

2013-2017年中国饮料行业 全景调研及投资前景评估报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2013-2017年中国饮料行业全景调研及投资前景评估报告》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/201305/93778.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

2012年，在国家GDP增速下行的大背景下，受媒体负面影响不断、销售旺季不旺、缺乏个性化产品等因素的影响，饮料产量增速由2011年的20%以上一路下滑至2012年的10%左右，行业发展进入调整期。2012年，我国共生产饮料13024.01万吨，同比增长11.99%，增速较上年下降10.01个百分点。饮料类商品零售总额（批发零售贸易业）累计增速持续提高。全年共实现饮料类商品零售总额1261.6亿元，同比增长18.7%。

进入4季度，饮料行业呈现两个积极变化：一是，销售利润率触底反弹，全年销售利润率达到7.95%，高于上年同期0.47个百分点，利润总额也逐步恢复增势。二是，虽然行业亏损额仍在增加但行业亏损单位数量逐季递减。2012年，虽然饮料产量总体增速低于上年同期，但中国人均饮料消费量远远低于欧美日台，存在很大市场潜力。在国家经济稳定发展的大背景下，2013年，饮料总产量很可能会继续以10%~12%的增速增长。

中企顾问网发布的《2013-2017年中国饮料行业全景调研及投资前景评估报告》共十四章。首先介绍了饮料行业的概念以及国际饮料市场运行现状，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 2012-2013年国际饮料市场

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、2012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、2012年保加利亚饮料市场销售情况
- 四、2012年德国饮料市场现状分析
- 五、2012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、2012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 2012-2013年中国饮料行业分析

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、2013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 2012-2013年中国饮料行业运行状况

一、2011年中国饮料行业运行情况

二、2012年中国饮料行业发展情况

三、2013年中国饮料行业发展预测

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

第五节 全国各地区饮料市场分析

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、中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 2010-2012年中国饮料制造业经济运行数据分析

第一节 2010-2012年中国饮料制造行业总体数据分析

一、2010年中国饮料制造行业全部企业数据分析

二、2011年中国饮料制造行业全部企业数据分析

三、2012年中国饮料制造行业全部企业数据分析

第二节 2010-2012年中国饮料制造行业不同规模企业数据分析

一、2010年中国饮料制造行业不同规模企业数据分析

二、2011年中国饮料制造行业不同规模企业数据分析

三、2012年中国饮料制造行业不同规模企业数据分析

第三节 2010-2012年中国饮料制造行业不同所有制企业数据分析

一、2010年中国饮料制造行业不同所有制企业数据分析

二、2011年中国饮料制造行业不同所有制企业数据分析

三、2012年中国饮料制造行业不同所有制企业数据分析

第五章 2010-2012年中国饮料制造业产量数据分析

第一节 2010年中国饮料产量数据分析

一、2010年全国饮料产量数据分析

二、2010年饮料重点省市数据分析

第二节 2011年中国饮料产量数据分析

一、2011年全国饮料产量数据分析

二、2011年饮料重点省市数据分析

第三节 2012年中国饮料产量数据分析

一、2012年全国饮料产量数据分析

二、2012年饮料重点省市数据分析

第六章 2012-2013年中国饮料细分市场调研——软饮料

第一节 国际软饮料市场概况

一、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年中国饮料市场运行分析

三、2011年中国软饮料市场发展分析

四、2012年中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、2012年中国果汁饮料产量分析
- 三、2012年果汁饮料市场价格竞争分析
- 四、中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、中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、2012年液体乳饮料产量分析
- 四、2012年乳饮料迎来黄金时代
- 五、果粒酸乳饮料市场前景广阔
- 六、2013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、2012年碳酸饮料产量数据
- 六、中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、《饮料通则》对国功能性饮料的影响
- 五、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、2012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、中国饮水机行业的优劣势及发展趋势

第七章 2012-2013年中国饮料细分市场调研——酒饮料

第一节 中国酒精饮料发展总体分析

- 一、2012年制酒饮料行业市场概况
- 二、2012年中国制酒饮料行业发展概况
- 三、2012年中国酒业发展分析
- 四、2012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分析
- 二、2011年中国啤酒企业总体运行情况
- 三、2011年全国及各省市啤酒产量统计数据
- 四、2012年全国啤酒产品产量全国及各省市统计数据
- 五、2012年中国啤酒行业运行情况分析
- 六、2012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分析
- 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统计数据
- 四、2012年全国白酒产品产量全国及各省市统计数据
- 五、2012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、2012年中国葡萄酒行业发展分析
- 五、2012年中国葡萄酒产业的发展趋势分析
- 六、中国将成为全球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、2012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2012-2013年中国饮料细分市场调研——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、中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、2012年中国茶饮料行业流行趋势

第四节 凉茶

- 一、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、中国凉茶业的发展迎来新的契机

第九章 2012-2013年中国饮料包装行业发展概况

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、中国饮料包装市场特点
- 四、包装促销与消费心理分析

第二节 中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、中国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 2012-2013年中国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、2012年中国食糖市场分析
- 四、中国食糖行业调控建议分析

第二节 中国水果产业分析

- 一、中国水果市场发展概况
- 二、中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、影响中国水果贸易竞争力的因素

