

2016-2022年中国软饮料行业深度研究与发展趋势研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国软饮料行业深度研究与发展趋势研究报告》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.abaogao.com/b/yinliao/R43802P0M0.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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

软饮料是酒精含量低于0.5%(质量比)的天然的或人工配制的饮料。又称清凉饮料、无醇饮料。所含酒精限指溶解香精、香料、色素等用的乙醇溶剂或乳酸饮料生产过程的副产物。

饮料市场前景广阔。2001年至2010年,我国饮料行业的产量快速增长,至2010年已经达到9,800万吨;2014年,我国饮料行业产量达16,600万吨,近10年间年复合增长率19.71%。我国的人均饮料消费量(70升/年)尚低于世界平均水平(90升/年),随着国民收入的不断增长和生活水平质量的不断提高,饮料市场潜力巨大。2005年全国软饮料产量为3,380万吨;到2015年,全国软饮料产量为17,661万吨,较2005年增长422.45%,2005-2015年年均复合增长率为17.98%。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国软饮料行业深度研究与发展趋势研究报告》共十四章。首先介绍了软饮料产业相关概念及发展环境,接着分析了中国软饮料行业规模及消费需求,然后对中国软饮料行业市场运行态势进行了重点分析,最后分析了中国软饮料行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国软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。

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。

报告目录:

第一章 软饮料行业相关概况 1

第一节 软饮料行业介绍 1

一、软饮料定义 1

二、软饮料组成 1

三、软饮料分类 1

四、软饮料工艺 4

第二节 软饮料行业政策分析 8

一、《饮料通则》分析 8

二、含乳饮料政策分析 9

三、果汁饮料政策分析 9

四、茶饮料国家标准发展情况 11

- 五、乳与乳制品中蛋白质测定标准发布 12
- 六、天然矿泉水新标准实施情况 13
- 七、饮料行业技术政策 14

第二章 国外软饮料行业发展分析 16

第一节 世界软饮料行业概况 16

- 一、中东软饮料市场现状及展望 16
- 二、西欧软饮料市场分析 18
- 三、亚洲和中东地区软饮料和果汁市场发展分析 18
- 四、全球保健型饮料市场前景广阔 19

第二节 部分国家软饮料行业概况 20

- 一、意大利 20
- 二、美国 22
- 三、印度 23
- 四、英国 25
- 五、乌克兰 26
- 六、日本 28

第三章 中国饮料行业分析 30

第一节 中国饮料行业总体概述 30

- 一、中国饮料行业的发展历程回顾 30
- 二、中国饮料业发展规律及特点 33
- 三、中国饮料行业竞争激烈 37

第二节 2014-2015年中国饮料行业运行状况 39

- 二、2014年中国饮料行业运行情况 39
- 三、2015年中国饮料行业发展情况 42
- 三、2016年中国饮料行业发展情况及预测 44

第三节 中国饮料市场分析 45

- 一、中国饮料市场内困外忧 45
- 二、中国饮料市场争夺正酣 47
- 三、2015年饮料市场分析 49

第四节 中国饮料行业品牌分析 50

- 一、中国饮料市场大众品牌分析 50
- 二、中国民族饮料品牌高歌猛进 54
- 三、中国饮料市场品牌格局剖析 55
- 四、中国饮料市场品牌发展战略 58
- 五、中国饮料市场品牌发展趋势 59
- 第五节 饮料行业存在的问题及策略 61
 - 一、我国饮料生产企业面临八大挑战 61
 - 二、新国标出台运动饮料和茶饮料遇新门槛 63
 - 三、中国饮料企业市场竞争策略 64
 - 四、饮料行业产品和渠道创新是关键 69

