

# 2011年中国饮料市场趋势观察研究预测报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

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

## 一、报告报价

《2011年中国饮料市场趋势观察研究预测报告》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.abaogao.com/b/yinliao/R438024QQ0.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

[b]2011年中国[b]饮料[/b]市场趋势观察研究预测报告 内容介绍：[/b]

纵观改革开放三十年来，饮料行业生产量增长了近300倍，目前已超过日本成为第二大饮料生产消费国，特别是2006年以来，软饮料上产每年过一个千万级的关口，2006年饮料产量过4000万吨大关，2009年过5000万吨大关，2009年过6000万吨大关，2009年更是一举越上了8000万吨大关，实现产量的连续跨越。《2011中国饮料市场包装分析

[b]第二章 2009-2010年中国饮料市场发展趋势

第二节 中国饮料包装市场预测

第四节 中国饮料行业产量统计

表 2009年1-12月北京果汁饮料行业产量统计

表 2009年1-12月江苏果汁饮料行业产量统计

表 2009年1-12月上海果汁饮料行业产量统计

表 2009年1-12月广东果汁饮料行业产量统计

表 2009年液体乳及乳制品制造业工业产值统计

表 2009年液体乳及乳制品制造收入前十家企业

表 2009年1-12月液体乳产量全国合计

表 2009年1-12月液体乳产量北京市合计

表 2009年1-12月液体乳产量江苏省合计

表 2009年1-12月液体乳产量上海市合计

表 2009年1-12月液体乳产量广东省合计

表 2009年1-12月瓶(罐)装饮用水产量全国合计

表 2009年1-12月瓶(罐)装饮用水产量北京合计

表 2009年1-12月瓶(罐)装饮用水产量江苏合计

表 2009年1-12月瓶(罐)装饮用水产量上海合计

表 2009年1-12月瓶(罐)装饮用水产量广东合计

表 2009年1-12月精制茶产量全国合计

表 2009年1-12月精制茶产量北京合计

表 2009年1-5月精制茶产量北京合计

表 2009年1-12月精制茶产量安徽合计

表 2009年1-12月精制茶产量广东合计

表 2009年1-12月精制茶产量湖北合计

表 2009年露露集团获利能力分析  
表 2009年露露集团经营能力分析  
表 2009年露露集团偿债能力分析  
表 2009年露露集团资本结构分析  
表 2009年露露集团发展能力分析  
表 2009年露露集团现金流量分析  
表 2009年光明乳业获利能力分析  
表 2009年光明乳业经营能力分析  
表 2009年光明乳业偿债能力分析  
表 2009年光明乳业资本结构分析  
表 2009年光明乳业发展能力分析  
表 2009年光明乳业现金流量分析  
表 2009年娃哈哈营业收入统计  
表 2009年娃哈哈销售收入统计  
表 2009年伊利获利能力分析  
表 2009年伊利经营能力分析  
表 2009年伊利偿债能力分析  
表 2009年伊利资本结构分析  
表 2009年伊利发展能力分析  
表 2009年伊利现金流量分析  
表 顶新集团渠道结构  
表 顶新集团渠道结构  
表 中国各类饮料消费者所占比例  
表 消费者的饮料品牌选择习惯  
表 我国15个城市茶饮料消费者品牌选择情况表  
表 果汁饮料城市渗透率  
表 各城市居民饮用果汁频率分布  
表 果汁消费者对消费场所的选择  
表 浙江地区瓶装饮用水的品牌知名度  
表 浙江地区瓶装饮用水的品牌认知度  
表 浙江地区瓶装饮用水的品牌满意度  
表 浙江地区瓶装饮用水的品牌满意度

