

2016-2022年中国固体饮料 市场研究与投资战略咨询报告

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年中国固体饮料市场研究与投资战略咨询报告》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/W918940RWT.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

目前，以速溶咖啡、速溶茶、奶粉、奶茶、果粉为代表的产品占据了固体饮料行业主要的市场份额。咖啡和豆奶粉稳健发展的同时，奶茶产品成为固体饮料的新主力发展迅猛尤为突出。奶茶产品的热销也带动了整个固体饮料行业的快速发展。固体饮料已进入快速发展的关键期，但行业发展中还存在竞争无序、企业规模较小、生产相对落后等问题，行业亟待规范和产业升级。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国固体饮料市场研究与投资战略咨询报告》依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

智研数据研究中心是国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：

第1章：中国固体饮料行业发展综述

1.1 固体饮料行业定义及分类

1.1.1 行业概念及定义

1.1.2 行业主要产品大类

1.2 固体饮料行业统计标准

1.2.1 固体饮料行业统计部门和统计口径

1.2.2 固体饮料行业统计方法

1.2.3 固体饮料行业数据种类

1.3 行业经济环境分析

1.3.1 国际宏观经济环境分析

(1) 全球经济信心指数

(2) 全球贸易形势分析

(3) 全球经济发展分析

1.3.2 国家宏观经济环境分析

(1) 国内生产总值分析

- (2) 工业增加值分析
- (3) 制造业PMI指数分析
- 1.4 行业政策环境分析
 - 1.4.1 行业最新政策动态
 - 1.4.2 行业相关行业标准
 - 1.4.3 行业质量安全法规
 - 1.4.4 行业贸易环境分析
 - 1.4.5 行业“十二五”发展规划
- 1.5 行业社会环境分析
 - 1.5.1 行业发展与社会经济的协调
 - 1.5.2 社会消费观念变化的影响
 - 1.5.3 行业发展面临的安全问题

第2章：2012年以来中国固体饮料行业发展状况分析

- 2.1 中国固体饮料行业发展状况分析
 - 2.1.1 中国固体饮料行业发展总体概况
 - 2.1.2 2012年以来固体饮料行业经营情况分析
 - (1) 2012年以来固体饮料行业经营效益分析
 - (2) 2012年以来固体饮料行业盈利能力分析
 - (3) 2012年以来固体饮料行业运营能力分析
 - (4) 2012年以来固体饮料行业偿债能力分析
 - (5) 2012年以来固体饮料行业发展能力分析
- 2.2 2012年以来固体饮料行业经济指标分析
 - 2.2.1 中国固体饮料行业经济效益影响因素分析
 - (1) 政策因素
 - (2) 原料供给
 - (3) 需求情况
 - 2.2.2 2012年以来固体饮料行业经济指标分析
- 2.3 2012年以来固体饮料行业供需分析
 - 2.3.1 2012年以来全国固体饮料行业供给情况分析
 - (1) 2012年以来全国固体饮料行业总产值分析
 - (2) 2012年以来全国固体饮料行业产成品分析