第四章 2014-2015年中国饮料制造业经济运行数据分析 71

第一节 2014-2015年全国饮料制造业主要经济指标 71

- 一、2014年全国饮料制造业主要经济指标 71
- 二、2015年全国饮料制造业主要经济指标 72

第二节 2014-2015年全国及各省市区饮料制造业产销数据分析 74

- 一、2014年全国及各省市区饮料制造业产销数据分析 74
- 二、2015年全国及各省市区饮料制造业产销数据分析 79

第三节 2014-2015年全国及各省市区饮料制造业资产负债分析 85

- 一、2014年全国及各省市区饮料制造业资产负债分析 85
- 二、2015年全国及各省市区饮料制造业资产负债分析 90

第四节 2014-2015年全国及中国各省市区饮料制造业行业规模分析 96

- 一、2014年全国及各省市区饮料制造业行业规模分析 96
- 二、2015年全国及各省市区饮料制造业行业规模分析 98

第五节 2014-2015年全国及各省市区饮料制造业盈利能力分析 101

- 一、2014年全国及各省市区饮料制造业盈利能力分析 101
- 二、2015年全国及各省市区饮料制造业盈利能力分析 106

第五章 2014-2015年中国软饮料制造业经济运行数据分析 111

第一节 2014-2015年全国软饮料制造业主要经济指标 111

- 一、2014年全国软饮料制造业主要经济指标 111
- 二、2015年全国软饮料制造业主要经济指标 112

第二节 2014-2015年全国及各省市软饮料制造业产销数据分析	113
一、2014年全国及各省市软饮料制造业产销数据分析	113
二、2015年全国及各省市软饮料制造业产销数据分析	119
第三节 2014-2015年全国及各省市软饮料制造业资产负债分析	124
一、2014年全国及各省市软饮料制造业资产负债分析	124
二、2015年全国及各省市软饮料制造业资产负债分析	130
第四节 2014-2015年全国及中国各省市软饮料制造业行业规模分析	135
一、2014年全国及各省市软饮料制造业行业规模分析	135
二、2015年全国及各省市软饮料制造业行业规模分析	138
第五节 2014-2015年全国及各省市软饮料制造业盈利能力分析	141
一、2014年全国及各省市软饮料制造业盈利能力分析	141
二、2015年全国及各省市软饮料制造业盈利能力分析	145
第六章 我国软饮料行业发展分析	150
第一节 中国软饮料行业发展综述	150
一、中国软饮料工业的发展回顾	150
二、2013年中国软饮料市场发展分析	151
三、2014年我国软饮料行业发展运行分析	152
四、2015年我国软饮料行业发展运行分析	152
五、我国软饮料市场的品牌效应分析	153
六、我国软饮料制造行业结构分析	153
第二节 2010-2015年全国及重点省市软饮料产量分析	154
一、2013年全国及重点省市软饮料产量分析	154
二、2014年全国及重点省市软饮料产量分析	155
三、2015年全国及重点省市软饮料产量分析	156
第三节 我国PET软饮料包装产品市场分析	157
一、行业环境及发展趋势分析	157
二、市场状况分析	158
三、五种竞争力分析	158
第七章 我国软饮料行业细分市场分析	161
第一节 碳酸饮料	161

- 一、碳酸饮料的利与弊 161
- 二、碳酸饮料市场的挑战与机会 162
- 三、2014年全国及重点省市碳酸饮料产量分析 163
- 四、2014年全国及重点省市碳酸饮料产量分析 164
- 五、2015年全国及重点省市碳酸饮料产量分析 165
- 六、2015年碳酸饮料市场发展分析 166
- 七、我国碳酸饮料业发展问题及未来趋势分析 167
- 第二节 饮用水 169
 - 一、2014年全国及重点省市包装饮用水类产量分析 169
 - 二、2014年全国及重点省市包装饮用水类产量分析 170
 - 三、2015年全国及重点省市包装饮用水类产量分析 171
 - 四、饮用水市场面临第五次升级革命 172
 - 五、中国饮用水产业进入“生态时代” 173
 - 六、包装饮用水市场格局分析 174
 - 七、我国饮水机行业的优劣势及发展趋势 175
- 第三节 茶饮料 178
 - 一、我国茶饮料市场现状分析 178
 - 二、茶饮料引领饮料市场新潮流 178
 - 三、2013年全国及重点省市精制茶产量分析 179
 - 四、2014年全国及重点省市精制茶产量分析 180
 - 五、2015年全国及重点省市精制茶产量分析 181
 - 六、2015年中国茶饮料市场分析 182
 - 七、中国茶饮料行业的发展瓶颈 183
 - 八、中国茶饮料行业发展趋势分析 184
- 第四节 果汁饮料 186
 - 一、中国果汁饮料市场发展现状 186
 - 二、2014年全国及重点省市果汁和蔬菜汁饮料类产量分析 190
 - 三、2014年全国及重点省市果汁和蔬菜汁饮料类产量分析 191
 - 四、2015年全国及重点省市果汁和蔬菜汁饮料类产量分析 192
 - 五、我国果汁饮料消费群体分析 193
 - 六、中国纯果汁消费市场潜力大 194
 - 七、我国果汁饮料业发展趋势预测 196

