

# 2012-2016年中国软饮料市 场监测及投资趋势研究报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

## 一、报告报价

《2012-2016年中国软饮料市场监测及投资趋势研究报告》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.chinairr.org/report/R07/R0702/201209/04-106965.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: [sales@chyxx.com](mailto:sales@chyxx.com)

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

### 第一章、软饮料相关概述

#### 第一节、饮料和软饮料

- 一、饮料的定义
- 二、软饮料的定义及分类

#### 第二节、软饮料细分产品介绍

- 一、碳酸饮料
- 二、果汁（浆）及果汁饮料
- 三、蔬菜汁及蔬菜汁饮料
- 四、乳饮料
- 五、植物蛋白饮料
- 六、瓶装饮用水
- 七、茶饮料
- 八、固体饮料
- 九、特殊用途饮料
- 十、其它饮料

### 第二章、国际软饮料市场分析

#### 第一节、全球软饮料市场发展概况

- 一、全球软饮料市场发展综述
- 二、2010年全球软饮料市场缓慢复苏
- 三、2011年部分国家软饮料进出口状况

#### 第二节、欧洲

- 一、欧洲软饮料市场形势喜人东西部差异大
- 二、俄罗斯软饮料市场发展现状及前景
- 三、2010年挪威软饮料市场销量大增
- 四、保加利亚软饮料市场消费情况

#### 第三节、其他国家或地区

- 一、2011年智利软饮料市场消费情况
- 二、加拿大准许非可乐软饮料添加合成咖啡因
- 三、越南软饮料市场呈快速增长态势
- 四、印度软饮料市场消费态势剖析

### 第三章、中国软饮料行业分析

#### 第一节、中国软饮料行业发展概况

- 一、我国软饮料行业的发展特征
- 二、2009年中国软饮料行业实现高速增长
- 三、2010年软饮料市场总规模及细分行业占比情况
- 四、2010年混搭饮料成软饮料市场消费新趋向
- 五、2011年软饮料市场运行态势分析

#### 第二节、2009年中国软饮料市场消费者购买行为分析

- 一、消费者购买意愿和品牌爱好
- 二、消费者选择软饮料关注的因素
- 三、软饮料消费者的购买习惯

#### 第三节、2010年中国软饮料市场消费者满意度调研概况

- 一、各品牌软饮料满意度排序
- 二、包装对软饮料消费的影响状况
- 三、消费者喜爱的饮品类型
- 四、提升消费者满意度的建议

#### 第四节、中国软饮料行业面临的挑战及对策

- 一、中国“饮料”企业将面临八大考验
- 二、国内企业应对品牌竞争对策
- 三、中国饮料企业攻克技术壁垒的途径

### 第四章、中国软饮料制造行业财务状况

#### 第一节、中国软饮料制造行业经济规模

- 一、2007-2011年软饮料制造业销售规模
- 二、2007-2011年软饮料制造业利润规模
- 三、2007-2011年软饮料制造业资产规模

#### 第二节、中国软饮料制造行业盈利能力指标分析

- 一、2007-2011年软饮料制造业亏损面
- 二、2007-2011年软饮料制造业销售毛利率
- 三、2007-2011年软饮料制造业成本费用利润率
- 四、2007-2011年软饮料制造业销售利润率

#### 第三节、中国软饮料制造行业营运能力指标分析

- 一、2007-2011年软饮料制造业应收账款周转率
- 二、2007-2011年软饮料制造业流动资产周转率
- 三、2007-2011年软饮料制造业总资产周转率
- 第四节、中国软饮料制造行业偿债能力指标分析
  - 一、2007-2011年软饮料制造业资产负债率
  - 二、2009-2011年软饮料制造业利息保障倍数
- 第五节、中国软饮料制造行业财务状况综合评价
  - 一、软饮料制造业财务状况综合评价
  - 二、影响软饮料制造业财务状况的经济因素分析