2.3.2 2012年以来各地区固体饮料行业供给情况分析

(1) 2011年以来总产值排名前10个地区分析

(2) 2012年以来产成品排名前10个地区分析

2.3.3 2012年以来全国固体饮料行业需求情况分析

(1) 2012年以来全国固体饮料行业销售产值分析

(2) 2012年以来全国固体饮料行业销售收入分析

2.3.4 2012年以来各地区固体饮料行业需求情况分析

(1) 2012年以来销售产值排名前10个地区分析

(2) 2012年以来销售收入排名前10个地区分析

2.3.5 2012年以来全国固体饮料行业产销率分析

第3章：中国固体饮料行业产业链分析

3.1 固体饮料行业产业链简介

3.2 行业上游相关市场分析

3.2.1 水果行业发展分析

(1) 水果供应区域分析

(2) 水果供应规模分析

(3) 水果需求状况分析

(4) 水果价格走势分析

(5) 水果市场走势对行业影响分析

3.2.2 茶行业发展分析

(1) 茶种植面积情况

(2) 茶叶总产量情况

(3) 茶市场价格走势

(4) 茶市场贸易情况

(5) 茶市场走势对行业影响分析

3.2.3 大豆行业发展分析

(1) 大豆行业产量情况

(2) 大豆行业需求情况

(3) 大豆进口数量分析

(4) 大豆市场价格走势

(5) 大豆市场走势对行业影响分析

3.2.4 咖啡豆行业发展分析

- (1) 咖啡豆行业产销情况
- (2) 咖啡豆市场价格走势
- (3) 咖啡豆市场走势对行业影响分析

3.2.5 乳制品行业发展分析

- (1) 乳制品供应规模分析
- (2) 乳制品供应区域分析
- (3) 乳制品需求状况分析
- (4) 乳制品价格走势分析
- (5) 乳制品市场走势对行业影响分析