第五节 含乳饮料 198

- 一、中国含乳饮料市场发展分析 198
- 二、2013年全国及重点省市液体乳产量分析 202
- 三、2014年全国及重点省市液体乳产量分析 203
- 四、2015年全国及重点省市液体乳产量分析 204
- 五、2015年乳饮料迎来黄金时代 205
- 六、果粒酸乳饮料市场前景广阔 208
- 七、2015年乳制品工业发展预测 210
- 八、含乳饮料的流行趋势 211

第六节 功能饮料 214

- 一、功能饮料市场概况 214
- 二、功能饮料市场发展特征 215
- 三、影响功能饮料发展的主要因素 216
- 四、2008年《饮料通则》对国功能性饮料的影响 217
- 五、2015年功能饮料再次进入发展高峰期 218
- 六、功能性饮料市场潜力巨大 219

第七节 固体饮料 220

- 一、定义及配料 220
- 二、我国固体饮料发展现状分析 220
- 三、低聚麦芽糖助推固体饮料升级 222
- 四、2015年固体饮料受推崇 223

第八章 软饮料相关行业分析 225

第一节 茶叶市场分析 225

- 一、2014年中国茶叶生产情况 225
- 二、2015年中国茶叶产销预计 226
- 三、中国茶叶消费市场潜力巨大 227

第二节 我国奶业市场分析 228

- 一、2014年中国奶业发展分析 228
- 三、2014年国产奶业完成产业升级 230
- 四、2010-2015年全国奶业发展规划 231
- 五、2011-2020年我国奶业发展目标 232

第三节 食糖行业市场分析 233

- 一、中国食糖市场需求加速增长 233
- 二、2014-2015年我国成品糖产量情况 233
- 三、201112年制糖期国内食糖市场回顾 235
- 四、201213年制糖期国内食糖市场分析 235
- 五、中国食糖行业调控建议分析 236

第九章 饮料包装行业分析 240

第一节 行业概述 240

- 一、软饮料个性包装分析 240
- 二、饮料包装的种类 241
- 三、我国饮料包装市场特点 244
- 四、包装促销与消费心理分析 245

第二节 我国饮料包装行业发展分析 249

- 一、国内外四大饮料包装市场发展现状 249
- 二、国内饮料包装市场分析 251
- 三、饮料包装行业市场格局 253
- 四、饮料包装行业风险分析 254
- 五、中国食品饮料包装市场分析 255
- 六、玻璃瓶在饮料包装市场发展现状 255

第三节 PET饮料瓶 259

- 一、PET瓶饮料包装的优势与劣势 259
- 二、PET瓶饮料包装业环境及趋势 260
- 三、PET瓶饮料包装市场状况分析 260
- 四、PET瓶饮料包装五种竞争力分析 261
- 五、我国PET饮料瓶市场蕴藏商机 262

第四节 饮料包装行业发展趋势 263

- 一、饮料包装发展新趋势 263
- 二、饮料包装环保化趋势分析 264
- 三、从包装材料分析饮料包装发展趋势 265
- 四、从包装理念分析饮料包装发展趋势 267

