



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国碳酸饮料市场 需求及投资前景分析报告

一、调研说明

《2016-2022年中国碳酸饮料市场需求及投资前景分析报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/277999.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

碳酸饮料（汽水）类产品是指在一定条件下充入二氧化碳气的饮料。碳酸饮料，主要成分包括：碳酸水、柠檬酸等酸性物质、白糖、香料，有些含有咖啡因，人工色素等。除糖类能给人补充能量外，充气的“碳酸饮料”中几乎不含营养素。一般的有：可乐、雪碧、汽水。过量饮用对身体有害。

我国碳酸饮料工业起步较晚，本世纪初，随着帝国主义对我国的经济侵略，汽水设备和生产技术进入我国，在沿海主要城市建立起小型汽水厂，例如天津山海关、上海正广和、广州亚洲、沈阳八王寺以及青岛等汽水厂，但产量都很低，如1921年投产的沈阳八王寺汽水厂年产汽水仅150吨。此后又陆续在武汉、重庆等地建成一些小的汽水厂。至解放前夕，我国饮料总产量仅有5000吨。1980年后，碳酸饮料得到迅速发展，1995年碳酸饮料的总产量已达300万吨，占当年我国软饮料总产量的50%左右。1998年达492.7万吨，约占当年我国软饮料总产量的45%。尽管碳酸饮料在我国饮料中的比重正不断减少，但由于碳酸饮料具有独特的消暑解渴作用，这是其他饮料包括天然果蔬汁饮料不能取代的，因此其总产量仍在不断提高。

随着人们健康消费意识的升级，果汁饮料、茶饮料等市场出现快速增长的态势，而碳酸饮料市场则出现了萎缩。中投顾问发布的《2010-2015年中国饮料行业投资分析及前景预测报告》显示，2008年，可口可乐的碳酸类饮料在北美地区销售量同比减少3%，但是非碳酸类饮料销售量同比增长5%。

截至2013年底，我国碳酸饮料制造行业规模以上企业数量达169家，当中21家企业出现亏损，行业亏损率为12.43%。 2011-2013年中国碳酸饮料制造行业规模以上企业数量变动趋势

注：从2011年起，规模以上工业企业起点标准由原来的年主营业务收入500万元提高到主营业务收入2000万元

2015年10月中国碳酸饮料制造出口交货值8,104.00千元，同比下降30.66%；2015年1-10月中国碳酸饮料制造出口交货值124,235.00千元，同比下降9.12%。 2015年1-10月中国碳酸饮料制造出口交货值统计表

月份	出口交货值_本月(千元)	出口交货值同比增长_本月(%)	出口交货值(千元)	出口交货值同比增长(%)
1-2月	22,696.00	-9.99	13,841.00	19.51
1-3月	36,537.00	-0.71	12,413.00	25.21
1-4月	48,950.00	4.79	11,355.00	-12.42
1-5月	60,702.00	1.72	50,071.00	249.93
1-6月	110,766.00	49.71	15,236.00	-10.3
1-7月	125,800.00	39.34	45,313.00	153.53
1-8月	171,113.00	58.21	14,309.00	-15.12
1-9月	116,131.00	-7.1	1-10月	

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 碳酸饮料的相关概述 18

1.1 饮料的相关概述 18

1.1.1 饮料和软饮料简介 18

1.1.2 饮料的国家标准分类 18

1.1.3 饮料其他分类法介绍 18

1.2 碳酸饮料的相关概述 19

1.2.1 碳酸饮料的定义 19

1.2.2 碳酸饮料的分类 19

1.2.3 碳酸饮料的选择与饮用 20

第二章 2014-2015年中国碳酸饮料行业发展环境分析 21

2.1 宏观经济环境 21

2.1.1 2014-2015年中国GDP增长分析 21

2.1.2 2014-2015年中国居民收入增长情况 21

2.1.3 2015年中国宏观经济运行分析 22

2.2 产业政策环境 24

2.2.1 2015年《食品安全法》正式实施 24

2.2.2 2015年《运动饮料》国家标准实施 25

2.2.3 食品包装国家标准和规定分析 25

2.2.4 碳酸饮料（汽水）国家标准 26

2.3 市场消费环境 27

2.3.1 2015年中国人口及分布总体情况 27

2.3.2 2015年中国社会消费品零售总额分析 28

2.3.3 2015年中国居民消费与恩格尔系数	28
2.3.4 2015年中国居民饮料消费情况分析	29
2.4 软饮料行业环境	30
2.4.1 2015年中国饮料业回顾	30
2.4.2 2014-2015年中国软饮料行业发展概况	32
2.4.3 2014-2015年中国软饮料产量情况分析	35
2.4.4 2014-2015年软饮料行业资产规模分析	37
2.4.5 2014-2015年中国软饮料销售收入分析	39
2.4.6 2014-2015年中国软饮料利润总额分析	40
2.4.7 2014-2015年中国软饮料行业经营效益	40

第三章 2014-2015年中国碳酸饮料市场现状分析 43

3.1 2015年中国碳酸饮料市场现状	43
3.1.1 中国碳酸饮料市场现状简述	43
3.1.2 碳酸饮料两乐对华战略分化	43
3.1.3 2015年中国无糖碳酸饮料盛行	44
3.1.4 2015年碳酸饮料行业掀扩产热潮	44
3.2 2014-2015年碳酸饮料生产状况	45
3.2.1 2015年中国碳酸饮料产量增长情况	45
3.2.2 2015年中国碳酸饮料产量情况分析	47

2015年10月中国碳酸饮料类(汽水)产量为1,113,159.65吨，同比增长2.26%。2015年1-10月止累计中国碳酸饮料类(汽水)产量14,977,232.71吨，同比增长5.82%。2015年1-10月全国碳酸饮料类(汽水)产量分省市统计表