3.2.6 食糖行业发展分析

- (1) 食糖主产区域分析
- (2) 食糖供应规模分析
- (3) 食糖需求规模分析
- (4) 食糖价格走势分析
- (5) 食糖市场走势对行业影响分析

3.2.7 食品添加剂行业发展分析

- (1) 食品添加剂供应现状分析
- (2) 食品添加剂需求现状分析
- (3) 食品添加剂价格走势分析
- (4) 食品添加剂市场走势对行业影响分析

3.2.8 饮料包装行业发展分析

- (1) 塑料包装行业分析
- (2) 金属包装行业分析
- (3) 玻璃包装行业分析
- (4) 纸包装行业分析

第4章：中国固体饮料行业市场竞争状况分析

4.1 行业国际市场竞争状况分析

4.1.1 国际固体饮料行业发展状况分析

4.1.2 国际固体饮料市场竞争状况分析

4.1.3 跨国公司在华市场的投资布局

(1) 瑞士雀巢

(2) 英国立顿

(3) 美国卡夫

4.2 行业国内市场竞争状况分析

4.2.1 固体饮料行业市场规模分析

4.2.2 固体饮料行业五力模型分析

(1) 固体饮料行业现有竞争者分析

(2) 固体饮料行业上游议价能力分析

(3) 固体饮料行业下游议价能力分析

(4) 固体饮料行业替代者威胁分析

(5) 固体饮料行业潜在进入者威胁分析

(6) 固体饮料行业竞争状况总结

4.3 行业投资兼并与重组整合分析

4.3.1 行业投资兼并与重组整合概况

4.3.2 行业投资兼并与重组整合特征

4.3.3 行业投资兼并与重组整合趋势

4.4 行业不同经济类型企业竞争分析

4.4.1 不同经济类型企业特征情况

4.4.2 行业经济类型集中度分析

第5章：中国固体饮料行业主要细分产品市场分析

5.1 固体饮料行业产品结构分析

5.2 咖啡行业发展分析

5.2.1 咖啡行业发展状况分析

5.2.2 咖啡行业品牌格局分析

5.2.3 咖啡行业市场调研分析

(1) 主要消费人群

(2) 选购因素分析

(3) 获得信息渠道

5.2.4 咖啡行业发展趋势与前景预测

5.3 豆奶粉行业发展分析

5.3.1 豆奶粉行业发展状况分析

5.3.2 豆奶粉行业消费特征分析

- (1) 消费人群
- (2) 品牌偏好
- (3) 购买因素

5.3.3 豆奶粉行业品牌格局分析

5.3.4 豆奶粉行业技术水平分析

5.3.5 豆奶粉行业发展趋势及前景预测

- (1) 豆奶粉将从营养走向健康
- (2) 豆奶粉包装趋势

5.4 奶粉行业发展分析

5.4.1 奶粉行业市场发展现状

5.4.2 奶粉行业供需规模分析

5.4.3 奶粉市场价格走势分析

5.4.4 奶粉行业目标客户分析

- (1) 婴幼儿
- (2) 学生
- (3) 孕妇
- (4) 中老年人

5.4.5 奶粉行业发展趋势分析

5.5 速溶茶行业发展分析

5.5.1 速溶茶行业发展状况

5.5.2 速溶茶产品结构分析

- (1) 速溶纯茶类
- (2) 速溶调配(味)茶类

5.5.3 速溶茶产销情况分析

5.5.4 速溶茶行业品牌竞争格局分析

5.5.5 速溶茶行业发展趋势及前景预测

- (1) 利用新技术提高速溶茶香味
- (2) 开发功能性速溶茶产品与新型食品
- (3) 速溶茶行业发展空间巨大

5.6 麦片行业发展分析

5.6.1 麦片行业发展状况

5.6.2 麦片产品结构分析

5.6.3 麦片行业消费特征分析

- (1) 食用频率
- (2) 消费人群
- (3) 购买因素
- (4) 食用时间
- (5) 产品偏好
- (6) 品牌渗透

5.6.4 麦片行业品牌竞争格局分析

5.6.5 麦片行业技术水平分析

5.6.6 麦片行业发展趋势及前景预测

第6章：中国固体饮料行业市场营销分析

6.1 中国固体饮料行业销售渠道分析

6.1.1 商超渠道

6.1.2 餐饮渠道

6.1.3 食杂店渠道

6.1.4 摊点渠道

6.1.5 自动售货机渠道

6.2 中国固体饮料行业营销策略分析

6.2.1 产品策略

- (1) 产品定位
- (2) 产品市场
- (3) 产品品类
- (4) 产品包装
- (5) 产品生产工艺
- (6) 产品渠道

6.2.2 品牌形象策略

- (1) 品牌定位
- (2) 品牌命名
- (3) 品牌个性

6.2.3 定价策略

- (1) 定价因素
- (2) 定价方法
- (3) 变价控制

6.2.4 促销策略

- (1) 广告营销策划
- (2) 销售促进策划
- (3) 公共关系策划

第7章：固体饮料行业重点区域市场分析

7.1 行业总体区域结构特征分析

7.1.1 行业区域结构总体特征

7.1.2 行业区域集中度分析

7.2 行业重点区域产销情况分析

7.2.1 华北地区固体饮料行业产销情况分析

- (1) 2011年以来北京市固体饮料行业产销情况分析
- (2) 2011年以来天津市固体饮料行业产销情况分析
- (3) 2011年以来河北省固体饮料行业产销情况分析
- (4) 2011年以来山西省固体饮料行业产销情况分析

7.2.2 华南地区固体饮料行业产销情况分析

- (1) 2011年以来广东省固体饮料行业产销情况分析
- (2) 2011年以来广西固体饮料行业产销情况分析
- (3) 2011年以来海南省固体饮料行业产销情况分析

7.2.3 华东地区固体饮料行业产销情况分析

- (1) 2011年以来上海市固体饮料行业产销情况分析
- (2) 2011年以来江苏省固体饮料行业产销情况分析
- (3) 2011年以来浙江省固体饮料行业产销情况分析
- (4) 2011年以来山东省固体饮料行业产销情况分析
- (5) 2011年以来福建省固体饮料行业产销情况分析
- (6) 2011年以来江西省固体饮料行业产销情况分析

