

2014-2020年中国饮料市场 研究与投资前景预测报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2014-2020年中国饮料市场研究与投资前景预测报告》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/V818941YXP.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

中国饮料行业是改革开放以来发展起来的新兴行业，是中国消费品中的发展热点和新增长点。30多年来，饮料行业不断地发展和成熟，逐渐改变了以往规模小、产品结构单一、竞争无序的局面，饮料企业的规模和集约化程度不断提高，产品结构日趋合理。中国饮料在品牌方面的发展成果显著，全国性品牌已有十几家。

“十一五”期间，中国饮料行业保持快速发展，从产量、利税等方面都有较大幅度的提高。在我国饮料企业规模不断扩大的同时，一批本土品牌逐渐成为或全国、或区域、或品种的主力品牌。到2010年，全国饮料行业已有5个品类、24家企业获得“中国名牌”称号。

饮料行业的快速发展有目共睹，“十二五”期间，我国饮料总产量将保持12%-15%的年均增速发展，其中包装饮用水仍然占有最大比重，茶饮料、蛋白饮料的发展势头迅猛，比重将有所提高。

由于我国目前的人均饮料消费量尚低于世界平均水平，随着国民生活水平的不断提高，饮料市场潜力巨大。目前补营养、补餐、增强体能和智能、休闲等饮料的开发会更加凸显饮料市场的未来潜力。

智研数据研究中心发布的《2014-2020年中国饮料市场研究与投资前景预测报告》共十四章。首先介绍了中国饮料行业的概念，接着分析了中国饮料行业发展环境，然后对中国饮料行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国饮料行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国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家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 饮料行业概述第一节 饮料的相关概念一、软饮料二、功能饮料三、运动饮料四、酒饮料五、茶饮料第二节 饮料的分类一、软饮料的分类二、酒饮料的分类三、茶饮料分类第二章 国际饮料市场第一节 国际饮料市场总体概况一、全球饮料市场迅速增长二、全球饮料流行新趋势分析三、2014年全球饮料的市场行情第二节 欧洲饮料市场一、欧洲饮料市场发展分析二、西欧软饮料市场分析三、2014年保加利亚饮料市场销售情况四、2014年德国饮料市场现状分析五、2014年法国葡萄酒市场分析第三节 亚洲饮料市场一、日本饮料市场概况及营销状况分析二、2014年日本啤酒市场分析三、韩国进口啤酒市场迅猛增长四、印度食品饮料市场面临较多发展机遇五、越南饮料市场巨大潜力待开发第四节 美国饮料市场一、2011年

美国碳酸饮料销售情况二、美国饮料市场功能性饮料开始占主流三、美国葡萄酒市场发展分析四、浓缩能量饮料受美国市场青睐 第三章 中国饮料行业分析

第一节 国内宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2014年中国宏观经济发展预测分析 第二节 中国饮料行业总体概述一、中国饮料行业的发展历程回顾二、中国饮料业发展规律及特点三、中国饮料行业竞争激烈 第三节 2011-2014年中国饮料行业运行状况一、2011年我国饮料行业运行情况二、2014年中国饮料行业发展情况及预测 第四节 中国饮料市场分析一、中国饮料市场内困外忧二、中国饮料市场争夺正酣三、2014年饮料市场预测 第五节 全国各地饮料市场分析一、上海饮料市场发展态势概览二、河南省饮料市场发展分析三、武汉饮料市场发展分析四、湖南饮料市场价格分析 第六节 中国饮料行业品牌分析一、中国饮料市场大众品牌分析二、中国民族饮料品牌高歌猛进三、中国饮料市场品牌格局剖析四、中国饮料市场品牌发展战略五、中国饮料市场品牌发展趋势 第七节 饮料行业存在的问题及策略一、我国饮料生产企业面临八大挑战二、新国标出台运动饮料和茶饮料遇新门槛三、中国饮料企业市场竞争策略四、饮料行业产品和渠道创新是关键 第四章 2009-2011年中国饮料制造业经济运行数据分析