## 第五章、茶饮料市场

- 第一节、茶饮料市场总体分析
  - 一、中国茶饮料市场发展综述
  - 二、我国茶饮料市场发展特点
  - 三、茶饮料市场消费者需求特征分析
- 第二节、2009-2011年茶饮料市场发展分析
  - 一、2009年黑茶饮料渐被市场关注
  - 二、2010年茶饮料市场呈蓬勃发展态势
  - 三、2010年茶饮料市场的新变化透析
  - 四、2011年汇源收购旭日升强势介入茶饮料市场
- 第三节、中国茶饮料市场的问题与对策分析
  - 一、中国茶饮料产业存在的主要问题
  - 二、推动我国茶饮料市场发展的建议
  - 三、茶饮料品牌营销策略探讨
  - 四、中国茶饮料行业的竞争战略研究
- 第四节、茶饮料行业发展前景及趋势
  - 一、茶饮料市场的发展趋势
  - 二、无糖茶饮料市场发展前景乐观
  - 三、中草药保健茶未来发展前景广阔

## 第六章、果汁饮料市场

- 第一节、果汁饮料市场分析

- 一、中国果汁饮料市场发展概况
- 二、中国果汁饮料市场逐渐走向细分
- 三、2010年我国果汁饮料市场新品纷呈
- 四、2011年果汁饮料企业主打创新牌

## 第二节、中国果汁市场竞争分析

- 一、我国果汁饮料业整体竞争格局
- 二、果汁饮料外资品牌的发展及竞争态势
- 三、2009年果汁饮料行业竞争再起风云
- 四、2010年果汁饮料品牌受欢迎程度比较

## 第三节、果汁饮料行业存在的问题与对策

- 一、中国果汁饮料行业面临的主要问题
- 二、促进我国果汁饮料工业快速发展的建议
- 三、传统果汁饮料企业销售增长的路径选择
- 四、果汁饮料进入餐饮渠道的策略分析

## 第四节、果汁饮料行业的发展前景与趋势

- 一、我国果汁饮料市场发展潜力巨大
- 二、果汁饮料市场的发展趋势
- 三、果汁饮料行业未来发展热点

# 第七章、果醋饮料市场

## 第一节、中国果醋饮料市场概况

- 一、果醋的功效
- 二、果醋饮料行业逐步摆脱困境渐入佳境
- 三、果醋饮料市场发展迅猛格局初现
- 四、透视苹果醋饮料国标对果醋市场的影响

## 第二节、果醋饮料的市场定位与营销分析

- 一、果醋饮料需要明确的市场定位
- 二、果醋饮料市场营销面临的主要问题
- 三、果醋饮料的营销方案规划
- 四、果醋饮料的创新营销与关联定位策略探讨

## 第三节、我国果醋企业发展崛起的策略

- 一、果醋企业需锁定目标消费群体

- 二、企业需明确果醋的产品定位
- 三、企业需打造一个强势产品
- 四、企业需有次序进行渠道拓展
- 五、果醋企业需彰显品牌价值
- 六、企业间联手做大果醋品类市场

## 第八章、功能饮料市场

### 第一节、功能饮料的相关概述

- 一、功能饮料简介
- 二、功能饮料成分分类法
- 三、运动饮料的概念及特点
- 四、功能饮料的选择与饮用

### 第二节、国际功能饮料行业发展概况

- 一、全球功能饮料开发状况
- 二、欧美功能饮料市场的发展状况
- 三、2011年美国市场出现新型功能饮料

### 第三节、中国功能饮料行业发展综述

- 一、我国功能饮料行业发展总况
- 二、中国功能饮料行业的基本特征
- 三、运动饮料新国标推动功能饮料发展
- 四、2009年功能饮料消费者市场调查及潜力分析
- 五、2010年饮料巨头挥师进军功能饮料市场