7.2.4 华中地区固体饮料行业产销情况分析

- (1) 2011年以来湖南省固体饮料行业产销情况分析
- (2) 2011年以来湖北省固体饮料行业产销情况分析

(3) 2011年以来河南省固体饮料行业产销情况分析

7.2.5 西南地区固体饮料行业产销情况分析

(1) 2011年以来四川省固体饮料行业产销情况分析

(2) 2011年以来云南省固体饮料行业产销情况分析

7.2.6 东北地区固体饮料行业产销情况分析

(1) 2011年以来吉林省固体饮料行业产销情况分析

(2) 2011年以来辽宁省固体饮料行业产销情况分析

第8章：固体饮料行业主要企业生产经营分析

8.1 东莞雀巢有限公司经营情况分析

8.1.1 企业发展简况分析

8.1.2 企业产销能力分析

8.1.3 企业盈利能力分析

8.1.4 企业运营能力分析

8.1.5 企业偿债能力分析

8.1.6 企业发展能力分析

8.1.7 企业产品结构分析

8.1.8 企业经营优劣势分析

8.2 维维食品饮料股份有限公司经营情况分析

8.2.1 企业发展简况分析

8.2.2 主要经济指标分析

8.2.3 企业盈利能力分析

8.2.4 企业运营能力分析

8.2.5 企业偿债能力分析

8.2.6 企业发展能力分析

8.2.7 企业产品结构分析

8.2.8 企业销售渠道与网络

8.2.9 企业经营优劣势分析

8.2.10 企业投资兼并与重组分析

8.3 黑牛食品股份有限公司经营情况分析

8.3.1 企业发展简况分析

8.3.2 主要经济指标分析

- 8.3.3 企业盈利能力分析
- 8.3.4 企业运营能力分析
- 8.3.5 企业偿债能力分析
- 8.3.6 企业发展能力分析
- 8.3.7 企业组织架构分析
- 8.3.8 企业产品结构分析
- 8.3.9 企业销售渠道与网络
- 8.3.10 企业经营优劣势分析
- 8.4 内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司经营情况分析
 - 8.4.1 企业发展简况分析
 - 8.4.2 主要经济指标分析
 - 8.4.3 企业盈利能力分析
 - 8.4.4 企业运营能力分析
 - 8.4.5 企业偿债能力分析
 - 8.4.6 企业发展能力分析
 - 8.4.7 企业产品结构分析
 - 8.4.8 企业销售渠道与网络
 - 8.4.9 企业经营优劣势分析
 - 8.4.10 企业最新发展动向分析
- 8.5 内蒙古伊利实业集团股份有限公司经营情况分析
 - 8.5.1 企业发展简况分析
 - 8.5.2 主要经济指标分析
 - 8.5.3 企业盈利能力分析
 - 8.5.4 企业运营能力分析
 - 8.5.5 企业偿债能力分析
 - 8.5.6 企业发展能力分析
 - 8.5.7 企业产品结构分析
 - 8.5.8 企业经营优劣势分析
 - 8.5.9 企业最新发展动向分析
- 8.6 雅士利国际集团有限公司经营情况分析
 - 8.6.1 企业发展简况分析
 - 8.6.2 企业产销能力分析

- 8.6.3 企业盈利能力分析
- 8.6.4 企业运营能力分析
- 8.6.5 企业偿债能力分析
- 8.6.6 企业发展能力分析
- 8.6.7 企业产品结构分析
- 8.6.8 企业销售渠道与网络
- 8.6.9 企业经营优劣势分析
- 8.6.10 企业最新发展动向分析
- 8.7 浙江香飘飘食品有限公司经营情况分析
- 8.7.1 企业发展简况分析
- 8.7.2 企业产销能力分析
- 8.7.3 企业盈利能力分析
- 8.7.4 企业运营能力分析
- 8.7.5 企业偿债能力分析
- 8.7.6 企业发展能力分析
- 8.7.7 企业产品结构分析
- 8.7.8 企业销售渠道与网络
- 8.7.9 企业经营优劣势分析
- 8.8 南京喜之郎食品有限公司经营情况分析
- 8.8.1 企业发展简况分析
- 8.8.2 企业产销能力分析
- 8.8.3 企业盈利能力分析
- 8.8.4 企业运营能力分析
- 8.8.5 企业偿债能力分析
- 8.8.6 企业发展能力分析
- 8.8.7 企业产品结构分析
- 8.8.8 企业销售渠道与网络
- 8.8.9 企业经营优劣势分析
- 8.8.10 企业最新发展动向分析
- 8.9 联合利华食品（中国）有限公司经营情况分析
- 8.9.1 企业发展简况分析
- 8.9.2 企业产销能力分析

- 8.9.3 企业盈利能力分析
- 8.9.4 企业运营能力分析
- 8.9.5 企业偿债能力分析
- 8.9.6 企业发展能力分析
- 8.9.7 企业产品结构分析
- 8.9.8 企业经营优劣势分析
- 8.10 天津高乐高食品有限公司经营情况分析
 - 8.10.1 企业发展简况分析
 - 8.10.2 企业产销能力分析
 - 8.10.3 企业盈利能力分析
 - 8.10.4 企业运营能力分析
 - 8.10.5 企业偿债能力分析
 - 8.10.6 企业发展能力分析
 - 8.10.7 企业产品结构分析
 - 8.10.8 企业经营优劣势分析
- 8.11 上海英联食品饮料有限公司经营情况分析
 - 8.11.1 企业发展简况分析
 - 8.11.2 企业产销能力分析
 - 8.11.3 企业盈利能力分析
 - 8.11.4 企业运营能力分析
 - 8.11.5 企业偿债能力分析
 - 8.11.6 企业发展能力分析
 - 8.11.7 企业产品结构分析
 - 8.11.8 企业经营优劣势分析
- 8.12 卡夫广通食品有限公司经营情况分析
 - 8.12.1 企业发展简况分析
 - 8.12.2 企业产销能力分析
 - 8.12.3 企业盈利能力分析
 - 8.12.4 企业运营能力分析
 - 8.12.5 企业偿债能力分析
 - 8.12.6 企业发展能力分析
 - 8.12.7 企业产品结构分析