地区	10月(吨)	1-10月止累计(吨)	10月同比增长(%)	1-10月累计同比增长(%)
全国	1,113,159.65	14,977,232.71	2.26	5.82
北京	47,119.69	825,576.36	24.34	0.48
天津	41,582.00	747,906.60	16.36	16.28
河北	17,523.64	309,554.84	111.56	52.42
山西	13,771.00	154,352.00	176.25	9.79
内蒙古	12,490.00	143,722.00	-21.18	5.17
辽宁	33,325.00	589,746.00	21.42	10.22
吉林	20,720.56	250,647.45	-35.95	-7.74
黑龙江	71,143.00	389,705.00	47.81	9.01
上海	54,461.70	873,079.91	25.08	2.01
江苏	28,499.97	537,267.43	-41.92	-0.85
浙江	18,565.00	535,675.00	-24.45	7.73
安徽	37,995.00	579,829.38	-15.83	16.87
福建	14,998.58	472,840.41	-35.97	6.41
江西	109,871.00	622,422.25	26.51	16.55
山东	15,164.00	590,241.00	-9.44	7.69
河南	146,035.00			

1,404,536.22 24.75 13.81 湖北 82,668.55 727,371.80 40.22 13.66 湖南 29,935.00
486,136.50 -38.37 25.39 广东 199,443.40 2,766,311.84 -9.75 -3.26 广西 23,886.42
237,037.74 -41.63 -9.11 海南 4,919.73 69,426.86 -24.62 6.29 重庆 9,531.62 311,547.79
-32.78 1.65 四川 6,475.33 282,726.32 -12.75 -3.08 贵州 4,334.00 37,645.00 58.15 64.08
云南 11,684.00 259,107.00 -4.13 2.08 西藏 1,115.59 12,186.78 152.28 -3.59 陕西
44,518.78 460,837.78 -6.86 -8.19 甘肃 6,933.28 196,963.30 16.21 14.69 青海 1,012.00
1,787.00 47.95 -86.86 宁夏 - - - - 新疆 3,436.81 101,045.15 -15.19 -2.95

3.2.3 2014-2015年中国主要区域碳酸饮料产量 48 2015年1-10月全国碳酸饮料类(汽水)产量集中度分析

3.2.4 2015年中国主要省区碳酸饮料产量分析 49

3.3 2015年碳酸饮料零售市场分析 66

3.3.1 2015年中国碳酸饮料零售规模分析 66

3.3.2 2015年可乐型碳酸饮料零售规模分析 67

3.3.3 2015年果味型碳酸饮料零售规模分析 68

3.3.4 2015年低热量型碳酸饮料零售规模分析 69

3.3.5 2015年中国碳酸饮料市场口味分布情况 70

第四章 2014-2015年中国碳酸饮料行业经济运行状况 72

4.1 2014-2015年中国碳酸饮料行业发展分析 72

4.1.1 2015年中国碳酸饮料行业发展概况 72

4.1.2 2015年中国碳酸饮料行业发展概况 73

4.1.3 2015年中国碳酸饮料行业发展概况 76

4.2 2014-2015年中国碳酸饮料行业总体运行情况 78

4.2.1 2014-2015年中国碳酸饮料行业企业数量统计 78

4.2.2 2014-2015年中国碳酸饮料行业从业人员统计 80

4.2.3 2014-2015年中国碳酸饮料行业销售收入分析 80

4.2.4 2014-2015年中国碳酸饮料行业利润总额分析 83

4.2.5 2014-2015年中国碳酸饮料行业亏损情况分析 87

4.3 2014-2015年中国碳酸饮料行业资产负债状况 87

4.3.1 2014-2015年中国碳酸饮料行业资产状况分析 87

4.3.2 2014-2015年中国碳酸饮料行业应收账款分析 91

4.3.3	2014-2015年中国碳酸饮料行业流动资产状况	91
4.3.4	2014-2015年中国碳酸饮料行业负债总额分析	92
4.4	2014-2015年中国碳酸饮料行业经营效益分析	92
4.4.1	2014-2015年中国碳酸饮料行业盈利能力分析	92
4.4.2	2014-2015年中国碳酸饮料行业偿债能力分析	97
4.4.3	2014-2015年中国碳酸饮料行业营运能力分析	100
4.5	2014-2015年碳酸饮料行业成本费用结构分析	104
4.5.1	2014-2015年中国碳酸饮料行业销售成本分析	105
4.5.2	2014-2015年中国碳酸饮料行业销售费用分析	105
4.5.3	2014-2015年中国碳酸饮料行业管理费用统计	106
4.5.4	2014-2015年中国碳酸饮料行业财务费用统计	107

第五章 2014-2015年中国碳酸饮料市场竞争分析 108

5.1	饮料行业市场竞争结构	108
5.1.1	2015年中国饮料行业区域竞争结构	108
5.1.2	2015年中国饮料企业规模竞争结构	109
5.1.3	2015年饮料企业资本性质竞争分析	111
5.2	碳酸饮料市场竞争结构	113
5.2.1	2015年中国碳酸饮料行业区域竞争结构	113
5.2.2	2015年中国碳酸饮料企业规模竞争结构	114
5.2.3	2015年碳酸饮料企业资本性质竞争分析	115
5.3	碳酸饮料市场竞争态势	116
5.3.1	可乐巨头转型角力非碳酸饮料市场	116
5.3.2	2015年中国碳酸饮料企业竞争分析	116
5.3.3	2015年中国碳酸饮料品牌竞争分析	117
5.3.4	2015年汇源果汁进军碳酸饮料市场	118

