



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 07-2010软饮料业投资价值及竞争力报告

## 一、调研说明

《07-2010软饮料业投资价值及竞争力报告》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/56436.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

### 07-2010软饮料业投资价值及竞争力报告

#### 报告目录

#### 第一部分软饮料行业运行情况8

##### 第一章中国软饮料行业企业概况8

###### 第一节企业性质分析9

###### 第二节企业规模分析10

###### 第三节企业区域分布11

##### 第二章2005-2007年中国软饮料行业生产情况12

###### 第一节中国软饮料总产量13

###### 第二节中国软饮料区域特征分析14

###### 第三节不同规模企业产量15

##### 第三章2005-2007年中国软饮料行业销售情况16

###### 第一节中国都制品行业销售规模变动轨迹17

###### 第二节中国软饮料区域特征分析18

###### 第三节中国软饮料行业中不同规模企业销售额19

##### 第四章软饮料进出口情况20

###### 第一节软饮料进出口总量21

###### 第二节软饮料进出口结构22

##### 第五章软饮料细分产品产销情况23

###### 第一节碳酸饮料24

###### 第二节果汁饮料25

###### 第三节固体饮料26

###### 第四节茶饮料27

###### 第五节瓶装饮用水28

#### 第二部分行业竞争情况分析29

##### 第六章上游原料行业议价能力29

###### 第一节上游原材料供应量30

###### 一、2005-2007年软饮料主要原料产量31

###### 二、主要原材料区域分布34

###### 三、2005-2007年主要原材料进出口总量35

## 第二节原材料价格36

### 一、近年我国软饮料主要原料产品的价格变动趋势37

### 二、不同地区软饮料主要原料产品价格41

## 第三节原材料供应商议价能力46

### 一、中国软饮料主要原料产品的供求对比47

### 二、原材料行业与软饮料行业的议价能力51

## 第七章下游行业议价能力52

### 第一节软饮料消费总量分析53

#### 一、2005-2007年软饮料消费总量54

#### 二、重点地区消费量分析58

#### 三、软饮料消费结构59

### 第二节软饮料消费影响因素60

#### 一、产品质量因素61

#### 二、产品价格因素62

#### 三、渠道因素63

#### 四、品牌因素64

#### 五、包装因素65

### 第三节软饮料的主要渠道分析66

#### 一、便利店67

#### 二、批发商68

#### 三、超市、大卖场69

#### 四、出口贸易70

### 第四节下游议价能力综述（消费者、经销商）71

## 第八章软饮料市场厂商竞争分析72

### 第一节国内软饮料市场竞争主体73

#### 一、中小软饮料加工企业74

#### 二、软饮料加工集团75

### 第二节软饮料企业之间的竞争程度76

#### 一、行业集中度77

#### 二、产品差异化程度78

#### 三、不同竞争主体的盈利对比79

#### 四、重点地区软饮料竞争格局80

## 五、不同种类产品竞争格局81

### 第三节软饮料企业竞争因素分析82

#### 一、原料采购与制造83

#### 二、市场营销84

#### 三、品牌竞争85

### 第四节软饮料企业竞争行为总结86

## 第九章软饮料潜在进入者威胁87

### 第一节软饮料行业进入壁垒88

#### 一、市场准入机制89

#### 二、原料竞争状况90

#### 三、市场竞争状况91

#### 四、渠道资源问题92

### 第二节新进入者主要群体竞争力93

#### 一、中小软饮料加工企业94

#### 二、软饮料加工集团95

### 第三节新进入者将对市场的影响96

#### 一、供求关系97

#### 二、竞争激烈程度98

## 第十章软饮料替代产品的发展99

### 第一节软饮料的替代品发展100

#### 一、啤酒101

#### 二、葡萄酒102

### 第二节替代品发展对软饮料市场的影响103

### 第三节针对替代品影响提出的改进策略104

## 第三部分行业内重点企业分析105

## 第十一章娃哈哈106

### 第一节公司概况106

#### 一、企业组织结构106

#### 二、企业业务结构107

#### 三、企业经营策略108

### 第二节公司经营情况109

#### 一、2005-2007年公司产销情况109

二、公司财务指标分析	110
第三节公司未来发展规划及发展前景分析	111
一、企业发展战略规划	111
二、企业发展前景	112
第十二章雀巢	113
第一节公司基本概况	113
一、企业组织结构	113
二、企业业务结构	114
三、企业经营策略	115
第二节公司经营情况	116
一、2005-2007年公司产销情况	116
二、公司财务指标分析	117
第三节公司未来发展规划及发展前景分析	118
一、企业发展战略规划	118
二、企业发展前景	119
第十三章汇源	120
第一节公司基本概况	120
一、企业组织结构	120
二、企业业务结构	121
三、企业经营策略	122
第二节公司经营情况	123
一、2005-2007年公司产销情况	123
二、公司财务指标分析	124
第三节公司未来发展规划及发展前景分析	125
一、企业发展战略规划	125
二、企业发展前景	126
第十四章统一	127
第一节公司基本概况	127
一、企业组织结构	127
二、企业业务结构	128
三、企业经营策略	129
第二节公司经营情况	130

一、2005-2007年公司产销情况	130
二、公司财务指标分析	131
第三节公司未来发展规划及发展前景分析	132
一、企业发展战略规划	132
二、企业发展前景	133
第十五章康师傅	134
第一节公司基本概况	134
一、企业组织结构	134
二、企业业务结构	135
三、企业经验策略	136
第二节公司经营情况	137
一、2005-2007年公司产销情况	137
二、公司财务指标分析	138
第三节公司未来发展规划及发展前景分析	139
一、企业发展战略规划	139
二、企业发展前景	140
第十六章百事	141
第一节公司基本概况	141
一、企业组织结构	141
二、企业业务结构	142
三、企业经营策略	143
第二节公司经营情况	144
一、2005-2007年公司产销情况	144
二、公司财务指标分析	145
第三节公司未来发展规划及发展前景分析	146
一、企业发展战略规划	146
二、企业发展前景	147
第三部分行业发展前景分析	148
第十七章软饮料行业发展外部环境分析	149
第一节中国软饮料所处的政策环境	150
一、中国饮料行业“十一五”发展规划	151
二、中国软饮料产业政策	152

三、中国软饮料贸易政策	153
第二节中国软饮料行业所处的经济环境	154
一、2008年中国经济走势	155
二、居民食品消费支出	156
第十八章软饮料行业发展趋势预测	157
第一节软饮料市场预测	158
一、2008-2010年中国软饮料生产规模预测	159
二、2008-2010年中国软饮料销售规模预测	160
三、软饮料产品结构预测	161
四、2008-2010年软饮料贸易情况	162
第二节软饮料行业发展趋势预测	163
一、软饮料消费需求动向	164
二、软饮料行业生命周期分析	165
三、软饮料制造技术动向	166
四、软饮料品牌发展趋势	167
五、软饮料行业竞争趋势分析	168
第十九章软饮料企业经营策略及报告总结	169
第一节软饮料企业经营策略	170
一、品牌策略	171
二、营销策略	172
三、产品策略	173
第二节报告总结	174
B002	

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/56436.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](http://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提供专业投资咨询报告、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。