- 8.12.8 企业销售渠道与网络
- 8.12.9 企业经营优劣势分析
- 8.13 广西梧州冰泉实业股份有限公司经营情况分析
 - 8.13.1 企业发展简况分析
 - 8.13.2 企业产销能力分析
 - 8.13.3 企业盈利能力分析
 - 8.13.4 企业运营能力分析
 - 8.13.5 企业偿债能力分析
 - 8.13.6 企业发展能力分析
 - 8.13.7 企业组织架构分析
 - 8.13.8 企业产品结构分析
 - 8.13.9 企业销售渠道与网络
 - 8.13.10 企业经营优劣势分析
- 8.14 大闽食品（漳州）有限公司经营情况分析
 - 8.14.1 企业发展简况分析
 - 8.14.2 企业产销能力分析
 - 8.14.3 企业盈利能力分析
 - 8.14.4 企业运营能力分析
 - 8.14.5 企业偿债能力分析
 - 8.14.6 企业发展能力分析
 - 8.14.7 企业产品结构分析
 - 8.14.8 企业销售渠道与网络
 - 8.14.9 企业经营优劣势分析
 - 8.14.10 企业最新发展动向分析
- 8.15 枣庄市百草园食品有限公司经营情况分析
 - 8.15.1 企业发展简况分析
 - 8.15.2 企业经营状况分析
 - 8.15.3 企业渠道与网络分析
 - 8.15.4 企业经营优劣势分析
- 8.16 双城雀巢有限公司经营情况分析
 - 8.16.1 企业发展简况分析
 - 8.16.2 企业产销能力分析

- 8.16.3 企业盈利能力分析
- 8.16.4 企业运营能力分析
- 8.16.5 企业偿债能力分析
- 8.16.6 企业发展能力分析
- 8.16.7 企业产品结构分析
- 8.16.8 企业销售渠道与网络
- 8.16.9 企业经营优劣势分析
- 8.17 北京三元食品股份有限公司经营情况分析
 - 8.17.1 企业发展简况分析
 - 8.17.2 企业产销能力分析
 - 8.17.3 企业盈利能力分析
 - 8.17.4 企业运营能力分析
 - 8.17.5 企业偿债能力分析
 - 8.17.6 企业发展能力分析
 - 8.17.7 企业组织架构分析
 - 8.17.8 企业产品结构分析
 - 8.17.9 企业销售渠道与网络
 - 8.17.10 企业经营优劣势分析
- 8.18 黑龙江省完达山乳业股份有限公司经营情况分析
 - 8.18.1 企业发展简况分析
 - 8.18.2 企业产销能力分析
 - 8.18.3 企业盈利能力分析
 - 8.18.4 企业运营能力分析
 - 8.18.5 企业偿债能力分析
 - 8.18.6 企业发展能力分析
 - 8.18.7 企业产品结构分析
 - 8.18.8 企业销售渠道与网络
 - 8.18.9 企业经营优劣势分析
- 8.19 广西桂林荔波食品有限公司经营情况分析
 - 8.19.1 企业发展简况分析
 - 8.19.2 企业经营状况分析
 - 8.19.3 企业产品结构分析