第一节 2009-2011年中国饮料制造行业总体数据分析

一、2009年中国饮料制造行业全部企业数据分析

二、2010年中国饮料制造行业全部企业数据分析

三、2011年中国饮料制造行业全部企业数据分析

第二节 2009-2011年中国饮料制造行业不同规模企业数据分析

一、2009年中国饮料制造行业不同规模企业数据分析

二、2010年中国饮料制造行业不同规模企业数据分析

三、2011年中国饮料制造行业不同规模企业数据分析

第三节 2009-2011年中国饮料制造行业不同所有制企业数据分析

一、2009年中国饮料制造行业不同所有制企业数据分析

二、2010年中国饮料制造行业不同所有制企业数据分析

三、2011年中国饮料制造行业不同所有制企业数据分析 第五章 中国饮料制造业产量数据分析

第一节 2009年中国饮料制造产量数据分析

一、2009年全国饮料制造产量数据分析

二、2009年饮料制造重点省市数据分析

第二节 2010年中国饮料制造产量数据分析

一、2010年全国饮料制造产量数据分析

二、2010年饮料制造重点省市数据分析

第三节 2011年中国饮料制造产量数据分析

一、2011年全国饮料制造产量数据分析

二、2011年饮料制造重点省市数据分析 第六章 软饮料第一节 国际软饮料市场概况一、2011年美国软饮料销量情况二、中东软饮料市场现状及展望三、西欧软饮料市场分析四、亚洲和中东地区软饮料和果汁市场发展分析五、全球保健型饮料市场前景广阔第二节 中国软饮料行业发展综述一、中国软饮料工业的发展回顾二、2010年我国饮料市场运行分析三、2011年中国软饮料市场发展分析四、2014年我国软饮料行业发展运行分析第三节 果汁饮料一、中国果汁饮料市场发展现状二、2010年我国果汁饮料产量分析三、2011年果汁饮料市场价格竞争分析四、我国果汁饮料消费群体分析五、中国纯果汁消费市场潜力大六、我国果汁饮料业发展趋势预测第四节 乳饮料一、中国含乳饮料市场发展分析二、2011年液体乳饮料产量分析三、2014年液体乳饮料产量分析四、2014年乳饮料迎来黄金时代五、果粒酸乳饮料市场前景广阔六、2014年乳制品工业发展预测第五节 碳酸饮料一、碳酸饮料的利与弊二、碳酸饮料市场的挑战与机会三、2011年碳酸饮料产量数据四、2011年碳酸饮料市场发展分析五、2014年碳酸饮料产量数据六、我国碳酸饮料业发展问题及未来趋势分析第六节 功能饮料一、功能饮料市场概况二、功能饮料市场发展特征三、影响功能饮料发展的主要因素四、2010年《饮料通则》对国功能性饮料的影响五、2011年功能饮料再次进入发展高峰期六、功能性饮料市场潜力巨大第七节 饮用水一、2011年饮用水产量分析二、2014年饮用水产量分析三、饮用水市场面临第五次升级革命四、中国饮用水产业进入“生态时代”五、包装饮用水市场格局分析六、我国饮水机行业的优劣势及发展趋势 第七章 酒饮料第一节 中国酒精饮料发展总体分析一、2014年制酒饮料行业市场概况二、2014年中国制酒饮料行业发展概况三、2014年我国酒业发展分析四、2014年中国酒业各项经济指标分析第二节 啤酒一、2011年中国啤酒行业运行情况二、2011年中国啤酒企业总体运行情况三、2011年全国及各省市区啤酒产量统计数据四、2014年全国啤酒产品产量全国及各省市区统计数据五、2014年中国啤酒行业运行情况六、2014年中国啤酒业集中度分析第三节 白酒一、2011年白酒行业运行情况二、2011年消费税大调整引发白酒行业震动三、2011年全国白酒产品产量全国及各省市区统计数据四、2014年全国白酒产品产量全国及各省市区统计数据五、2014年全国白酒行业分析六、白酒行业未来将向高端化发展第四节 葡萄酒一、中国葡萄酒行业发展空间巨大二、2010年中国葡萄酒行业发展分析三、2011年中国葡萄酒行业十大热点四、2014年中国葡萄酒行业发展分析五、2014年中国葡萄酒产业的发展趋势分析六、中国将成为世界第七大葡萄酒消费市场第五节 黄酒行业一、中国黄酒业发展概况二、2011年中国黄酒产量逆势增长三、2011年国内黄酒业