第六章 2014-2015年中国碳酸饮料消费者调研分析 119

6.1	中国碳酸饮料主要消费市场分析	119
6.1.1	中国碳酸饮料市场消费者调查分析	119

6.1.2	中国碳酸饮料消费者生活态度分析	120
6.1.3	中国碳酸饮料消费者体育及休闲活动	123
6.2	华北地区碳酸饮料消费者调查分析	125
6.2.1	北京碳酸饮料消费调查分析	125
6.2.2	天津碳酸饮料消费调查分析	125
6.2.3	太原碳酸饮料消费调查分析	126
6.2.4	哈尔滨碳酸饮料消费调查分析	127
6.3	东北地区碳酸饮料消费者调查分析	128
6.3.1	长春碳酸饮料消费调查分析	128
6.3.2	沈阳碳酸饮料消费调查分析	129
6.3.3	大连碳酸饮料消费调查分析	129
6.4	华东地区碳酸饮料消费者调查分析	130
6.4.1	济南碳酸饮料消费调查分析	130
6.4.2	青岛碳酸饮料消费调查分析	131
6.4.3	南京碳酸饮料消费调查分析	132
6.4.4	苏州碳酸饮料消费调查分析	132
6.4.5	上海碳酸饮料消费调查分析	133
6.4.6	杭州碳酸饮料消费调查分析	134
6.4.7	宁波碳酸饮料消费调查分析	135
6.4.8	福州碳酸饮料消费调查分析	135
6.4.9	厦门碳酸饮料消费调查分析	136
6.5	华中地区碳酸饮料消费者调查分析	137
6.5.1	合肥碳酸饮料消费调查分析	137
6.5.2	南昌碳酸饮料消费调查分析	138
6.5.3	郑州碳酸饮料消费调查分析	138
6.5.4	长沙碳酸饮料消费调查分析	139
6.5.5	武汉碳酸饮料消费调查分析	140
6.6	华南地区碳酸饮料消费者调查分析	141
6.6.1	广州碳酸饮料消费调查分析	141
6.6.2	深圳碳酸饮料消费调查分析	141
6.6.3	佛山碳酸饮料消费调查分析	142
6.6.4	南宁碳酸饮料消费调查分析	143

- 6.6.5 海口碳酸饮料消费调查分析 144
- 6.7 西部地区碳酸饮料消费者调查分析 145
 - 6.7.1 成都碳酸饮料消费调查分析 145
 - 6.7.2 重庆碳酸饮料消费调查分析 145
 - 6.7.3 昆明碳酸饮料消费调查分析 146
 - 6.7.4 西安碳酸饮料消费调查分析 147

第七章 2014-2015年碳酸饮料重点企业经营状况分析 149

- 7.1 可口可乐 149
 - 7.1.1 可口可乐公司简介 149
 - 7.1.2 2015年公司全球经营状况分析 149
 - 7.1.3 可口可乐公司在华发展情况 150
 - 7.1.4 可口可乐（重庆）饮料有限公司 152
 - 7.1.5 北京可口可乐饮料有限公司 153
 - 7.1.6 天津可口可乐饮料有限公司 154
 - 7.1.7 太原可口可乐饮料有限公司 155
 - 7.1.8 沈阳可口可乐饮料有限公司 156
 - 7.1.9 大连可口可乐饮料有限公司 157
 - 7.1.10 可口可乐（吉林）饮料有限公司 158
 - 7.1.11 哈尔滨可口可乐饮料有限公司 159
 - 7.1.12 可口可乐（中国）饮料有限公司 160
 - 7.1.13 可口可乐装瓶商生产（东莞）有限公司苏州分公司 161
 - 7.1.14 温州太古可口可乐饮料有限公司 162
 - 7.1.15 合肥太古可口可乐饮料有限公司 163
 - 7.1.16 厦门太古可口可乐饮料有限公司 164
 - 7.1.17 可口可乐装瓶商生产（东莞）有限公司厦门分公司 165
 - 7.1.18 青岛可口可乐饮料有限公司 166
 - 7.1.19 济南可口可乐饮料有限公司 167
 - 7.1.20 郑州太古可口可乐饮料有限公司 168
 - 7.1.21 可口可乐(湖北)饮料有限公司 169
 - 7.1.22 湖南中粮可口可乐饮料有限公司 170

- 7.1.23 广东太古可口可乐有限公司 171
- 7.1.24 珠海可口可乐饮料有限公司 171
- 7.1.25 可口可乐装瓶商生产(东莞)有限公司 172
- 7.1.26 湛江中粮可口可乐饮料有限公司 173
- 7.1.27 广东太古可口可乐(惠州)有限公司 174
- 7.1.28 可口可乐(广西)饮料有限公司 175
- 7.1.29 海南中粮可口可乐饮料有限公司 176
- 7.1.30 可口可乐(四川)饮料有限公司 177
- 7.1.31 可口可乐(云南)饮料有限公司(五华区) 178
- 7.1.32 西安中萃可口可乐饮料有限公司 179
- 7.1.33 甘肃中粮可口可乐饮料有限公司 180
- 7.1.34 杭州中萃食品有限公司 181
- 7.2 百事可乐 182
 - 7.2.1 百事可乐公司简介 182
 - 7.2.2 2015年公司全球经营状况分析 184
 - 7.2.3 百事公司中国市场发展策略 185
 - 7.2.4 百事公司在华发展总体情况 186
 - 7.2.5 北京百事可乐饮料有限公司 186
 - 7.2.6 天津百事可乐饮料有限公司 187
 - 7.2.7 沈阳百事可乐饮料有限公司 188
 - 7.2.8 长春百事可乐饮料有限公司 189
 - 7.2.9 哈尔滨百事可乐饮料有限公司 190
 - 7.2.10 上海百事可乐饮料有限公司 191
 - 7.2.11 南京百事可乐饮料有限公司 192
 - 7.2.12 杭州百事可乐饮料有限公司 193
 - 7.2.13 福州百事可乐饮料有限公司 194
 - 7.2.14 南昌百事可乐饮料有限公司 195
 - 7.2.15 济南百事可乐饮料有限公司 196
 - 7.2.16 武汉百事可乐饮料有限公司 197
 - 7.2.17 长沙百事可乐饮料有限公司 198
 - 7.2.18 广州百事可乐饮料有限公司 199
 - 7.2.19 深圳百事可乐饮料有限公司 200

- 7.2.20 湛江百事可乐饮料有限公司 201
- 7.2.21 百事可乐饮料（桂林）有限公司 202
- 7.2.22 西安百事可乐饮料有限公司 203
- 7.2.23 百事（中国）有限公司 204
- 7.2.24 百事饮料（广州）有限公司 205