- 8.19.4 企业经营优劣势分析
- 8.20 枣庄市天一堂食品有限公司经营情况分析
 - 8.20.1 企业发展简况分析
 - 8.20.2 企业经营状况分析
 - 8.20.3 企业销售渠道与网络分析
 - 8.20.4 企业经营优劣势分析
- 8.21 广西大发食品饮料有限公司经营情况分析
 - 8.21.1 企业发展简况分析
 - 8.21.2 企业经营状况分析
 - 8.21.3 企业产品结构分析
 - 8.21.4 企业经营优劣势分析
- 8.22 深圳冠利达必是食品有限公司经营情况分析
 - 8.22.1 企业发展简况分析
 - 8.22.2 企业经营状况分析
 - 8.22.3 企业产品结构分析
 - 8.22.4 企业经营优劣势分析
- 8.23 保山云潞咖啡产业开发有限责任公司经营情况分析
 - 8.23.1 企业发展简况分析
 - 8.23.2 企业经营状况分析
 - 8.23.3 企业产品结构分析
 - 8.23.4 企业销售渠道与网络
 - 8.23.5 企业经营优劣势分析
- 8.24 云南馨德咖啡有限公司经营情况分析
 - 8.24.1 企业发展简况分析
 - 8.24.2 企业经营状况分析
 - 8.24.3 企业产品结构分析
 - 8.24.4 企业销售渠道与网络
 - 8.24.5 企业经营优劣势分析
- 8.25 维他麦食品（福建）有限公司经营情况分析
 - 8.25.1 企业发展简况分析
 - 8.25.2 企业经营状况分析
 - 8.25.3 企业产品结构分析

- 8.25.4 企业销售渠道与网络
- 8.25.5 企业经营优劣势分析
- 8.26 摩卡食品有限公司经营情况分析
 - 8.26.1 企业发展简况分析
 - 8.26.2 企业经营状况分析
 - 8.26.3 企业产品结构分析
 - 8.26.4 企业销售渠道与网络
 - 8.26.5 企业经营优劣势分析
- 8.27 杭州茗宝食品有限公司经营情况分析
 - 8.27.1 企业发展简况分析
 - 8.27.2 企业经营状况分析
 - 8.27.3 企业产品结构分析
 - 8.27.4 企业销售渠道与网络
 - 8.27.5 企业经营优劣势分析

第9章：中国固体饮料行业投资与前景分析

- 9.1 中国固体饮料行业发展趋势与前景
 - 9.1.1 中国固体饮料市场发展趋势分析
 - 9.1.2 中国固体饮料市场发展前景预测
- 9.2 中国固体饮料行业投资风险
 - 9.2.1 固体饮料行业政策风险
 - 9.2.2 固体饮料行业技术风险
 - 9.2.3 固体饮料行业供求风险
 - 9.2.4 固体饮料行业宏观经济波动风险
- 9.3 中国固体饮料行业投资特性分析
 - 9.3.1 固体饮料行业进入壁垒分析
 - (1) 渠道壁垒
 - (2) 品牌壁垒
 - (3) 行业监管壁垒
 - (4) 研发水平壁垒
 - (5) 规模壁垒
 - 9.3.2 固体饮料行业盈利模式分析