第十章 软饮料市场竞争格局分析 272

第一节 软饮料竞争环境分析 272

一、软饮料行业竞争环境分析 272

二、我国软饮料行业SWOT分析 272

三、科技创新引领饮料变革 280

四、我国饮料业竞争格局 280

五、中外饮料在华竞争状况 282

第二节 中国饮料行业竞争概况 284

一、中国饮料市场竞争态势分析 284

二、我国饮料行业的市场竞争日趋激烈 286

三、外资购并影响我国饮料业竞争格局 286

四、饮料企业“强强联手”竞争模式形成 288

第三节 软饮料行业细分市场竞争分析 289

一、中国茶饮料市场竞争分析 289

二、中国果汁饮料市场竞争分析 290

三、中国乳饮料市场竞争分析 291

四、中国瓶装水市场竞争分析 291

五、我国功能饮料市场竞争分析 292

六、我国碳酸饮料市场竞争分析 293

七、中国咖啡饮料市场竞争分析 293

第十一章 著名软饮料企业分析 295

第一节 可口可乐公司 295

一、公司简介 295

二、公司在华战略分析 295

三、2014年可口可乐公司经营分析 301

四、2015年可口可乐公司经营分析 301

五、可口可乐茶饮料市场发展历程 301

六、可口可乐加速扩展果汁饮料市场 302

第二节 百事可乐公司 303

一、公司简介 303

二、公司发展历程 304

三、公司在华发展	306
四、2015年百事可乐经营分析	308
第三节 统一企业	309
一、公司概况	309
二、2014年公司经营情况	311
三、2015年公司经营情况	311
第四节 河北承德露露股份有限公司	311
一、企业概况	311
二、2014年企业经营情况分析	312
三、2015年企业经营情况分析	313
四、2014-2015年企业财务数据分析	313
五、2015年公司发展展望及策略	318
第五节 北京汇源饮料食品有限公司	320
一、公司概况	320
二、2014年公司经营状况分析	321
三、2015年公司经营状况	321
四、2015年公司发展动态	321
第六节 娃哈哈集团	323
一、公司概况	323
二、公司发展策略	325
三、公司发展目标	326
四、2015年公司经营情况	326
第七节 农夫山泉股份有限公司	327
一、公司概况	327
二、公司市场策略	328
三、农夫山泉蓝海战略	329
第八节 加多宝集团	333
一、公司简介	333
二、王老吉营销策略	333
三、2014年加多宝进军饮用水市场	336
第九节 内蒙古蒙牛乳业股份有限公司	336
一、公司简介	336

二、2014年公司经营情况	338
第十节 内蒙古伊利实业集团股份有限公司	339
一、公司简介	339
二、2014年企业经营情况分析	342
三、2015年企业经营情况分析	342
四、2014-2015年企业财务数据分析	343
五、2015年公司发展展望及策略	349
第十二章 2016-2022年软饮料行业发展趋势	353
第一节 2015年中国宏观经济环境分析	353
一、2015年我国宏观经济运行形势分析	353
二、2015年中国经济发展预测	361
第二节 饮料行业发展趋势	366
一、2016-2022年饮料行业发展环境	366
二、2016-2022年饮料行业发展预测	367
三、未来中国饮料市场发展趋势	368
四、植物成为未来饮料市场的发展趋势	369
五、我国饮料市场未来发展格局分析	371
第三节 软饮料行业发展趋势	377
一、软饮料发展趋势	377
二、软饮料包装发展趋势	382
三、我国果汁饮料市场前景分析	384
四、我国饮用水行业前景分析	386
五、茶饮料成为市场未来发展趋势	390
第十三章 2016-2022年软饮料行业发展战略	392
第一节 软饮料市场营销策略分析	392
一、中国饮料营销流派分析	392
二、软饮料终端营销策略	394
三、软饮料销售策略	395
四、饮料营销思维创新策略	398
第二节 软饮料经营策略分析	401

- 一、软饮料市场细分策略 401
- 二、软饮料市场创新策略 407
- 三、饮料品牌定位与品类规划策略 410
- 四、软饮料新产品差异化战略 413
- 第三节 软饮料产品营销策略分析 416
 - 一、果汁饮料营销策略分析 416
 - 二、凉茶饮料营销策略 424
 - 三、可口可乐营销策略分析 425
 - 四、王老吉营销策略分析 426
 - 五、哇哈哈本土饮料产品策略 432
 - 六、汇源的渐进营销策略 436

