

2014-2020年中国软饮料行业监测与发展趋势预测报告

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

《2014-2020年中国软饮料行业监测与发展趋势预测报告》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.cction.com/report/201403/103006.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

软饮料 (soft drink)：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。

虽然中国消费者的口味差异很大，但总体表现出清淡的趋势。这一趋势在诸如碳酸饮料、果汁、瓶装水及即饮茶等软饮料得以体现。此外，根据Euromonitor的调查报告，啤酒也逐渐显示出清淡的发展趋势。2004年推出的新产品都有清淡的趋势，并且加强了清凉、清爽的定位，旨在吸引浮躁的年轻人的注意。主要上市的产品包括可口可乐公司的“Sprite Ice”和“Nestea Ice Rush”以及“minute maid”，百事的“立顿冰茶”，统一的“Cha Li Wang”，顶新的“X-Sports”。在竞争激烈，抄袭成风的饮料行业，开发新的配方或设计新的包装已经不再是制胜的法宝，众多饮料商将精力放在调制新的饮料口味上。当然，消费者不可能单单青睐于清淡的口味。北方的果汁消费者喜欢比较浓稠、新鲜的口味，而这种口味对南方消费者则显得太过强烈。相反的，南方的茶饮料消费者喜欢温和、平滑的口感，而北方消费者对这种口味不屑一顾。

中国消费者对饮料的诉求，除了解渴之外很重要的一点是健康。果蔬汁之所以会发展迅速，跟饮料商不断的宣传其健康特色分不开。牛奶和果汁的混合也是目前的一大趋势，成功的例子包括酷儿的“Refreshing”，可口可乐中国的“White”，杭州娃哈哈的“营养快线”。瓶装水及功能水生产商也在采取各种行动。2003年乐百氏的“脉动”大获成功之后，各种类似的功能水饮料轮番推出。其中最著名的有顶新的“X-Sports”，浙江养生堂的“尖叫”，娃哈哈的“激活”和最后被汇源收购的“他+她”。作为毫无争议的能量饮料领袖，红牛通过对NBA和F1赛事的赞助，进一步扩大其市场影响力。

《2014-2020年中国软饮料行业监测与发展趋势预测报告》全面系统地分析了软饮料行业的发展状况:包括产品特征、宏观环境、产业特征、供需规模、竞争格局、产业链上下游情况，在此基础上全面深入地分析了国内行业标杆企业的经营状况、竞争优势及发展战略等；通过研究行业的历史数据，把握行业发展规律，综合考虑当前环境因素的前提下对行业的发展前景以及潜在投资机会做出了预测。