### 第四节、中国功能饮料市场发展的的问题

- 一、阻碍功能饮料发展的因素分析
- 二、国内功能饮料市场监管存在缺失
- 三、功能饮料市场面临三大挑战

### 第五节、中国功能饮料市场的发展策略

- 一、功能性饮料发展须众强联合
- 二、功能饮料的成功策略分析
- 三、功能饮料的创新策略分析

### 第六节、功能饮料市场的发展前景预测

- 一、大健康产业为功能饮料发展提供契机

- 二、中国功能性饮料市场增长潜力分析
- 三、电解质饮料发展前景看好
- 四、芦荟饮料或成功能饮料开发新方向

## 第九章、含乳饮料市场

### 第一节、含乳饮料相关概念

- 一、含乳饮料定义
- 二、各类含乳饮料
- 三、营养强化乳饮料

### 第二节、含乳饮料市场分析

- 一、我国含乳饮料行业发展综述
- 二、我国乳饮料市场新品层出不穷
- 三、主要含乳饮料产品及其营销概况
- 四、含乳饮料的市场定位与品牌塑造策略
- 五、未来我国乳饮料企业发展趋势探析

### 第三节、果乳饮料

- 一、果粒酸乳饮料成市场热点
- 二、果汁乳饮料稳定性控制方法
- 三、2011年外资巨头联手抢攻中国果乳饮料市场
- 四、果乳饮料市场未来发展分析

### 第四节、乳酸菌饮料

- 一、乳酸菌饮料快速拓展饮品市场
- 二、2010年乳酸菌饮料市场发展简况
- 三、活性乳酸菌饮品成为秋冬季节畅销品

## 第十章、饮用水市场

### 第一节、饮用水行业政策环境分析

- 一、国外饮用水水质标准介绍
- 二、中国饮用水相关卫生标准的发展
- 三、2009年两大饮用水新国标相继出台
- 四、2012年全面实施《生活饮用水卫生标准》阻力巨大

### 第二节、饮用水行业发展概况



- 一、中国饮用水行业发展历程
- 二、中国饮用水行业步入成熟阶段
- 三、我国农村饮用水发展步入黄金期
- 四、2011年中国饮用水行业发展主题

### 第三节、饮用水市场竞争分析

- 一、中国瓶装水市场竞争形态剖析
- 二、体育营销成为饮用水行业竞争焦点
- 三、高端饮用水市场竞争状况分析
- 四、华南市场桶装水竞争形势剖析

### 第四节、饮用水行业存在的问题及对策

- 一、中国饮用水安全面临多重挑战
- 二、我国包装饮用水行业面临的主要挑战
- 三、饮用水销售渠道开拓策略分析

### 第五节、饮用水市场的发展趋势

- 一、高端饮用水行业发展前景光明
- 二、中国瓶装饮用水行业发展趋势分析
- 三、矿物质水和矿泉水将成为我国瓶装水发展方向

## 第十一章、碳酸饮料市场

### 第一节、碳酸饮料的相关介绍

- 一、碳酸饮料的定义
- 二、碳酸饮料的分类
- 三、碳酸饮料的利与弊

### 第二节、碳酸饮料市场发展概况

- 一、2010年美国碳酸饮料市场格局发生变化
- 二、2010年中国碳酸饮料生产与消费情况
- 三、2010年中国碳酸饮料市场发展状况分析
- 四、2011年碳酸饮料巨头缩减包装变相涨价

### 第三节、碳酸饮料市场竞争分析

- 一、可口可乐与百事可乐在中国市场的业绩比较
- 二、“两乐”在中国碳酸饮料市场的竞争
- 三、碳酸饮料市场中外品牌的营销对垒

#### 第四节、碳酸饮料行业发展对策及趋势

- 一、本土碳酸饮料企业发展路径选择
- 二、碳酸饮料市场消费潜力较大
- 三、碳酸饮料将向健康化方向发展

### 第十二章、软饮料产品产量数据分析

#### 第一节、软饮料

- 一、2010年1-12月全国及主要省份软饮料产量分析
- 二、2011年1-12月全国及主要省份软饮料产量分析
- 三、2012年1-4月全国及主要省份软饮料产量分析

#### 第二节、碳酸饮料类（汽水）

- 一、2010年1-12月全国及主要省份碳酸饮料类（汽水）产量分析
- 二、2011年1-12月全国及主要省份碳酸饮料类（汽水）产量分析
- 三、2012年1-4月全国及主要省份碳酸饮料类（汽水）产量分析

#### 第三节、果汁和蔬菜汁饮料类

- 一、2010年1-12月全国及主要省份果汁和蔬菜汁饮料类产量分析
- 二、2011年1-12月全国及主要省份果汁和蔬菜汁饮料类产量分析
- 三、2012年1-4月全国及主要省份果汁和蔬菜汁饮料类产量分析