第八章 2016-2022年中国碳酸饮料行业发展前景预测分析 207

- 8.1 2016-2022年中国饮料行业发展前景分析 207
 - 8.1.1 中国饮料市场走势和消费倾向分析 207
 - 8.1.2 中国饮料市场消费增长潜力分析 208
 - 8.1.3 未来中国饮料行业行业发展趋势 208
 - 8.1.4 2016-2022年中国软饮料市场规模预测 210
- 8.2 2016-2022年中国碳酸饮料市场前景分析 211
 - 8.2.1 碳酸饮料逐渐步入成熟生命周期 211
 - 8.2.2 碳酸饮料市场面临新兴饮料挑战 211
 - 8.2.3 碳酸饮料健康化发展趋势将加速 212
- 8.3 2016-2022年中国碳酸饮料市场预测分析 212
 - 8.3.1 2016-2022年中国碳酸饮料市场规模预测分析 212
 - 8.3.2 2016-2022年中国碳酸饮料零售规模预测分析 213
 - 8.3.3 2016-2022年可乐型碳酸饮料零售规模预测分析 214
 - 8.3.4 2016-2022年果味型碳酸饮料零售规模预测分析 215

附：报告说明 217

图表目录：

- 图表 1 碳酸饮料主要品种类型 18
- 图表 2 2006-2015年中国国内生产总值及增长速度 20
- 图表 3 2014-2015年中国城镇居民家庭人均可支配收入趋势图 21
- 图表 4 2014-2015年中国农村居民家庭人均纯收入趋势图 21
- 图表 5 2015年中国人口数及其构成情况 26
- 图表 6 2014-2015年中国城市人口及所占比例趋势图 26

图表 7 2014-2015年中国社会消费品零售总额及增长速度 27

图表 8 2014-2015年中国城镇居民家庭恩格尔系数 27

图表 9 2014-2015年中国农村居民家庭恩格尔系数 28

图表 10 2003-2015年城镇居民家庭人均酒和饮料消费支出 28

图表 11 2015年中国软饮料行业经济指标统计 31

图表 12 2015年中国软饮料行业经济指标统计 33

图表 13 2002-2015年中国软饮料产量统计 34

图表 14 2002-2015年中国软饮料产量趋势图 34

图表 15 2015年中国主要省区软饮料产量及比例 34

图表 16 2015年中国主要省区软饮料产量及比例 35

图表 17 2014-2015年中国软饮料行业资产总额统计 37

图表 18 2014-2015年中国软饮料行业资产增长趋势图 37

图表 19 2015年中国软饮料细分行业资产总额分布比例 37

图表 20 2014-2015年中国软饮料行业销售收入统计 38

图表 21 2014-2015年中国软饮料行业销售收入增长趋势图 38

图表 22 2015年中国软饮料细分行业收入分布比例 38

图表 23 2014-2015年中国软饮料行业利润总额统计 39

图表 24 2014-2015年中国软饮料行业利润总额增长趋势图 39

图表 25 2014-2015年中国软饮料行业偿债能力趋势图 40

图表 26 2014-2015年中国软饮料行业盈利能力趋势图 40

图表 27 2014-2015年中国软饮料行业毛利率趋势图 40

图表 28 2014-2015年中国软饮料行业营运能力趋势图 41

图表 29 2002-2015年中国碳酸饮料产量统计 44

图表 30 2002-2015年中国碳酸饮料产量增长趋势图 44

图表 31 2002-2015年中国碳酸饮料产量占软饮料产量比例 45

图表 32 2015年中国主要省区碳酸饮料产量及所占比例 45

图表 33 2015年中国碳酸饮料产量月度统计 46

图表 34 2015年中国主要省区碳酸饮料产量及所占比例 46

图表 35 2014-2015年中国主要区域碳酸饮料产量及所占比例 47

图表 36 2015年中国主要区域碳酸饮料产量份额图 48

图表 37 2014-2015年北京市碳酸饮料产量统计 48

图表 38 2015年北京市碳酸饮料产量月度统计 48

图表 39 2014-2015年天津市碳酸饮料产量统计 49
图表 40 2015年天津市碳酸饮料产量月度统计 49
图表 41 2014-2015年河北省碳酸饮料产量统计 49
图表 42 2015年河北省碳酸饮料产量月度统计 50
图表 43 2014-2015年山西省碳酸饮料产量统计 50
图表 44 2015年山西省碳酸饮料产量月度统计 50
图表 45 2014-2015年内蒙古自治区碳酸饮料产量统计 51
图表 46 2015年内蒙古碳酸饮料产量月度统计 51
图表 47 2014-2015年辽宁省碳酸饮料产量统计 51
图表 48 2015年辽宁省碳酸饮料产量月度统计 52
图表 49 2014-2015年吉林省碳酸饮料产量统计 52
图表 50 2015年吉林省碳酸饮料产量月度统计 52
图表 51 2014-2015年黑龙江省碳酸饮料产量统计 53
图表 52 2015年黑龙江省碳酸饮料产量月度统计 53
图表 53 2014-2015年上海市碳酸饮料产量统计 53
图表 54 2015年上海市碳酸饮料产量月度统计 54
图表 55 2014-2015年江苏省碳酸饮料产量统计 54
图表 56 2015年江苏省碳酸饮料产量月度统计 54
图表 57 2014-2015年浙江省碳酸饮料产量统计 55
图表 58 2015年浙江省碳酸饮料产量月度统计 55
图表 59 2014-2015年安徽省碳酸饮料产量统计 55
图表 60 2015年安徽省碳酸饮料产量月度统计 56
图表 61 2014-2015年福建省碳酸饮料产量统计 56
图表 62 2015年福建省碳酸饮料产量月度统计 56
图表 63 2014-2015年江西省碳酸饮料产量统计 57
图表 64 2015年江西省碳酸饮料产量月度统计 57
图表 65 2014-2015年山东省碳酸饮料产量统计 57
图表 66 2015年山东省碳酸饮料产量月度统计 58
图表 67 2014-2015年河南省碳酸饮料产量统计 58
图表 68 2015年河南省碳酸饮料产量月度统计 58
图表 69 2014-2015年湖北省碳酸饮料产量统计 59
图表 70 2015年湖北省碳酸饮料产量月度统计 59