迎来发展新契机四、2011年中国黄酒市场格局生变五、2014年黄酒业发展整体向上第六节 保健酒行业一、保健酒市场成企业争夺的新亮点二、中国保健酒市场格局分析三、中国保健酒再现掘金潮四、中国保健酒市场有待规范第七节 烈性洋酒在中国的发展一、烈性洋酒加速本土化运作二、烈性洋酒的市场格局分析三、烈性洋酒与高端白酒的博弈四、洋酒在中国的未来发展趋势 第八章 茶饮料第一节 中国茶产业分析一、中国茶业发展概况二、中国茶业的发展弊端三、中国茶叶产业化的关键四、中国茶产业遭遇困境的原因五、中国茶产业快速发展规模不断扩大第二节 中国茶饮料行业分析一、中国茶饮料行业的发展特征二、中国茶饮料行业快速发展的驱动因素三、中国茶饮料行业的发展瓶颈四、中国茶饮料行业发展趋势分析第三节 中国茶饮料市场分析一、我国茶饮料市场现状分析二、茶饮料引领饮料市场新潮流三、中国茶饮料的竞争之道四、2011年中国茶饮料市场大打“健康战”五、2014年我国茶饮料行业流行趋势第四节 凉茶一、2011年中国凉茶市场三大热点二、中国凉茶业市场竞争分析三、中国凉茶业市场格局分析四、我国凉茶业的发展迎来新的契机 第九章 饮料包装行业第一节 行业概述一、软饮料个性包装分析二、饮料包装的种类三、我国饮料包装市场特点四、包装促销与消费心理分析第二节 我国饮料包装行业发展分析一、国内外四大饮料包装市场发展现状二、国内饮料包装市场分析三、饮料包装行业市场格局四、饮料包装行业风险分析五、中国食品饮料包装市场分析六、玻璃瓶在饮料包装市场发展现状第三节 PET饮料瓶一、PET瓶饮料包装的优势与劣势二、PET瓶饮料包装业环境及趋势三、PET瓶饮料包装市场状况分析四、PET瓶饮料包装五种竞争力分析五、我国PET饮料瓶市场蕴藏商机第四节 饮料包装行业发展趋势一、饮料包装发展新趋势二、饮料包装环保化趋势分析三、从包装材料分析饮料包装发展趋势四、从包装理念分析饮料包装发展趋势 第十章 饮料行业原料供应分析第一节 中国食糖工业概况一、中国食糖市场需求加速增长二、2011年制糖期国内食糖市场回顾三、2014年制糖期国内食糖形势展望四、2014年中国食糖市场分析五、中国食糖行业调控建议分析第二节 中国水果产业分析一、我国水果市场发展概况二、我国积极推动水果产业健康有序发展三、中国水果产业的品牌化路径分析四、影响我国水果贸易竞争力的因素第三节 中国蔬菜市场分析一、2011年中国蔬菜产量居世界第一二、2014年国家出台储备机制稳定蔬菜市场三、2014年我国蔬菜零售市场销售数据四、我国保障蔬菜市场供应和价格稳定措施第四节 中国粮食市场分析一、2011年中国稻谷市场运行状况分析二、2011年中国小麦市场概况三、2014年国内外粮食市场展望 第十一章 中国饮料行业竞争分析第一节 中国饮料行业竞争概况一、中国饮料市场竞争态势分析二、我国饮料行业的市场竞争日趋激烈三、外资购并影响我国饮料业竞争格局四、饮料企业“强强联手”竞争模式形成第二节 饮料行业细分市场一、中国茶饮料市场竞争分析二、中国果汁饮料市场竞争分析三、中国乳饮料市场竞争分析四、中国瓶装水市场竞争分析五、我国功能饮料市场竞争分析六、我国碳酸饮

料市场竞争分析七、中国咖啡饮料市场竞争分析 第十二章 中国饮料行业营销分析第一节 饮料营销发展概述一、国内饮料营销的五大派系二、饮料营销策略探索三、饮料行业销售渠道探讨四、饮料业网络营销战略分析第二节 中国饮料市场营销状况分析一、我国饮料市场营销的多元化二、我国饮料行业广告投放情况分析三、饮料品牌营销运作的困境和出路第三节 饮料细分产品营销分析一、凉茶饮料营销的关键在于把握消费者心理二、传统养生饮料营销策略分析三、功能饮料的五大营销模式第四节 中国饮料行业营销案例分析一、娃哈哈市场营销案例剖析二、太子奶乳酸菌饮品营销策略分析三、农夫果园的差异化营销策略分析四、王老吉的亚运营发展解析 第十三章 中国饮料行业重点企业分析第一节 内蒙古蒙牛乳业集团股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2014年经营状况分析

四、2014-2020年公司发展战略分析第二节 百事可乐公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2014年经营状况分析

四、2014-2020年公司发展战略分析第三节 内蒙古伊利实业集团股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2014年经营状况分析

四、2014-2020年公司发展战略分析第四节 河北承德露露股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2014年经营状况分析

四、2014-2020年公司发展战略分析第五节 青岛啤酒股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2014年经营状况分析

四、2014-2020年公司发展战略分析第六节 烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2014年经营状况分析

四、2014-2020年公司发展战略分析第七节 其它重点饮料企业一、杭州娃哈哈集团有限公司二、康师傅控股有限公司三、广东乐百氏集团四、北京汇源饮料食品集团有限公司 第十四章 2014-2020年饮料行业投资及前景预测第一节 中国饮料行业SWOT分析一、优势机会点二、劣势威胁点第二节 投资形势分析一、中国饮料行业投资情况二、中国饮料企业的发展环境独占鳌头第三节 投资策略与建议一、产品和渠道创新是关键二、塑造强势饮料品牌第四节 2014-2020年饮料行业前景预测一、2014年中国饮料业突围方向分析二、2014年中国饮料总产量预测三、未来中国饮料市场发展趋势四、植物成为未来饮料市场的发展趋势五、茶饮料成为市场未来发展趋势六、我国饮料市场未来发展格局分析

图表：国内生产总值同比增长速度图表：全国粮食产量及其增速图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）图表：进出口总额（亿美元）图表：广义货币（M2）增长速度（%）图表：居民消费价格同比上涨情况图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）图表：农村居民人均收入实际增长速度图表：人口及其自然增长率变化情况图表：2011年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）图表：2011年房地产开发投资同比增速（%）图表：2014年中国GDP增长预测图表：国内外知名机构对2014年中国GDP增速预测

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/yinliao/V818941YXP.html>