第十四章 2016-2022年软饮料企业发展策略 439 (ZY CW)

第一节 我国本土软饮料渠道战略分析 439

- 一、软饮料行业销售特点和竞争特点 439
- 二、饮料企业的营销渠道现状 440
- 三、饮料行业的现用渠道模式及优缺点分析 440
- 四、饮料企业渠道管理存在的主要问题 441
- 五、软饮料企业渠道营销策略建议 442

第二节 软饮料企业零售渠道深度分销模式的完善 445

- 一、零售渠道深度分销模式及其盛行原因 445
- 二、零售渠道深度分销模式有效实施难点 446
- 三、完善软饮料企业的零售渠道深度分销模式 447

第三节 软饮料企业的顾客关系营销策略研究 448

- 一、软饮料行业的概况 448
- 二、顾客关系营销理念 450
- 三、顾客关系营销策略 450

第四节 中小饮料企业品牌战略思考 452

- 一、中小饮料企业的品牌战略 452
- 二、中小饮料企业的品牌战术 453
- 三、品牌成功经营的条件 454

第五节 饮料企业创造“虚拟价值”战略分析 455

- 一、饮料业创造“虚拟价值”的意义 455
- 二、碳酸饮料：打造虚拟感觉 457
- 三、果汁市场：策略依浓度而定 460
- 四、低浓度果汁：靠“虚拟价值”支撑 460
- 五、纯果汁：凸显营养价值 461
- 六、中浓度混合果汁：虚实并重 461
- 七、天然水：水质至上 462
- 八、功能茶饮料：突出功效 465
- 九、乳类饮料：策略随市场定位而变 468
- 十、乳酸菌饮品：紧贴潮流 469
- 十一、高端奶：营造高端形象 470

图表目录：

- 图表：植物蛋白饮料的分类 1
- 图表：蔬菜汁饮料的分类 2
- 图表：固体饮料的分类 3
- 图表：天然矿泉水饮料的分类 3
- 图表：饮料的分类 4
- 图表：饮料按原材料的组织分类 4
- 图表：美国软饮料的分类 22
- 图表：日本软饮料的分类 29
- 图表：2013年1-12月饮料制造业产品产量（分地区） 41
- 图表：2014年1-12月饮料制造业产品产量（分地区） 43
- 图表：2015年1-12月饮料制造业产品产量（分地区） 44
- 图表：2014年1-12月饮料制造业主要经济指标全国统计数据 71
- 图表：2015年1-12月饮料制造业主要经济指标全国统计数据 72
- 图表：2014年1-12月全国及各省市饮料制造业产成品统计数据 74
- 图表：2014年1-12月全国及各省市饮料制造业产成品比去年同期增长 75
- 图表：2014年1-12月全国及各省市饮料制造业工业销售产值统计数据 75
- 图表：2014年1-12月全国及各省市饮料制造业工业销售产值比去年同期增长 76
- 图表：2014年1-12月全国及各省市饮料制造业主营业务收入统计数据 77
- 图表：2014年1-12月全国及各省市饮料制造业主营业务收入比去年同期增长 78