图表 71 2015年湖南省碳酸饮料产量月度统计 59

图表 72 2014-2015年广东省碳酸饮料产量统计 60

图表 73 2015年广东省碳酸饮料产量月度统计 60

图表 74 2014-2015年广西碳酸饮料产量统计 60

图表 75 2015年广西碳酸饮料产量月度统计 61

图表 76 2014-2015年海南省碳酸饮料产量统计 61

图表 77 2015年海南省碳酸饮料产量月度统计 61

图表 78 2014-2015年重庆市碳酸饮料产量统计 62

图表 79 2015年重庆市碳酸饮料产量月度统计 62

图表 80 2014-2015年四川省碳酸饮料产量统计 62

图表 81 2015年四川省碳酸饮料产量月度统计 63

图表 82 2014-2015年云南省碳酸饮料产量统计 63

图表 83 2015年云南省碳酸饮料产量月度统计 63

图表 84 2014-2015年陕西省碳酸饮料产量统计 64

图表 85 2015年陕西省碳酸饮料产量月度统计 64

图表 86 2014-2015年新疆碳酸饮料产量统计 64

图表 87 2015年新疆碳酸饮料产量月度统计 65

图表 88 2014-2015年中国碳酸饮料零售规模统计 65

图表 89 2014-2015年中国碳酸饮料零售量增长趋势图 (Volume) 66

图表 90 2014-2015年中国碳酸饮料零售额增长趋势图 (Value) 66

图表 91 2014-2015年中国可乐型碳酸饮料零售规模统计 66

图表 92 2014-2015年可乐型碳酸饮料零售量增长趋势图 (Volume) 67

图表 93 2014-2015年可乐型碳酸饮料零售额增长趋势图 (Value) 67

图表 94 2014-2015年中国果味型碳酸饮料零售规模统计 67

图表 95 2014-2015年果味型碳酸饮料零售量增长趋势图 (Volume) 68

图表 96 2014-2015年果味型碳酸饮料零售额增长趋势图 (Value) 68

图表 97 2014-2015年中国低热量型碳酸饮料零售规模统计 68

图表 98 2014-2015年低热量型碳酸饮料零售量增长趋势图 (Volume) 69

图表 99 2014-2015年低热量型碳酸饮料零售额增长趋势图 (Value) 69

图表 100 2014-2015年中国可乐型碳酸饮料口味分布结构 69

图表 101 2014-2015年中国果味型碳酸饮料口味分布结构 70

图表 102 2015年中国碳酸饮料行业经济指标统计 71

图表 103 2015年中国碳酸饮料行业经济指标统计 73

图表 104 2015年中国碳酸饮料行业前五省区企业数量排名 74

图表 105 2015年中国碳酸饮料行业前五省区资产总计排名 74

图表 106 2015年中国碳酸饮料行业前五省区销售收入排名 74

图表 107 2015年中国碳酸饮料行业前五省区利润总额排名 75

图表 108 2015年中国碳酸饮料行业经济指标统计 75

图表 109 2015年中国碳酸饮料行业前五省区企业数量排名 76

图表 110 2015年中国碳酸饮料行业前五省区资产总计排名 77

图表 111 2015年中国碳酸饮料行业前五省区销售收入排名 77

图表 112 2015年中国碳酸饮料行业前五省区利润总额排名 77

图表 113 2014-2015年中国碳酸饮料企业数量增长趋势图 78

图表 114 2015年中国各省区碳酸饮料企业数量比较 78

图表 115 2014-2015年中国碳酸饮料行业从业人员统计 79

图表 116 2014-2015年中国碳酸饮料行业销售收入统计 79

图表 117 2014-2015年中国碳酸饮料行业销售收入增长趋势图 80

图表 118 2014-2015年中国不同规模的碳酸饮料企业销售收入比较 80

图表 119 2014-2015年中国不同性质的碳酸饮料企业销售收入比较 80

图表 120 2015年中国各省区碳酸饮料行业销售收入比较 81

图表 121 2015年中国各省区碳酸饮料行业销售收入比较 82

图表 122 2014-2015年中国碳酸饮料行业利润总额统计 83

图表 123 2014-2015年中国碳酸饮料行业利润总额增长趋势图 83

图表 124 2014-2015年中国不同规模的碳酸饮料企业利润总额比较 83

图表 125 2014-2015年中国不同性质的碳酸饮料企业利润总额比较 84

图表 126 2015年中国各省区碳酸饮料行业利润总额比较 84

图表 127 2015年中国各省区碳酸饮料行业利润总额比较 85

图表 128 2014-2015年中国碳酸饮料行业亏损面统计 86

图表 129 2014-2015年中国碳酸饮料行业亏损总额统计 86

图表 130 2014-2015年中国碳酸饮料行业资产总额统计 87

图表 131 2014-2015年中国碳酸饮料行业资产总额增长趋势图 87

图表 132 2014-2015年中国不同规模的碳酸饮料企业资产总额比较 87

图表 133 2014-2015年中国不同性质的碳酸饮料企业资产总额比较 88

图表 134 2015年中国各省区碳酸饮料行业资产总额比较 88

图表 135 2015年中国各省区碳酸饮料行业资产总额比较 89

图表 136 2014-2015年中国碳酸饮料行业应收账款统计 90

图表 137 2014-2015年中国碳酸饮料行业流动资产统计 90

图表 138 2014-2015年中国碳酸饮料行业负债合计统计 91

图表 139 2014-2015年中国碳酸饮料行业负债增长趋势图 91

图表 140 2014-2015年中国碳酸饮料行业盈利能力趋势图 92

图表 141 2014-2015年中国不同规模的碳酸饮料企业盈利能力比较 92

图表 142 2014-2015年中国不同性质的碳酸饮料企业盈利能力比较 92

图表 143 2015年中国各省区碳酸饮料企业盈利能力比较 93

图表 144 2015年中国各省区碳酸饮料企业盈利能力比较 94

图表 145 2014-2015年中国碳酸饮料行业毛利率趋势图 95

图表 146 2014-2015年中国碳酸饮料行业销售利润率情况 95

图表 147 2014-2015年中国碳酸饮料行业资产利润率情况 96

图表 148 2014-2015年中国碳酸饮料行业偿债能力趋势图 97

图表 149 2014-2015年中国不同规模的碳酸饮料企业偿债能力比较 97

图表 150 2014-2015年中国不同性质的碳酸饮料企业偿债能力比较 97

图表 151 2015年中国各省区碳酸饮料企业偿债能力比较 97

图表 152 2015年中国各省区碳酸饮料企业偿债能力比较 98

图表 153 2014-2015年中国碳酸饮料行业应收账款周转率情况 100

图表 154 2014-2015年中国碳酸饮料行业流动资产周转率情况 100

图表 155 2014-2015年中国不同规模的碳酸饮料企业营运能力比较 100

图表 156 2014-2015年中国不同性质的碳酸饮料企业营运能力比较 100

图表 157 2015年中国各省区碳酸饮料企业营运能力比较 101

图表 158 2015年中国各省区碳酸饮料企业营运能力比较 102