(1) 产品盈利模式

(2) 渠道盈利模式

9.3.3 固体饮料行业盈利因素分析

(1) 广阔的市场需求

(2) 行业产品延伸

(3) 稳定的销售渠道

第10章 电商行业发展分析

10.1 电子商务发展分析

10.1.1 电子商务定义及发展模式分析

10.1.2 中国电子商务行业政策现状

10.1.3 2013-2015年中国电子商务行业发展现状

10.2 “互联网+”的相关概述

10.2.1 “互联网+”的提出

10.2.2 “互联网+”的内涵

10.2.3 “互联网+”的发展

10.2.4 “互联网+”的评价

10.2.5 “互联网+”的趋势

10.3 电商市场现状及建设情况

10.3.1 电商总体开展情况

10.3.2 电商案例分析

10.3.3 电商平台分析（自建和第三方网购平台）

10.4 电商行业未来前景及趋势预测

10.4.1 电商市场规模预测分析

10.4.2 电商发展前景分析

图表目录：

图表1：中国企业的市场主体分类

图表2：中国不同所有制性质企业的划分

图表3：2012年以来OECD商业领先指标（BCI）走势

图表4：2013年以来波罗的海干散货运指数走势

图表5：2011年以来七国集团GDP增长率（单位：%）

图表6：2011年以来金砖国家及部分亚洲经济体GDP同比增长率（单位：%）

图表7：2005年以来中国国内生产总值走势图（单位：亿元，%）

图表8：2005年以来中国工业增加值走势图（单位：亿元，%）

图表9：2013年以来中国制造业PMI走势图（单位：%）

图表10：我国固体料行业最新政策动态分析

图表11：我国固体饮料产品基本技术要求

图表12：《中华人民共和国食品安全法》主要内容

图表13：《中国饮料行业“十二五”发展规划建议》主要内容

图表14：《食品工业“十二五”发展规划》中饮料制造行业发展规划

图表15：2011年以来固体饮料行业市场规模增速与GDP实际增速对比图（单位：%）

图表16：2011年以来中国规模以上固体饮料企业数量情况（单位：家）

图表17：2012年以来固体饮料行业经营效益分析（单位：家，万元，%）

图表18：2012年以来中国固体饮料行业盈利能力分析（单位：%）

图表19：2012年以来中国固体饮料行业运营能力分析（单位：次）

图表20：2012年以来中国固体饮料行业偿债能力分析（单位：%、倍）

图表21：2012年以来中国固体饮料行业发展能力分析（单位：%）

图表22：2012年以来固体饮料行业主要经济指标统计表（单位：万元，家，%）

图表23：2011年以来固体饮料行业工业总产值及增长率走势（单位：亿元，%）

图表24：2011年以来固体饮料行业产成品及增长率走势图（单位：亿元，%）

图表25：工业总产值居前的10个地区统计表（单位：万元，%）

图表26：工业总产值居前的10个地区比重图（单位：%）

图表27：2012年以来产成品居前的10个地区统计表（单位：万元）

图表28：产成品居前的10个地区比重图（单位：%）

图表29：2009年以来固体饮料行业销售产值及增长率变化情况（单位：亿元，%）

图表30：2011年以来固体饮料行业销售收入及增长率变化趋势图（单位：亿元，%）

图表31：2012年以来销售产值居前的10个地区统计表（单位：亿元，%）

图表32：销售产值居前的10个地区比重图（单位：%）

图表33：2012年以来销售收入居前的10个地区统计表（单位：亿元，%）

图表34：销售收入居前的10个地区比重图（单位：%）

图表35：2005年以来全国固体饮料行业产销率变化趋势图（单位：%）

图表36：固体饮料行业产业链示意图

图表37：中国热带水果主要生产区域产量情况（单位：万吨）

图表38：中国温带水果主要生产区域温带水果产量（单位：万吨）

图表39：2007年以来中国水果供应规模及果园面积情况（单位：千吨，千公顷）

图表40：2002年以来中国主要水果供应规模情况（单位：万吨）

图表41：2007年以来中国农村和城镇居民人均水果消费量（单位：公斤/人）

图表42：2012年以来我国水果价格月度走势图（元/公斤）

图表43：水果市场对固体饮料行业的影响分析

图表44：2011年以来中国茶叶种植面积及增长情况（单位：万公顷，%）

图表45：2011年以来中国茶叶总产量及增长情况（单位：万吨，%）

图表46：2011年以来世界茶叶及中国茶叶出口量（单位：万吨）

图表47：茶市场对固体饮料的影响分析

图表48：2011年以来中国大豆总产量情况（单位：万吨）

图表49：2011年以来中国大豆消费需求总量情况（单位：万吨）

图表50：2000年以来中国大豆进口量情况（单位：万吨）

图表51：2009年以来中储粮全国大豆收购价格指数走势图（单位：点）

图表52：2009年以来全国大豆收购均价走势图（单位：元/吨）