【 目录 】

第一章软饮料行业概述

第一节概念

一、定义及分类

二、特点

第二节行业发展成熟度

一、行业发展周期分析

二、行业中外行业成熟度对比

三、行业及其主要子行业成熟度分析

第三节行业特征分析

一、行业规模

二、产业关联度

三、影响需求的关键因素

四、国内和国际行业

五、主要竞争因素

第二章 2011-2012年软饮料行业全球发展分析

第一节全球软饮料行业发展分析

一、2011年全球软饮料行业发展分析

二、2012年全球软饮料行业发展分析

第二节 2012年全球行业分析

一、全球需求分析

二、欧美需求分析

三、中外行业对比

第三节 2011-2012年主要国家或地区软饮料行业发展分析

一、美国

二、日本

三、欧洲

第三章 中国软饮料行业发展宏观环境分析

第一节 2011-2012年经济发展环境分析

一、中国GDP分析

二、城乡居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数

三、工业发展形势分析

第二节 2011-2012年软饮料行业政策法规环境分析

一、行业政策环境

二、国内宏观政策对其影响

三、行业产业政策对其影响

第三节 社会发展环境分析

第四章 2011-2012年中国软饮料行业整体运行分析

第一节 2011-2012年中国软饮料行业发展状况

一、行业发展动态

二、行业经营业绩分析

三、行业发展热点

第二节 2012年中国软饮料行业供需状况

一、行业产能分析

二、供给分析

三、需求分析

第三节 2011-2012年中国软饮料行业产品价格分析

一、2011年产品价格分析

二、2012年产品价格分析

第四节 2011-2012年中国软饮料行业成本分析

一、原料分析

二、劳动力分析

三、运输成本分析

第五章 2011-2012年软饮料行业区域行业分析

一、华北行业

二、东北行业

三、华中行业

四、华东行业

五、华南行业

六、西南行业

七、西北行业

第六章 2008-2012年中国软饮料行业运行效益分析

第一节 总产值分析

- 一、2008-2012年产业总产值分析
- 二、不同规模企业工业总产值分析
- 三、不同所有制企业工业总产值比较

第二节 行业销售收入分析

- 一、2008-2012年产业行业总销售收入分析
- 二、不同规模企业总销售收入分析
- 三、不同所有制企业总销售收入比较

第三节 产品成本费用分析

- 一、2008-2012年产业成本费用总额分析
- 二、不同规模企业销售成本比较分析
- 三、不同所有制企业销售成本比较分析

第四节 利润总额分析

- 一、2008-2012年产业利润总额分析
- 二、不同规模企业利润总额比较分析
- 三、不同所有制企业利润总额比较分析

第七章 2011-2012年中国软饮料行业进出口分析

第一节 2011-2012年软饮料行业进出口总况分析

- 一、进口总量统计
- 二、出口总量统计

第二节 2011-2012年软饮料行业进出口国别分析

- 一、分国别统计
- 二、收发货省地统计
- 三、贸易方式统计
- 四、运输方式统计

第三节 2011-2012年软饮料行业分产品进出口价格分析

- 一、总体价格进出口分析
- 二、细分产品进出口价格分析
- 三、影响价格因素分析

第四节 2011-2012年软饮料行业进出口行业影响因素分析

- 一、税收政策影响
- 二、国际金融危机的影响
- 三、国内外需求变化影响
- 四、贸易壁垒影响分析

第八章软饮料行业产业链分析

第一节产业链分析

- 一、行业经济特性
- 二、产业链结构分析

第二节上下游产业发展对行业的影响分析

- 一、上游产业发展对该行业的影响
- 二、下游产业发展对该行业的影响
- 三、行业新动态及其对产业的影响
- 四、行业竞争状况及其对产业的意义

第九章 2011-2012年软饮料行业竞争格局分析

第一节行业竞争结构分析

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节行业集中度分析

- 一、行业集中度分析
- 二、企业集中度分析
- 三、区域集中度分析

第三节中国软饮料行业国际竞争力比较

- 一、生产要素
- 二、需求条件
- 三、支援与相关产业
- 四、行业结构与竞争状态
- 五、政府的作用

第十章 2012年中国软饮料行业内重点企业竞争策略分析

第一节 主要企业行业竞争力综合表现分析

- 一、重点企业资产总计对比分析
- 二、重点企业从业人员对比分析
- 三、重点企业全年营业收入对比分析
- 四、重点企业出口交货值对比分析
- 五、重点企业利润总额对比分析
- 六、重点企业综合竞争力对比分析

第二节 主要企业产品行业增长及策略分析

- 一、2012年行业增长潜力分析
- 二、2012年主要潜力品种分析
- 三、现有产品竞争策略分析
- 四、潜力品种竞争策略选择

第三节 软饮料行业企业竞争策略总结

- 一、产品策略
- 二、价格策略
- 三、销售渠道策略
- 四、促销策略

第十一章 2012年中国软饮料行业内重点企业分析

第一节 企业一

- 一、公司概况
- 二、公司经营分析（财务、行业竞争力、行业地位等）
- 三、公司最新动态
- 四、公司SWOT分析
- 七、公司发展战略

第二节 企业二

- 一、公司概况
- 二、公司经营分析（财务、行业竞争力、行业地位等）
- 三、公司最新动态
- 四、公司SWOT分析

七、公司发展战略

第三节企业三

一、公司概况

二、公司经营分析（财务、行业竞争力、行业地位等）

三、公司最新动态

四、公司SWOT分析

七、公司发展战略

第四节企业四

一、公司概况

二、公司经营分析（财务、行业竞争力、行业地位等）

三、公司最新动态

四、公司SWOT分析

七、公司发展战略

第五节企业五

一、公司概况

二、公司经营分析（财务、行业竞争力、行业地位等）

三、公司最新动态

四、公司SWOT分析

七、公司发展战略

第六节企业六

一、公司概况

二、公司经营分析（财务、行业竞争力、行业地位等）

三、公司最新动态

四、公司SWOT分析

七、公司发展战略

第十二章2014-2020年软饮料行业投资机会与风险分析

第一节软饮料行业活力系数比较及分析

一、2012年相关产业活力系数比较

二、2013-2017行业活力系数分析

第二节软饮料行业投资收益率比较及分析

一、2012年相关产业投资收益率比较

二、2013-2017行业投资收益率分析

第三节2014-2020年软饮料行业投资效益分析

一、软饮料行业投资状况分析

二、软饮料行业投资效益分析

三、软饮料行业投资趋势预测

四、软饮料行业的投资方向

五、2014-2020年软饮料行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第四节2014-2020年影响软饮料行业发展的主要因素分析

一、有利因素分析

二、稳定因素分析

三、不利因素分析

四、软饮料行业发展面临的挑战分析

五、软饮料行业发展面临的机遇分析

第五节2014-2020年中国软饮料行业投资风险分析

一、行业风险

二、政策风险

三、经营风险

四、技术风险

五、其他风险

第十三章2014-2020年中国软饮料行业发展趋势预测分析

第一节 2012年软饮料行业发展环境展望

一、宏观经济形势展望

二、政策走势展望

三、国际行业走势展望

第二节 2012年中国软饮料行业发展趋势分析

一、技术发展趋势分析

二、产品发展趋势分析

三、行业竞争格局展望

第三节2014-2020年中国软饮料行业发展前景预测

一、行业总产值预测

二、行业销售收入预测

三、行业产品产销预测

四、行业进出口预测

第四节2014-2020年中国软饮料行业投资策略建议

一、重点投资产品

二、重点投资领域

三、其他策略

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201403/103006.html>