图表 159 2014-2015年中国碳酸饮料行业总资产周转率情况 103

图表 160 2014-2015年中国碳酸饮料行业成本费用结构构成情况 103

图表 161 2015年中国碳酸饮料行业成本费用结构构成图 103

图表 162 2014-2015年中国碳酸饮料行业销售成本统计 104

图表 163 2014-2015年中国碳酸饮料行业销售成本趋势图 104

图表 164 2014-2015年中国碳酸饮料行业销售费用统计 105

图表 165 2014-2015年中国碳酸饮料行业销售费用趋势图 105

图表 166 2014-2015年中国碳酸饮料行业管理费用统计 105

图表 167 2014-2015年中国碳酸饮料行业管理费用趋势图 106

图表 168 2014-2015年中国碳酸饮料行业财务费用统计 106

图表 169 2014-2015年中国碳酸饮料行业财务费用趋势图 106

图表 170 2015年中国软饮料行业企业区域分布结构图 107

图表 171 2015年中国各省区软饮料企业地区数量及比例 107

图表 172 2015年中国不同规模软饮料企业经济指标统计 108

图表 173 2015年中国不同规模软饮料企业数量所占比例 109

图表 174 2015年中国不同规模软饮料企业资产所占比例 109

图表 175 2015年中国不同规模软饮料企业收入所占比例 109

图表 176 2015年中国不同规模软饮料企业利润所占比例 110

图表 177 2015年中国不同性质软饮料企业经济指标统计 110

图表 178 2015年中国不同性质软饮料企业数量所占比例 110

图表 179 2015年中国不同性质软饮料企业资产所占比例 111

图表 180 2015年中国不同性质软饮料企业收入所占比例 111

图表 181 2015年中国不同性质软饮料企业利润所占比例 111

图表 182 2015年中国碳酸饮料行业企业区域分布结构图 112

图表 183 2015年中国各省区碳酸饮料企业数量比较 112

图表 184 2015年中国不同规模的碳酸饮料企业数量所占份额 113

图表 185 2015年中国不同规模的碳酸饮料企业资产总额所占份额 113

图表 186 2015年中国不同规模的碳酸饮料企业销售收入所占份额 114

图表 187 2015年中国不同性质的碳酸饮料企业资产总额所占份额 114

图表 188 2015年中国不同性质的碳酸饮料企业销售收入所占份额 115

图表 189 2014-2015年中国碳酸饮料主要企业市场占有率 (Value) 116

图表 190 2007-2015年中国碳酸饮料主要品牌市场占有率 (Value) 116

图表 191 2015年中国碳酸饮料主要品牌市场份额 (Value) 116

图表 192 中国30大城市碳酸饮料市场需求总体状况 118

图表 193 中国30大城市碳酸饮料品牌渗透率总体情况 118

图表 194 中国碳酸饮料消费者的品牌观 119

图表 195 中国碳酸饮料消费者的广告观 119

图表 196 中国碳酸饮料消费者的购物投资观 120

图表 197 中国碳酸饮料消费者的饮食生活观 120

图表 198 中国碳酸饮料消费者的个性时尚观 121

图表 199 中国碳酸饮料消费者的工作成就观 121

图表 200 中国碳酸饮料消费者的科技环保观 122

图表 201 中国碳酸饮料消费者参加体育运动所占份额 122

图表 202 中国碳酸饮料消费者参加休闲活动所占份额 123

图表 203 北京碳酸饮料市场需求总体状况 124

图表 204 北京碳酸饮料品牌渗透率总体情况 124

图表 205 天津碳酸饮料市场需求总体状况 125

图表 206 天津碳酸饮料品牌渗透率总体情况 125

图表 207 太原碳酸饮料市场需求总体状况 125

图表 208 太原碳酸饮料品牌渗透率总体情况 126

图表 209 哈尔滨碳酸饮料市场需求总体状况 126

图表 210 哈尔滨碳酸饮料品牌渗透率总体情况 126

图表 211 长春碳酸饮料市场需求总体状况 127

图表 212 长春碳酸饮料品牌渗透率总体情况 127

图表 213 沈阳碳酸饮料市场需求总体状况 128

图表 214 沈阳碳酸饮料品牌渗透率总体情况 128

图表 215 大连碳酸饮料市场需求总体状况 128

图表 216 大连碳酸饮料品牌渗透率总体情况 129

图表 217 济南碳酸饮料市场需求总体状况 129

图表 218 济南碳酸饮料品牌渗透率总体情况 129

图表 219 青岛碳酸饮料市场需求总体状况 130

图表 220 青岛碳酸饮料品牌渗透率总体情况 130

图表 221 南京碳酸饮料市场需求总体状况 131

图表 222 南京碳酸饮料品牌渗透率总体情况 131

图表 223 苏州碳酸饮料市场需求总体状况 131

图表 224 苏州碳酸饮料品牌渗透率总体情况 132

图表 225 上海碳酸饮料市场需求总体状况 132

图表 226 上海碳酸饮料品牌渗透率总体情况 132

图表 227 杭州碳酸饮料市场需求总体状况 133

图表 228 杭州碳酸饮料品牌渗透率总体情况 133

图表 229 宁波碳酸饮料市场需求总体状况 134

图表 230 宁波碳酸饮料品牌渗透率总体情况 134

图表 231 福州碳酸饮料市场需求总体状况 134
图表 232 福州碳酸饮料品牌渗透率总体情况 135
图表 233 厦门碳酸饮料市场需求总体状况 135
图表 234 厦门碳酸饮料品牌渗透率总体情况 135
图表 235 合肥碳酸饮料市场需求总体状况 136
图表 236 合肥碳酸饮料品牌渗透率总体情况 136
图表 237 南昌碳酸饮料市场需求总体状况 137
图表 238 南昌碳酸饮料品牌渗透率总体情况 137
图表 239 郑州碳酸饮料市场需求总体状况 137
图表 240 郑州碳酸饮料品牌渗透率总体情况 138
图表 241 长沙碳酸饮料市场需求总体状况 138
图表 242 长沙碳酸饮料品牌渗透率总体情况 138
图表 243 武汉碳酸饮料市场需求总体状况 139
图表 244 武汉碳酸饮料品牌渗透率总体情况 139
图表 245 广州碳酸饮料市场需求总体状况 140
图表 246 广州碳酸饮料品牌渗透率总体情况 140
图表 247 深圳碳酸饮料市场需求总体状况 141
图表 248 深圳碳酸饮料品牌渗透率总体情况 141
图表 249 佛山碳酸饮料市场需求总体状况 141
图表 250 佛山碳酸饮料品牌渗透率总体情况 142
图表 251 南宁碳酸饮料市场需求总体状况 142
图表 252 南宁碳酸饮料品牌渗透率总体情况 142
图表 253 海口碳酸饮料市场需求总体状况 143
图表 254 海口碳酸饮料品牌渗透率总体情况 143
图表 255 成都碳酸饮料市场需求总体状况 144
图表 256 成都碳酸饮料品牌渗透率总体情况 144
图表 257 重庆碳酸饮料市场需求总体状况 145
图表 258 重庆碳酸饮料品牌渗透率总体情况 145
图表 259 昆明碳酸饮料市场需求总体状况 145
图表 260 昆明碳酸饮料品牌渗透率总体情况 146
图表 261 西安碳酸饮料市场需求总体状况 146
图表 262 西安碳酸饮料品牌渗透率总体情况 146