图表53：大豆市场对固体饮料行业的影响分析

图表54：咖啡豆市场对固体饮料行业的影响分析

图表55：2007年以来我国乳制品产量及同比增速（单位：万吨，%）

图表56：我国乳制品产量区域分布占比情况（单位：%）

图表57：2007年以来我国乳制品销售量及同比增长情况（单位：万吨，%）

图表58：2013年以来我国生鲜乳品收购价格（单位：元/kg）

图表59：乳制品市场对固体饮料行业的影响分析

图表60：中国食糖主产区域分布占比情况（单位：%）

图表61：2011年以来中国食糖产量情况（单位：万吨）

图表62：2009年以来中国食糖月度进出口情况（单位：吨，万吨）

图表63：2011年以来我国食糖消费量（单位：万吨）

图表64：2011年以来CSI国内食糖现货价格指数图（单位：元/吨）

图表65：食糖市场对固体饮料行业的影响分析

图表66：2009年以来食品添加剂产量变化情况（单位：万吨）

图表67：国内蛋氨酸周度价格走势分析图（单位：美元/吨）

图表68：食品添加剂市场对固体饮料行业的影响分析

图表69：2011年以来中国塑料包装行业经营效益分析（单位：家，人，万元）

图表70：2011年以来塑料包装行业销售收入及增长率变化趋势图（单位：亿元，%）

图表71：2011年以来中国金属包装行业经营效益分析（单位：家，人，万元）

图表72：2011年以来金属包装行业销售收入及增长率变化趋势图（单位：亿元，%）

图表73：2011年以来中国玻璃包装容器行业经营效益分析（单位：家，人，万元）

图表74：2011年以来玻璃包装行业销售收入及增长率变化趋势图（单位：亿元，%）

图表75：2011年以来中国纸制品包装行业经营效益分析（单位：家，人，万元）

图表76：2011年以来纸包装行业销售收入及增长率变化趋势图（单位：亿元，%）

图表77：雀巢在华投资发展历程分析

图表78：联合利华在华投资发展历程分析

图表79：美国卡夫食品在华投资发展历程分析

图表80：2011年以来中国固体饮料行业市场规模变化趋势（单位：亿元，%）

图表81：我国固体饮料行业现有企业的竞争分析

图表82：我国固体饮料行业竞争层次分析

图表83：我国固体饮料行业对上游供应商的议价能力分析

图表84：我国固体饮料行业潜在进入者威胁分析

图表85：我国固体饮料行业五力分析结论

图表86：2013年以来饮料行业投资兼并与重组案例

图表87：固体饮料行业企业的所有制结构特征（单位：家，万元）

图表88：中国固体饮料行业不同经济类型企业销售收入比较（单位：万元）

图表89：中国固体饮料行业销售收入按经济类型占比（单位：%）

图表90：2011年以来行业经济类型占比（按销售收入）（单位：%）

图表91：2011年以来行业经济类型集中度变化趋势图（按销售收入）（单位：%）

图表92：豆奶粉偏好者年龄构成（单位：%）

图表93：豆奶粉品牌偏好（单位：%）

图表94：豆奶粉购买因素（单位：%）

图表95：中国豆奶粉行业品牌占有率（单位：%）

图表96：中国婴幼儿奶粉市场销售结构（单位：%）

图表97：2010年以来中国奶粉产量情况（单位：万吨）

图表98：2011年以来中国奶粉进口情况（单位：万吨）

图表99：2011年以来中国市场奶粉价格走势（单位：元/公斤）

图表100：消费者喝孕妇奶粉时间段结构（单位：%）

图表101：孕妇奶粉消费因素（单位：%）

- 图表102：消费者选择孕妇奶粉考虑因素（单位：%）
- 图表103：消费者选择孕妇奶粉考虑的产品因素（单位：%）
- 图表104：消费者对孕妇奶粉的购买渠道偏好（单位：%）
- 图表105：麦片食用者食用麦片频率构成（单位：%）
- 图表106：年龄分布对麦片食用频率的影响（单位：人）
- 图表107：学历分布对麦片食用频率的影响（单位：人）
- 图表108：收入分布对麦片食用频率的影响（单位：人）
- 图表109：消费者购买麦片的原因（单位：%）
- 图表110：消费者偏爱的产品属性（单位：%）
- 图表111：消费者食用麦片时间段（单位：%）
- 图表112：消费者食用麦片的类型偏好（单位：%）
- 图表113：消费者食用麦片的口味偏好（单位：%）
- 图表114：消费者食用麦片的包装偏好（单位：%）
- 图表115：消费者经常吃和最常吃的麦片品牌（单位：%）
- 图表116：传统商场、超市等饮料销售渠道分类
- 图表117：固体饮料销售的餐饮渠道
- 图表118：广告策划投放形式
- 图表119：2011年以来中国固体饮料企业区域市场情况（单位：家，亿元）
- 图表120：2011年以来固体饮料行业各区域企业数量情况（单位：%）

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/yinliao/W918940RWT.html>