图表：2015年1-12月全国及各省市饮料制造业产成品统计数据 79

图表：2015年1-12月全国及各省市饮料制造业产成品比去年同期增长 80

图表：2015年1-12月全国及各省市饮料制造业工业销售产值统计数据 81

图表：2015年1-12月全国及各省市饮料制造业工业销售产值比去年同期增长 82

图表：2015年1-12月全国及各省市饮料制造业主营业务收入统计数据 83

图表：2015年1-12月全国及各省市饮料制造业主营业务收入比去年同期增长 83

图表：2014年1-12月全国及各省市饮料制造业资产合计 85

图表：2014年1-12月全国及各省市饮料制造业资产合计比去年同期增长 86

图表：2014年1-12月全国及各省市饮料制造业流动资产合计 86

图表：2014年1-12月全国及各省市饮料制造业流动资产合计比去年同期增长 87

图表：2014年1-12月全国及各省市饮料制造业负债合计 88

图表：2014年1-12月全国及各省市饮料制造业负债合计比去年同期增长 89

图表：2015年1-12月全国及各省市饮料制造业资产合计 90

图表：2015年1-12月全国及各省市饮料制造业资产合计比去年同期增长 91

图表：2015年1-12月全国及各省市饮料制造业流动资产合计 92

图表：2015年1-12月全国及各省市饮料制造业流动资产合计比去年同期增长 93

图表：2015年1-12月全国及各省市饮料制造业负债合计 94

图表：2015年1-12月全国及各省市饮料制造业负债合计比去年同期增长 94

图表：2014年1-12月全国及各省市饮料制造业全部从业人员平均人数统计数据 96

图表：2014年1-12月全国及各省市饮料制造业全部从业人员平均人数比去年同期增长 97

图表：2014年1-12月全国及各省市饮料制造业企业单位数统计数据 97

图表：2015年1-12月全国及各省市饮料制造业全部从业人员平均人数统计数据 98

图表：2015年1-12月全国及各省市饮料制造业全部从业人员平均人数比去年同期增长 99

图表：2015年1-12月全国及各省市饮料制造业企业单位数统计数据 100

图表：2014年1-12月全国及各省市饮料制造业利润总额统计数据 101

图表：2014年1-12月全国及各省市饮料制造业利润总额比去年同期增长 102

图表：2014年1-12月全国及各省市饮料制造业亏损企业单位数统计数据 103

图表：2014年1-12月全国及各省市饮料制造业亏损企业亏损总额统计数据 104

图表：2014年1-12月全国及各省市饮料制造业亏损企业亏损总额比去年同期增长 105

图表：2015年1-12月全国及各省市饮料制造业利润总额统计数据 106

图表：2015年1-12月全国及各省市饮料制造业利润总额比去年同期增长 107

图表：2015年1-12月全国及各省市饮料制造业亏损企业单位数统计数据 107

图表：2015年1-12月全国及各省市饮料制造业亏损企业亏损总额统计数据 108

图表：2015年1-12月全国及各省市饮料制造业亏损企业亏损总额比去年同期增长 109

图表：2014年1-12月软饮料制造业主要经济指标全国统计数据 111

图表：2015年1-12月软饮料制造业主要经济指标全国统计数据 112

图表：2014年1-12月全国及各省市软饮料制造业产成品统计数据 113

图表：2014年1-12月全国及各省市软饮料制造业产成品比去年同期增长 114

图表：2014年1-12月全国及各省市软饮料制造业工业销售产值统计数据 115

图表：2014年1-12月全国及各省市软饮料制造业工业销售产值比去年同期增长 116

图表：2014年1-12月全国及各省市软饮料制造业主营业务收入统计数据 117

图表：2014年1-12月全国及各省市软饮料制造业主营业务收入比去年同期增长 118

图表：2015年1-12月全国及各省市软饮料制造业产成品统计数据 119

图表：2015年1-12月全国及各省市软饮料制造业产成品比去年同期增长 120

图表：2015年1-12月全国及各省市软饮料制造业工业销售产值统计数据 121

图表：2015年1-12月全国及各省市软饮料制造业工业销售产值比去年同期增长 121

图表：2015年1-12月全国及各省市软饮料制造业主营业务收入统计数据 122

图表：2015年1-12月全国及各省市软饮料制造业主营业务收入比去年同期增长 123

图表：2014年1-12月全国及各省市软饮料制造业资产合计 124

图表：2014年1-12月全国及各省市软饮料制造业资产合计比去年同期增长 125