图表 263 2014-2015年可口可乐公司营业收入及利润统计 148

图表 264 2006-2015年可口可乐公司营业收入增长趋势图 149

图表 265 2014-2015年可口可乐公司饮料销量统计 149

图表 266 2015年可口可乐公司各地区饮料销量增长情况 149

图表 267 可口可乐中国系统装瓶厂和生产厂 150

图表 268 2015年可口可乐公司中国市场各类产品销量份额 150

图表 269 2014-2015年度可口可乐（重庆）饮料有限公司资产负债表 151

图表 270 2014-2015年度可口可乐（重庆）饮料有限公司利润表 151

图表 271 2014-2015年度北京可口可乐饮料有限公司资产负债表 152

图表 272 2014-2015年度北京可口可乐饮料有限公司利润表 152

图表 273 2014-2015年度天津可口可乐饮料有限公司资产负债表 153

图表 274 2014-2015年度天津可口可乐饮料有限公司利润表 153

图表 275 2014-2015年度太原可口可乐饮料有限公司资产负债表 154

图表 276 2014-2015年度太原可口可乐饮料有限公司利润表 154

图表 277 2014-2015年度沈阳可口可乐饮料有限公司资产负债表 155

图表 278 2014-2015年度沈阳可口可乐饮料有限公司利润表 155

图表 279 2014-2015年度大连可口可乐饮料有限公司资产负债表 156

图表 280 2014-2015年度大连可口可乐饮料有限公司利润表 156

图表 281 2014-2015年度可口可乐（吉林）饮料有限公司资产负债表 157

图表 282 2014-2015年度可口可乐（吉林）饮料有限公司利润表 157

图表 283 2014-2015年度哈尔滨可口可乐饮料有限公司资产负债表 158

图表 284 2014-2015年度哈尔滨可口可乐饮料有限公司利润表 158

图表 285 2014-2015年度可口可乐（中国）饮料有限公司资产负债表 159

图表 286 2014-2015年度可口可乐（中国）饮料有限公司利润表 159

图表 287 2014-2015年度可口可乐（东莞）公司苏州分公司资产负债表 160

图表 288 2014-2015年度可口可乐（东莞）公司苏州分公司利润表 160

图表 289 2014-2015年度温州太古可口可乐饮料有限公司资产负债表 161

图表 290 2014-2015年度温州太古可口可乐饮料有限公司利润表 161

图表 291 2014-2015年度合肥太古可口可乐饮料有限公司资产负债表 162

图表 292 2014-2015年度合肥太古可口可乐饮料有限公司利润表 162

图表 293 2014-2015年度厦门太古可口可乐饮料有限公司资产负债表 163

图表 294 2014-2015年度厦门太古可口可乐饮料有限公司利润表 163

图表 295 2014-2015年度可口可乐（东莞）公司厦门分公司资产负债表 164

图表 296 2014-2015年度可口可乐（东莞）公司厦门分公司利润表 164

图表 297 2014-2015年度青岛可口可乐饮料有限公司资产负债表 165

图表 298 2014-2015年度青岛可口可乐饮料有限公司利润表 165

图表 299 2014-2015年度济南可口可乐饮料有限公司资产负债表 166

图表 300 2014-2015年度济南可口可乐饮料有限公司利润表 166

图表 301 2014-2015年度郑州太古可口可乐饮料有限公司资产负债表 167

图表 302 2014-2015年度郑州太古可口可乐饮料有限公司利润表 167

图表 303 2014-2015年度可口可乐(湖北)饮料有限公司资产负债表 168

图表 304 2014-2015年度可口可乐(湖北)饮料有限公司利润表 168

图表 305 2014-2015年度湖南中粮可口可乐饮料有限公司资产负债表 169

图表 306 2014-2015年度湖南中粮可口可乐饮料有限公司利润表 169

图表 307 2014-2015年度广东太古可口可乐有限公司资产负债表 170

图表 308 2014-2015年度广东太古可口可乐有限公司利润表 170

图表 309 2014-2015年度珠海可口可乐饮料有限公司资产负债表 171

图表 310 2014-2015年度珠海可口可乐饮料有限公司利润表 171

图表 311 2014-2015年度可口可乐装瓶商生产(东莞)公司资产负债表 172

图表 312 2014-2015年度可口可乐装瓶商生产(东莞)有限公司利润表 172

图表 313 2014-2015年度湛江中粮可口可乐饮料有限公司资产负债表 173

图表 314 2014-2015年度湛江中粮可口可乐饮料有限公司利润表 173

图表 315 2014-2015年度广东太古可口可乐(惠州)有限公司资产负债表 174

图表 316 2014-2015年度广东太古可口可乐(惠州)有限公司利润表 174

图表 317 2014-2015年度可口可乐(广西)饮料有限公司资产负债表 175

图表 318 2014-2015年度可口可乐(广西)饮料有限公司利润表 175

图表 319 2014-2015年度海南中粮可口可乐饮料有限公司资产负债表 176

图表 320 2014-2015年度海南中粮可口可乐饮料有限公司利润表 176

图表 321 2014-2015年度可口可乐（四川）饮料有限公司资产负债表 177

图表 322 2014-2015年度可口可乐（四川）饮料有限公司利润表 177

图表 323 2014-2015年度可口可乐（云南）饮料有限公司资产负债表 178

图表 324 2014-2015年度可口可乐（云南）饮料有限公司利润表 178

图表 325 2014-2015年度西安中萃可口可乐饮料有限公司资产负债表 179

图表 326 2014-2015年度西安中萃可口可乐饮料有限公司利润表 179

图表 327 2014-2015年度甘肃中粮可口可乐饮料有限公司资产负债表 180