表 浙江地区瓶装饮用水的品牌忠诚度

表 浙江地区瓶装饮用水的品牌推荐率

表 消费者选择瓶装饮用水的类型

表 消费者选择购买瓶装饮用水地点

表 消费者选择购买瓶装饮用水包装规格

表 消费者选择购买瓶装饮用水信息来源

表 消费者选择饮用瓶装水饮用时机

表 影响瓶装饮用水购买因素分析

图目录

图 2009年中国水果(水果出口数据)出口情况

图 2009年中国水果进(水果进出口数据)出口分省

图 2009年甜橙批发价格情况

图 2009年鸭梨批发价格情况

图 2009年国光苹果批发价格情况

图 2009年富士苹果批发价格情况

图 2009年香蕉批发价格情况

图 2009年菠萝批发价格情况

图 2009年龙眼批发价格情况

图 2009年芒果批发价格情况

图 2009年荔枝批发价格情况

图 2009年蜜桔批发价格情况

图 2009年我国蔬菜批发价格指数

图 2009年中国蔬菜(蔬菜出口数据)出口分品种

图 2009年中国蔬菜出口主要省份(蔬菜出口主要省份出口数据)出口情况

图 2009年中国蔬菜(蔬菜出口数据)出口分国别情况

图 2009年各月中国食糖进(食糖进出口数据)出口贸易对比图

图 2009年中国食糖(食糖进口数据)进口国家(地区)前10位对比图

图 2009年中国食糖(食糖出口数据)出口国家(地区)前10位对比图

图 2009年中国食糖(食糖进口数据)进口前6位省市的对比图

图 2009年中国食糖(食糖出口数据)出口前6位省市的对比图

图 2009年中国食糖主要贸易方式(食糖主要贸易方式进口数据)进口量对比图

图 2009年中国食糖主要贸易方式(食糖主要贸易方式出口数据)出口量对比图

图 2009年华东地区饮料制造业行业规模趋势图

图 2009年华东地区各省市饮料制造业销售收入合计比较图

图 2009年华东地区各省市饮料制造业销售收入比较图

图 2009年华东地区各省市饮料制造业应收帐款比较图

图 2009年华东地区各省市饮料制造业盈利能力合计比较图

图 2009年华东地区各省市饮料制造业盈利能力比较图

图 2009年华东地区各省市饮料制造业负债比较图

图 2009年华东地区各省累计资产负债率比较图

图 2009年华南地区饮料制造业行业规模趋势图

图 2009年华南地区各省市饮料制造业销售收入合计比较图

图 2009年华南地区各省市饮料制造业销售收入比较图

图 2009年华南地区各省市饮料制造业应收帐款比较图

图 2009年华南地区各省市饮料制造业盈利能力合计比较图

图 2009年华南地区各省市饮料制造业盈利能力比较图

图 2009年华南地区各省市饮料制造业负债比较图

图 2009年华南地区各省累计资产负债率比较图

图 2009年华北地区饮料制造业行业规模趋势图

图 2009年华北地区各省市饮料制造业销售收入合计比较图

图 2009年华北地区各省市饮料制造业销售收入比较图

图 2009年华北地区各省市饮料制造业应收帐款比较图

图 2009年华北地区各省市饮料制造业盈利能力合计比较图

图 2009年华北地区各省市饮料制造业盈利能力比较图

图 2009年华北地区各省市饮料制造业负债比较图

图 2009年华北地区各省累计资产负债率比较图

图 2009年东北地区饮料制造业行业规模趋势图

图 2009年东北地区各省市饮料制造业销售收入合计比较图

图 2009年东北地区各省市饮料制造业销售收入比较图

图 2009年东北地区各省市饮料制造业应收帐款比较图

图 2009年东北地区各省市饮料制造业盈利能力合计比较图

图 2009年东北地区各省市饮料制造业盈利能力比较图

图 2009年东北地区各省市饮料制造业负债比较图

图 2009年东北地区各省累计资产负债率比较图

图 2009年西北地区饮料制造业行业规模趋势图

图 2009年西北地区各省市饮料制造业销售收入合计比较图

图 2009年西北地区各省市饮料制造业销售收入比较图

图 2009年西北地区各省市饮料制造业应收帐款比较图

图 2009年西北地区各省市饮料制造业盈利能力合计比较图

图 2009年西北地区各省市饮料制造业盈利能力比较图

图 2009年西北地区各省市饮料制造业负债比较图

图 2009西北地区各省累计资产负债率比较图

图 2009年西南地区饮料制造业行业规模趋势图

图 2009年西南地区各省市饮料制造业销售收入合计比较图

图 2009年西南地区各省市饮料制造业销售收入比较图

图 2009年西南地区各省市饮料制造业应收帐款比较图

图 2009年西南地区各省市饮料制造业盈利能力合计比较图

图 2009年西南地区各省市饮料制造业盈利能力比较图

图 2009年西南地区各省市饮料制造业负债比较图

图 2009年西南地区各省累计资产负债率比较图

图 消费者的饮料饮用量

图 消费者的饮料种类选择习惯

图 消费者饮用的饮料种类

图 消费者的饮料品牌认知渠道

图 消费者购买饮料的地点

图 消费者的饮料一次购买量

图 不同性别消费者最常购买的饮料的类型

图 消费者购买饮料时最重视的因素

图 消费者最常购买饮料的地点

图 最吸引消费者的饮品概念

图 消费者最常购买的十大品牌

图 2009消费者对不同饮品的三大潜在需求

图 2009男女消费者需求的饮料类型

图 我国茶饮料消费者最常饮用茶饮料比例图

图 消费者最常饮用的茶饮料种类

图 我国茶饮料消费者种类选择性别差异图

图 碳酸饮料不同品牌提及率

图 碳酸饮料不同品牌广告提及率

图 碳酸饮料不同品牌近3个月来的购买率

图 喝碳酸饮料人群的年龄分布

图 果汁饮料消费者性别构成

图 果汁饮料消费者年龄构成

图 果汁饮料消费职业构成

图 家庭收入对果汁饮料消费的影响

图 口味对果汁饮料消费的影响

图 瓶装饮用水消费者群体年龄构成

图 瓶装饮用水的消费群体的文化程度构成

图 瓶装饮用水的消费群体的收入构成

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/yinliao/R438024QQ0.html>