图表：2014年1-12月全国及各省市软饮料制造业流动资产合计 126

图表：2014年1-12月全国及各省市软饮料制造业流动资产合计比去年同期增长 127

图表：2014年1-12月全国及各省市软饮料制造业负债合计 128

图表：2014年1-12月全国及各省市软饮料制造业负债合计比去年同期增长 129

图表：2015年1-12月全国及各省市软饮料制造业资产合计 130

图表：2015年1-12月全国及各省市软饮料制造业资产合计比去年同期增长 131

图表：2015年1-12月全国及各省市软饮料制造业流动资产合计 131

图表：2015年1-12月全国及各省市软饮料制造业流动资产合计比去年同期增长 132

图表：2015年1-12月全国及各省市软饮料制造业负债合计 133

图表：2015年1-12月全国及各省市软饮料制造业负债合计比去年同期增长 134

图表：2014年1-12月全国及各省市软饮料制造业全部从业人员平均人数统计数据 135

图表：2014年1-12月全国及各省市软饮料制造业全部从业人员平均人数比去年同期增长 136

图表：2014年1-12月全国及各省市软饮料制造业企业单位数统计数据 137

图表：2015年1-12月全国及各省市软饮料制造业全部从业人员平均人数统计数据 138

图表：2015年1-12月全国及各省市软饮料制造业全部从业人员平均人数比去年同期增长 139

图表：2015年1-12月全国及各省市软饮料制造业企业单位数统计数据 140

图表：2014年1-12月全国及各省市软饮料制造业利润总额统计数据 141

图表：2014年1-12月全国及各省市软饮料制造业利润总额比去年同期增长 142

图表：2014年1-12月全国及各省市软饮料制造业亏损企业单位数统计数据 142

图表：2014年1-12月全国及各省市软饮料制造业亏损企业亏损总额统计数据 143

图表：2014年1-12月全国及各省市软饮料制造业亏损企业亏损总额比去年同期增长 144

图表：2015年1-12月全国及各省市软饮料制造业利润总额统计数据 145

图表：2015年1-12月全国及各省市软饮料制造业利润总额比去年同期增长 146

图表：2015年1-12月全国及各省市软饮料制造业亏损企业单位数统计数据 147

图表：2015年1-12月全国及各省市软饮料制造业亏损企业亏损总额统计数据 148

图表：2015年1-12月全国及各省市软饮料制造业亏损企业亏损总额比去年同期增长 149

图表：2013年1-12月软饮料产量全国及各省市合计 154

图表：2014年1-12月软饮料产量全国及各省市合计 155

图表：2015年1-12月软饮料产量全国及各省市合计 156

图表：2013年1-12月碳酸饮料产量全国及各省市合计 163

图表：2014年1-12月碳酸饮料产量全国及各省市合计 164

图表：2015年1-12月碳酸饮料产量全国及各省市合计 165

图表：碳酸饮料的分类 167

图表：2013年1-12月包装饮用水类产量全国及各省市合计 169

图表：2014年1-12月包装饮用水类产量全国及各省市合计 170

图表：2015年1-12月包装饮用水类产量全国及各省市合计 171

图表：2013年1-12月精制茶产量全国及各省市合计 179

图表：2014年1-12月精制茶产量全国及各省市合计 180

图表：2015年1-12月精制茶产量全国及各省市合计 181

图表：果汁饮料的分类 187

图表：2012中国十大果汁饮料与健康饮料品牌 189

图表：2014年6-12月中国的浓缩苹果汁出口单价走势图 189

图表：2002-2014年主要经济体进口中国的浓缩苹果汁数量 190

图表：2002-2014年11月中国的浓缩苹果汁出口量及2013年走势预测 190

图表：2013年1-12月果汁和蔬菜汁饮料类产量全国及各省市合计 190

图表：2014年1-12月果汁和蔬菜汁饮料类产量全国及各省市合计 191

图表：2015年1-12月果汁和蔬菜汁饮料类产量全国及各省市合计 192

图表：2013年1-12月液体乳产量全国及各省市合计 202

图表：2014年1-12月液体乳产量全国及各省市合计 203

图表：2015年1-12月液体乳产量全国及各省市合计 204

图表：2006年-2014年我国功能饮料产量增长趋势 220

图表：2014年1-12月全国及各省市茶叶产量及增长率统计 225

图表：2014年1-12月全国及各省市成品糖产品产量 233

图表：2015年1-12月全国及各省市成品糖产品产量 234

图表：2008年Q2消费者不同类别饮料检索重合 248