图表 328 2014-2015年度甘肃中粮可口可乐饮料有限公司利润表 180

图表 329 2014-2015年度杭州中萃食品有限公司资产负债表 181

图表 330 2014-2015年度杭州中萃食品有限公司利润表 181

图表 331 百事可乐公司业务框架示意图 183

图表 332 2014-2015年百事可乐公司营业收入及利润统计 183

图表 333 2015年百事可乐公司主要业务营业收入利润情况 183

图表 334 2015年百事可乐公司主要业务营业收入利润比例 184

图表 335 2014-2015年百事可乐公司营业收入地区分布情况 184

图表 336 2014-2015年度北京百事可乐饮料有限公司资产负债表 186

图表 337 2014-2015年度北京百事可乐饮料有限公司利润表 186

图表 338 2014-2015年度天津百事可乐饮料有限公司资产负债表 187

图表 339 2014-2015年度天津百事可乐饮料有限公司利润表 187

图表 340 2014-2015年度沈阳百事可乐饮料有限公司资产负债表 188

图表 341 2014-2015年度沈阳百事可乐饮料有限公司利润表 188

图表 342 2014-2015年度长春百事可乐饮料有限公司资产负债表 189

图表 343 2014-2015年度长春百事可乐饮料有限公司利润表 189

图表 344 2014-2015年度哈尔滨百事可乐饮料有限公司资产负债表 190

图表 345 2014-2015年度哈尔滨百事可乐饮料有限公司利润表 190

图表 346 2014-2015年度上海百事可乐饮料有限公司资产负债表 191

图表 347 2014-2015年度上海百事可乐饮料有限公司利润表 191

图表 348 2014-2015年度南京百事可乐饮料有限公司资产负债表 192

图表 349 2014-2015年度南京百事可乐饮料有限公司利润表 192

图表 350 2014-2015年度杭州百事可乐饮料有限公司资产负债表 193

图表 351 2014-2015年度杭州百事可乐饮料有限公司利润表 193

图表 352 2014-2015年度福州百事可乐饮料有限公司资产负债表 194

图表 353 2014-2015年度福州百事可乐饮料有限公司利润表 194

图表 354 2014-2015年度南昌百事可乐饮料有限公司资产负债表 195

图表 355 2014-2015年度南昌百事可乐饮料有限公司利润表 195

图表 356 2014-2015年度济南百事可乐饮料有限公司资产负债表 196

图表 357 2014-2015年度济南百事可乐饮料有限公司利润表 196

图表 358 2014-2015年度武汉百事可乐饮料有限公司资产负债表 197

图表 359 2014-2015年度武汉百事可乐饮料有限公司利润表 197

图表 360 2014-2015年度长沙百事可乐饮料有限公司资产负债表 198

图表 361 2014-2015年度长沙百事可乐饮料有限公司利润表 198

图表 362 2014-2015年度广州百事可乐饮料有限公司资产负债表 199

图表 363 2014-2015年度广州百事可乐饮料有限公司利润表 199

图表 364 2014-2015年度深圳百事可乐饮料有限公司资产负债表 200

图表 365 2014-2015年度深圳百事可乐饮料有限公司利润表 200

图表 366 2014-2015年度湛江百事可乐饮料有限公司资产负债表 201

图表 367 2014-2015年度湛江百事可乐饮料有限公司利润表 201

图表 368 2014-2015年度百事可乐饮料（桂林）有限公司资产负债表 202

图表 369 2014-2015年度百事可乐饮料（桂林）有限公司利润表 202

图表 370 2014-2015年度西安百事可乐饮料有限公司资产负债表 203

图表 371 2014-2015年度西安百事可乐饮料有限公司利润表 203

图表 372 2014-2015年度百事（中国）有限公司资产负债表 204

图表 373 2014-2015年度百事（中国）有限公司利润表 204

图表 374 2014-2015年度百事饮料（广州）有限公司资产负债表 205

图表 375 2014-2015年度百事饮料（广州）有限公司利润表 205

图表 376 2016-2022年中国软饮料行业销售收入预测统计 209

图表 377 2016-2022年中国软饮料市场规模预测趋势图 210

图表 378 2016-2022年中国碳酸饮料市场规模预测统计 212

图表 379 2016-2022年中国碳酸饮料市场规模预测趋势图 212

图表 380 2016-2022年中国碳酸饮料零售规模预测统计 212

图表 381 2016-2022年中国碳酸饮料零售量增长趋势图213

图表 382 2016-2022年中国碳酸饮料零售额增长趋势图213

图表 383 2016-2022年中国可乐型碳酸饮料零售规模预测统计 213

图表 384 2016-2022年可乐型碳酸饮料零售量增长趋势图214

图表 385 2016-2022年可乐型碳酸饮料零售额增长趋势图214

图表 386 2016-2022年中国果味型碳酸饮料零售规模预测统计 214

图表 387 2016-2022年果味型碳酸饮料零售量增长趋势图215

图表 388 2016-2022年果味型碳酸饮料零售额增长趋势图215

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/277999.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景；
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴；
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等；
良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。