#### 第四节、包装饮用水类

- 一、2010年1-12月全国及主要省份包装饮用水类产量分析
- 二、2011年1-12月全国及主要省份包装饮用水类产量分析
- 三、2012年1-4月全国及主要省份包装饮用水类产量分析

#### 第五节、液体乳

- 一、2010年1-12月全国及主要省份液体乳产量分析
- 二、2011年1-12月全国及主要省份液体乳产量分析
- 三、2012年1-4月全国及主要省份液体乳产量分析

### 第十三章、软饮料行业重点企业

#### 第一节、杭州娃哈哈集团

- 一、公司简介
- 二、2010年底娃哈哈饮品西藏生产线投产运营
- 三、2011年娃哈哈重磅推出新型儿童酸奶

#### 四、娃哈哈的经营模式与发展战略剖析

### 第二节、统一企业股份有限公司

#### 一、公司简介

#### 二、2009年1-12月统一企业经营状况分析

#### 三、2010年1-12月统一企业经营状况分析

#### 四、2011年1-12月统一企业经营状况分析

#### 五、统一企业在中国市场的保守战略透析

### 第三节、康师傅控股有限公司

#### 一、公司简介

#### 二、2010年1-12月康师傅经营状况分析

#### 三、2011年1-12月康师傅经营状况分析

#### 四、2012年1-3月康师傅经营状况分析

#### 五、康师傅靠渠道取胜中国市场

### 第四节、北京汇源饮料食品集团有限公司

#### 一、公司简介

#### 二、2009年1-12月汇源果汁经营状况分析

#### 三、2010年1-12月汇源果汁经营状况分析

#### 四、2011年1-12月汇源果汁经营状况分析

#### 五、汇源果汁的品牌建设策略解析

### 第五节、河北承德露露股份有限公司

#### 一、公司简介

#### 二、2010年1-12月承德露露经营状况分析

#### 三、2011年1-12月承德露露经营状况分析

#### 四、2012年1-3月承德露露经营状况分析

### 第六节、加多宝集团

#### 一、公司简介

#### 二、王老吉凉茶品牌发展分析

#### 三、加多宝集团专注于打造全球化的凉茶品牌

#### 四、2011年加多宝集团推出瓶装凉茶饮料

### 第七节、红牛维他命饮料有限公司

#### 一、公司简介

#### 二、红牛市占率居上海功能饮料行业首位

### 三、红牛改变营销对象开始向大众营销转型

## 第十四章、软饮料营销分析

### 第一节、营销渠道分析

- 一、营销渠道的概念、类型与动态
- 二、营销渠道的发展阶段
- 三、营销渠道的策划分析

### 第二节、软饮料市场营销状况分析

- 一、软饮料行业网络广告投放状况分析
- 二、2010年软饮料业践行大平台大营销策略
- 三、饮料企业品牌营销运作存在的问题及对策
- 四、饮料行业的营销策略探讨

### 第三节、软饮料市场的差异化营销策略分析

- 一、产品差异化策略分析
- 二、品牌形象差异化策略分析
- 三、促销差异化策略分析
- 四、中国软饮料市场差异化营销策略的误区与风险
- 五、中国软饮料市场差异化营销策略的建议