第三节 中国蔬菜市场分析

- 一、中国蔬菜产量分析
- 二、2012年国家出台储备机制稳定蔬菜市场
- 三、2012年中国蔬菜零售市场销售数据
- 四、中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、2012年中国稻谷市场运行状况分析
- 二、2012年中国小麦市场概况
- 三、2013年国内外粮食市场展望

第十一章 2012-2013年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、中国饮料行业的市场竞争日趋激烈
- 三、外资购并影响中国饮料业竞争格局
- 四、饮料企业“强强联手”竞争模式形成

第二节 饮料行业细分市场竞争分析

- 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、中国功能饮料市场竞争分析
- 六、中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 2012-2013年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、中国饮料市场营销的多元化

二、中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、王老吉的亚运营销发展解析

第十三章 2012-2013年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、2012-2013年经营状况分析

四、2013-2017年公司发展战略分析

第二节 重庆啤酒

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2012-2013年经营状况分析

四、2013-2017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、2012-2013年经营状况分析

四、2013-2017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、2012-2013年经营状况分析

四、2013-2017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、2012-2013年经营状况分析

四、2013-2017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、2012-2013年经营状况分析

四、2013-2017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 2013-2017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 2013-2017年饮料行业前景预测

一、中国饮料业突围方向分析

二、2013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、中国饮料市场未来发展格局分析

图表目录：（部分）

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：2012年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2012年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2013年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2013年中国GDP增速预测

图表：2010年1-11月中国饮料制造行业全部企业数据分析

图表：2011年中国饮料制造行业全部企业数据分析

图表：2012年中国饮料制造行业全部企业数据分析

图表：2010年1-11月中国饮料制造行业不同规模企业数据分析

图表：2011年1-12月中国饮料制造行业不同规模企业数据分析

图表：2012年1-12月中国饮料制造行业不同规模企业数据分析

图表：2010年1-11月中国饮料制造行业不同所有制企业数据分析

图表：2011年1-12月中国饮料制造行业不同所有制企业数据分析

图表：2012年1-12月中国饮料制造行业不同所有制企业数据分析

图表：2010-2012年内蒙古蒙牛乳业集团股份有限公司主要经济指标走势

图表：2010-2012年内蒙古蒙牛乳业集团股份有限公司经营收入走势

图表：2010-2012年内蒙古蒙牛乳业集团股份有限公司盈利指标走势

图表：2010-2012年内蒙古蒙牛乳业集团股份有限公司负债情况

图表：2010-2012年内蒙古蒙牛乳业集团股份有限公司负债指标走势

图表：2010-2012年内蒙古蒙牛乳业集团股份有限公司运营能力指标走势

图表：2010-2012年内蒙古蒙牛乳业集团股份有限公司成长能力指标走势

图表：2010-2012年重庆啤酒主要经济指标走势

图表：2010-2012年重庆啤酒经营收入走势

图表：2010-2012年重庆啤酒盈利指标走势

图表：2010-2012年重庆啤酒负债情况

图表：2010-2012年重庆啤酒负债指标走势

图表：2010-2012年重庆啤酒运营能力指标走势

图表：2010-2012年重庆啤酒成长能力指标走势

图表：2010-2012年内蒙古伊利实业集团股份有限公司主要经济指标走势

图表：2010-2012年内蒙古伊利实业集团股份有限公司经营收入走势

图表：2010-2012年内蒙古伊利实业集团股份有限公司盈利指标走势

图表：2010-2012年内蒙古伊利实业集团股份有限公司负债情况

图表：2010-2012年内蒙古伊利实业集团股份有限公司负债指标走势

图表：2010-2012年内蒙古伊利实业集团股份有限公司运营能力指标走势

图表：2010-2012年内蒙古伊利实业集团股份有限公司成长能力指标走势

图表：2010-2012年河北承德露露股份有限公司主要经济指标走势

图表：2010-2012年河北承德露露股份有限公司经营收入走势

图表：2010-2012年河北承德露露股份有限公司盈利指标走势

图表：2010-2012年河北承德露露股份有限公司负债情况

图表：2010-2012年河北承德露露股份有限公司负债指标走势

图表：2010-2012年河北承德露露股份有限公司运营能力指标走势

图表：2010-2012年河北承德露露股份有限公司成长能力指标走势

图表：2010-2012年青岛啤酒股份有限公司主要经济指标走势

图表：2010-2012年青岛啤酒股份有限公司经营收入走势

图表：2010-2012年青岛啤酒股份有限公司盈利指标走势

图表：2010-2012年青岛啤酒股份有限公司负债情况

图表：2010-2012年青岛啤酒股份有限公司负债指标走势

图表：2010-2012年青岛啤酒股份有限公司运营能力指标走势

图表：2010-2012年青岛啤酒股份有限公司成长能力指标走势

图表：2010-2012年烟台张裕葡萄酒股份有限公司主要经济指标走势

图表：2010-2012年烟台张裕葡萄酒股份有限公司经营收入走势

图表：2010-2012年烟台张裕葡萄酒股份有限公司盈利指标走势

图表：2010-2012年烟台张裕葡萄酒股份有限公司负债情况

图表：2010-2012年烟台张裕葡萄酒股份有限公司负债指标走势

图表：2010-2012年烟台张裕葡萄酒股份有限公司运营能力指标走势

图表：2010-2012年烟台张裕葡萄酒股份有限公司成长能力指标走势

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201305/93778.html>