图表：2014年河北承德露露股份有限公司主营构成表 313

图表：2014-2015年河北承德露露股份有限公司流动资产表 314

图表：2014-2015年河北承德露露股份有限公司长期投资表 314

图表：2014-2015年河北承德露露股份有限公司固定资产表 314

图表：2014-2015年河北承德露露股份有限公司无形及其他资产表 314

图表：2014-2015年河北承德露露股份有限公司流动负债表 314

图表：2014-2015年河北承德露露股份有限公司长期负债表 315

图表：2014-2015年河北承德露露股份有限公司股东权益表 315

图表：2014-2015年河北承德露露股份有限公司主营业务收入表 315

图表：2014-2015年河北承德露露股份有限公司主营业务利润表 316

图表：2014-2015年河北承德露露股份有限公司营业利润表 316

图表：2014-2015年河北承德露露股份有限公司利润总额表 316

图表：2014-2015年河北承德露露股份有限公司净利润表 316

图表：2014-2015年河北承德露露股份有限公司每股指标表 316

图表：2014-2015年河北承德露露股份有限公司获利能力表 317

图表：2014-2015年河北承德露露股份有限公司经营能力表 317

图表：2014-2015年河北承德露露股份有限公司偿债能力表 317

图表：2014-2015年河北承德露露股份有限公司资本结构表 317

图表：2014-2015年河北承德露露股份有限公司发展能力表 318

图表：2014-2015年河北承德露露股份有限公司现金流量分析表 318

图表：哇哈哈集团全国分布图 325

图表：2014-2015年内蒙古伊利实业集团股份有限公司主营构成表 343

图表：2014-2015年内蒙古伊利实业集团股份有限公司流动资产表 344

图表：2014-2015年内蒙古伊利实业集团股份有限公司长期投资表 344

图表：2014-2015年内蒙古伊利实业集团股份有限公司固定资产表 344

图表：2014-2015年内蒙古伊利实业集团股份有限公司无形及其他资产表 344

图表：2014-2015年内蒙古伊利实业集团股份有限公司流动负债表 345

图表：2014-2015年内蒙古伊利实业集团股份有限公司长期负债表 345

图表：2014-2015年内蒙古伊利实业集团股份有限公司股东权益表 345

图表：2014-2015年内蒙古伊利实业集团股份有限公司主营业务收入表 346

图表：2014-2015年内蒙古伊利实业集团股份有限公司主营业务利润表 346

图表：2014-2015年内蒙古伊利实业集团股份有限公司营业利润表 346

图表：2014-2015年内蒙古伊利实业集团股份有限公司利润总额表 346

图表：2014-2015年内蒙古伊利实业集团股份有限公司净利润表 346

图表：2014-2015年内蒙古伊利实业集团股份有限公司每股指标表 347

图表：2014-2015年内蒙古伊利实业集团股份有限公司获利能力表 347

图表：2014-2015年内蒙古伊利实业集团股份有限公司经营能力表 347

图表：2014-2015年内蒙古伊利实业集团股份有限公司偿债能力表 348

图表：2014-2015年内蒙古伊利实业集团股份有限公司资本结构表 348

图表：2014-2015年内蒙古伊利实业集团股份有限公司发展能力表 348

图表：2014-2015年内蒙古伊利实业集团股份有限公司现金流量分析表 348

图表：2008年—2015年国内生产总值季度累计同比增长率（%） 353

图表：2013年12月—2015年12月工业增加值月度同比增长率（%） 354

图表：2013年12月—2015年12月社会消费品零售总额月度同比增长率（%） 355

图表：2013年1-12月—2015年1-12月固定资产投资完成额月度累计同比增长率（%） 356

图表：2013年12月—2015年12月出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率 357

图表：2013年12月—2015年12月居民消费价格指数（上年同月=100） 359

图表：2013年12月—2015年12月工业品出厂价格指数（上年同月=100） 360

图表：2013年12月—2015年12月货币供应量月度同比增长率（%） 361

图表：零度渠道深度分销模式 445

图表：企业通过营销、服务、质量构建的顾客满意模型 450

详细请访问：<http://www.abaoqao.com/b/yinliao/R43802P0M0.html>