### 第四节、案例分析

- 一、可口可乐的营销武器
- 二、百事可乐在中国的营销
- 三、蒙牛的营销策划
- 四、农夫果园的差异化营销策略分析

## 第十五章、中国软饮料业竞争分析

### 第一节、软饮料行业竞争力分析

- 一、现有竞争者之间的竞争
- 二、潜在进入者
- 三、替代品的威胁
- 四、供应商议价能力
- 五、需求客户议价能力

### 第二节、软饮料竞争市场的基本结构

- 一、市场集中度
- 二、行业竞争程度
- 三、进入和退出壁垒

### 第三节、软饮料行业竞争状况分析

- 一、中国软饮料行业竞争规划简析
- 二、“强强联手”竞争模式初步成型
- 三、2011年我国软饮料业竞争特点分析

### 第四节、中国软饮料业竞争策略与趋势

- 一、我国软饮料行业竞争策略分析
- 二、2011-2015年软饮料行业竞争格局展望
- 三、未来竞争和发展的五大关键主题

## 第十六章、中国软饮料业投资分析及前景展望

### 第一节、中国软饮料行业SWOT分析

- 一、优势/机会点
- 二、劣势/威胁点

### 第二节、投资风险

- 一、宏观经济波动风险
- 二、政策风险
- 三、技术风险
- 四、供求结构风险
- 五、区域风险
- 六、产品结构风险
- 七、生产规模及所有制风险

### 第三节、投资策略与建议

- 一、充分发挥资源优势进行产品创新
- 二、软饮料产品开发思路
- 三、软饮料品牌的培养与经营
- 四、产品开发投资方向

### 第四节、软饮料市场前景分析

- 一、软饮料行业发展优势及空间分析
- 二、未来软饮料业将步入重构时期

### 三、我国西部软饮料市场增长潜力巨大

### 四、2012-2016年中国软饮料行业预测分析

#### 附录

附录一：中华人民共和国食品卫生法

附录二：中华人民共和国农产品质量安全法

附录三：饮料产品生产许可证审查细则

附录四：中国调整碳酸饮料管理办法

附录五：出口饮料加工企业注册卫生规范

附录六：含乳饮料卫生标准

附录七：茶、咖啡、植物饮料允许使用添加剂的原则

#### 图表目录：

图表 2010年软饮料产量结构表

图表 2006-2010年软饮料制造企业销售产值

图表 2006-2010年软饮料及各子行业销售收入

图表 2006-2010年软饮料各子行业销售收入比重

图表 2006-2010年软饮料各子行业销售收入比重变化趋势图

图表 2009年不同性别网民对软饮料品类的偏好

图表 2009年不同年龄网民对软饮料品类的偏好

图表 2009年不同收入网民对软饮料品类的偏好

图表 2009年不同地域网民对软饮料品类的偏好

图表 2009年不同地域网民对不同地域品牌的偏好

图表 2009年不同性别网民选择软饮料时关注的方面

图表 2009年不同收入网民选择软饮料时关注的方面

图表 2009年不同性别网民购买软饮料的习惯

图表 2009年不同性别网民购买软饮料的渠道比较

图表 2009年不同性别网民对软饮料包装的选择

图表 2009年不同年龄网民购买软饮料的习惯

图表 2010年软饮料消费者满意度测评状况

图表 2007-2011年12月软饮料制造业销售收入

图表 2007-2010年软饮料制造业销售收入增长趋势图

图表 2009-2010年11月软饮料制造业不同规模企业销售额

图表 2010年1-11月软饮料制造业不同规模企业销售额对比图

图表 2011年1-12月软饮料制造业不同规模企业销售额

图表 2011年1-12月软饮料制造业不同规模企业销售额对比图

图表 2009-2010年11月软饮料制造业不同所有制企业销售额

图表 2010年1-11月软饮料制造业不同所有制企业销售额对比图

图表 2011年1-12月软饮料制造业不同所有制企业销售额

图表 2011年1-12月软饮料制造业不同所有制企业销售额对比图

图表 2007-2010年11月软饮料制造业利润总额

图表 2007-2010年软饮料制造业利润总额增长趋势图

图表 2009-2010年11月软饮料制造业不同规模企业利润总额

图表 2010年1-11月软饮料制造业不同规模企业利润总额对比图

