销策略点评
- (一) 饮料营销策略探讨
  - (二) 饮料行业应塑造国际品牌
  - (三) 体验营销是饮料营销新动向
  - (四) 功能饮料的营销模式

## 第八章 2008年中国软饮料行业市场竞争格局透析

- 一、2008年中国软饮料行业五力分析模型分析
- (一) 现有竞争者分析
  - (二) 潜在进入者分析
  - (三) 供应商议价能力
  - (四) 替代品分析
  - (五) 消费者分析
- 二、2008年中国软饮料行业竞争特点探究
- (一) 外资企业在行业竞争中占重要地位
  - (二) 产品向中西部转移
  - (三) 软饮料品牌竞争日益成熟
  - (四) 软饮料行业的广告竞争更激烈
- 三、2008年中国软饮料业竞争趋势
- (一) 软饮料品类格局演变预测分析
  - (二) 未来竞争和发展的五大关键主题
  - (三) 中国软饮料行业竞争未来发展趋势
  - (四) 饮料市场竞争日趋多元化

## 第九章 中国软饮料行业重点企业分析

## 一、康师傅（杭州）饮品有限公司

### （一）企业概况

### （二）企业经营状况分析

### （三）企业竞争力分析

## 二、红牛维他命饮料有限公司

### （一）企业概况

### （二）企业经营状况分析

### （三）企业竞争力分析

## 三、百事(中国)有限公司

### （一）企业概况

### （二）企业经营状况分析

### （三）企业竞争力分析

## 四、广州百乐饮料发展公司

### （一）企业概况

### （二）企业经营状况分析

### （三）企业竞争力分析

## 五、北京汇源食品饮料有限公司

### （一）企业概况

### （二）企业经营状况分析

### （三）企业竞争力分析

## 第十章 2008年中国软饮料上下游产业链运行分析

### 一、上游原材料供应量

#### （一）软饮料主要原料产量

#### （二）主要原材料区域分布

#### （三）主要原材料进出口总量

### 二、原材料价格

#### （一）近年我国软饮料主要原料产品的价格变动趋势

#### （二）不同地区软饮料主要原料产品价格

### 三、原材料供应商议价能力

#### （一）中国软饮料主要原料产品的供求对比

#### （二）原材料行业与软饮料行业的议价能力



#### 四、软饮料消费总量分析

(一) 2005-2007年软饮料消费总量

(二) 重点地区消费量分析

(三) 软饮料消费结构

#### 五、软饮料消费影响因素

(一) 产品质量因素

(二) 产品价格因素

(三) 渠道因素

(四) 品牌因素

(五) 包装因素

#### 六、软饮料的主要渠道分析

(一) 便利店

(二) 批发商

(三) 超市、大卖场

(四) 出口贸易

#### 七、下游议价能力综述(消费者、经销商)

### 第十一章 2009-2012年中国软饮料行业发展及投资前景分析

#### 一、2009-2012年中国软饮料发展趋势分析

(一) 行业将继续保持快速增长

(二) 市场集中度逐步提高,产量区域分布仍不平衡

(三) 行业内部加速分化,产品差别化趋势进一步加强

#### 二、2009-2012年中国软饮料市场发展预测

(一) 中国软饮料市场供给预测分析

(二) 中国软饮料市场需求预测分析

#### 三、2009-2012年中国软饮料行业投资分析

(一) 软饮料市场前景商机大

(二) 果汁饮料行业投资前景广阔

(三) 投资浓缩苹果汁产业利润高

(四) 中国蔬菜汁生产发展前景诱人

(五) 中国软饮料行业投资风险分析

#### 四、2009-2012年中国软饮料行业投资策略分析

- (一) 充分发挥资源优势进行产品创新
- (二) 关键在于品牌培养与经营
- (三) 放缓扩张速度加强结构调整

图表目录（部分）：

图表：2006-2008年三季度中国GDP增长情况

图表：2008年前三季度中国三大产业结构

图表：2003-2008年中国工业增加值增长率

图表：2005-2008年中国固定资产投资及消费品零售增长情况

图表：2007年9月-2008年9月中国CPI、PPI走势

图表：2008年1-9月中国外贸增长情况

图表：2008年1-9月份我国部分行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份我国周期性行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长（同比增长率%）

图表：近期公布的刺激经济的政策一览表

图表：提高出口退税率的商品清单

图表：略&hellip;&hellip;

更多图表见报告正文

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200901/10039.html>