图表 2011年1-12月软饮料制造业不同规模企业利润总额

图表 2011年1-12月软饮料制造业不同规模企业利润总额对比图

图表 2009-2010年11月软饮料制造业不同所有制企业利润总额

图表 2011年1-12月软饮料制造业不同所有制企业利润总额

图表 2011年1-12月软饮料制造业不同所有制企业利润总额对比图

图表 2007-2011年12月软饮料制造业资产总额

图表 2007-2010年11月软饮料制造业总资产增长趋势图

图表 截至2011年12月底软饮料制造业不同规模企业总资产

图表 截至2011年12月底软饮料制造业不同规模企业总资产对比图

图表 截至2011年12月底软饮料制造业不同所有制企业总资产

图表 截至2011年12月底软饮料制造业不同所有制企业总资产对比图

图表 2007-2011年12月软饮料制造业亏损面

图表 2007-2011年12月软饮料制造业亏损企业亏损总额

图表 2007-2011年软饮料制造业销售毛利率趋势图

图表 2007-2011年软饮料制造业成本费用率

图表 2007-2011年软饮料制造业成本费用利润率趋势图

图表 2007-2011年软饮料制造业销售利润率趋势图

图表 2007-2011年软饮料制造业应收账款周转率对比图

图表 2007-2011年软饮料制造业流动资产周转率对比图

图表 2007-2011年软饮料制造业总资产周转率对比图

图表 2007-2011年软饮料制造业资产负债率对比图

图表 2009-2011年软饮料制造业利息保障倍数对比图

图表 2010年大学生最喜爱的果汁饮料品牌

图表 2009-2010年大学生果汁型饮料喜好度排名情况

图表 运动饮料与其它饮料的比较

图表 功能型饮料具体类型比例情况

图表 功能性饮料市场规模增长情况

图表 消费者认为最好的功能饮料品牌

图表 评判功能饮料好与不好的标准

图表 红牛饮料最适合哪类消费群体喝

图表 是否认为适合成功人士的高端功能饮料市场大

图表 消费者是否会购买10元以上的高端功能饮料

图表 平均每月喝功能饮料的花费

图表 营养快线产品系列化示意

图表 营养快线与果粒奶优的对比

图表 2009年可口可乐与百事可乐中国公司盈亏情况

图表 2010年1-12月全国软饮料产量数据

图表 2010年1-12月广东省软饮料产量数据

图表 2010年1-12月浙江省软饮料产量数据

图表 2010年1-12月河南省软饮料产量数据

图表 2010年1-12月辽宁省软饮料产量数据

图表 2010年1-12月湖北省软饮料产量数据

图表 2010年1-12月山东省软饮料产量数据

图表 2010年1-12月四川省软饮料产量数据

图表 2011年1-12月全国软饮料产量数据

图表 2011年1-12月广东省软饮料产量数据

图表 2011年1-12月河南省软饮料产量数据

图表 2011年1-12月浙江省软饮料产量数据

图表 2011年1-12月山东省软饮料产量数据

图表 2011年1-12月吉林省软饮料产量数据

图表 2011年1-12月四川省软饮料产量数据

图表 2011年1-12月天津市软饮料产量数据

图表 2012年1-4月全国软饮料产量数据



图表 2012年1-4月广东省软饮料产量数据

图表 2012年1-4月浙江省软饮料产量数据

图表 2012年1-4月河南省软饮料产量数据

图表 2012年1-4月四川省软饮料产量数据

图表 2012年1-4月吉林省软饮料产量数据

图表 2012年1-4月湖北省软饮料产量数据

图表 2012年1-4月山东省软饮料产量数据

图表 2010年1-12月全国碳酸饮料类（汽水）产量数据

图表 2010年1-12月广东省碳酸饮料类（汽水）产量数据

图表 2010年1-12月上海市碳酸饮料类（汽水）产量数据

图表 2010年1-12月浙江省碳酸饮料类（汽水）产量数据

图表 2010年1-12月天津市碳酸饮料类（汽水）产量数据

图表 2010年1-12月辽宁省碳酸饮料类（汽水）产量数据

图表 2010年1-12月江苏省碳酸饮料类（汽水）产量数据

图表 2010年1-12月北京市碳酸饮料类（汽水）产量数据

图表 2011年1-12月全国碳酸饮料类（汽水）产量数据

图表 2011年1-12月广东省碳酸饮料类（汽水）产量数据

图表 2011年1-12月天津市碳酸饮料类（汽水）产量数据

图表 2011年1-12月上海市碳酸饮料类（汽水）产量数据

图表 2011年1-12月北京市碳酸饮料类（汽水）产量数据

图表 2011年1-12月湖北省碳酸饮料类（汽水）产量数据

图表 2011年1-12月江苏省碳酸饮料类（汽水）产量数据

图表 2011年1-12月浙江省碳酸饮料类（汽水）产量数据

图表 2012年1-4月全国碳酸饮料类（汽水）产量数据

图表 2012年1-4月广东省碳酸饮料类（汽水）产量数据

图表 2012年1-4月四川省碳酸饮料类（汽水）产量数据

图表 2012年1-4月天津市碳酸饮料类（汽水）产量数据

图表 2012年1-4月上海市碳酸饮料类（汽水）产量数据

图表 2012年1-4月北京市碳酸饮料类（汽水）产量数据

图表 2012年1-4月黑龙江省碳酸饮料类（汽水）产量数据

图表 2012年1-4月湖北省碳酸饮料类（汽水）产量数据

图表 2010年1-12月全国果汁和蔬菜汁饮料类产量数据

图表 2010年1-12月广东省果汁和蔬菜汁饮料类产量数据

图表 2010年1-12月陕西省果汁和蔬菜汁饮料类产量数据

图表 2010年1-12月河南省果汁和蔬菜汁饮料类产量数据

图表 2010年1-12月重庆市果汁和蔬菜汁饮料类产量数据

图表 2010年1-12月甘肃省果汁和蔬菜汁饮料类产量数据

图表 2010年1-12月湖北省果汁和蔬菜汁饮料类产量数据

图表 2010年1-12月山东省果汁和蔬菜汁饮料类产量数据

图表 2011年1-12月全国果汁和蔬菜汁饮料类产量数据

图表 2011年1-12月广东省果汁和蔬菜汁饮料类产量数据

图表 2011年1-12月重庆市果汁和蔬菜汁饮料类产量数据

图表 2011年1-12月河南省果汁和蔬菜汁饮料类产量数据

图表 2011年1-12月四川省果汁和蔬菜汁饮料类产量数据

图表 2011年1-12月陕西省果汁和蔬菜汁饮料类产量数据

图表 2011年1-12月内蒙古自治区果汁和蔬菜汁饮料类产量数据

图表 2011年1-12月山东省果汁和蔬菜汁饮料类产量数据

图表 2012年1-4月全国果汁和蔬菜汁饮料类产量数据

图表 2012年1-4月广东省果汁和蔬菜汁饮料类产量数据

图表 2012年1-4月重庆市果汁和蔬菜汁饮料类产量数据

图表 2012年1-4月四川省果汁和蔬菜汁饮料类产量数据

图表 2012年1-4月河南省果汁和蔬菜汁饮料类产量数据

图表 2012年1-4月湖北省果汁和蔬菜汁饮料类产量数据

图表 2012年1-4月山东省果汁和蔬菜汁饮料类产量数据

图表 2012年1-4月黑龙江省果汁和蔬菜汁饮料类产量数据

图表 2010年1-12月全国包装饮用水类产量数据

图表 2010年1-12月广东省包装饮用水类产量数据

图表 2010年1-12月山东省包装饮用水类产量数据

图表 2010年1-12月吉林省包装饮用水类产量数据

图表 2010年1-12月四川省包装饮用水类产量数据

图表 2010年1-12月河南省包装饮用水类产量数据

图表 2010年1-12月浙江省包装饮用水类产量数据

图表 2010年1-12月辽宁省包装饮用水类产量数据

图表 2011年1-12月全国包装饮用水类产量数据

图表 2011年1-12月广东省包装饮用水类产量数据

图表 2011年1-12月吉林省包装饮用水类产量数据

图表 2011年1-12月河南省包装饮用水类产量数据

图表 2011年1-12月四川省包装饮用水类产量数据

图表 2011年1-12月山东省包装饮用水类产量数据

图表 2011年1-12月广西壮族自治区包装饮用水类产量数据

图表 2011年1-12月浙江省包装饮用水类产量数据

图表 2012年1-4月全国包装饮用水类产量数据

图表 2012年1-4月广东省包装饮用水类产量数据

图表 2012年1-4月吉林省包装饮用水类产量数据

图表 2012年1-4月四川省包装饮用水类产量数据

图表 2012年1-4月浙江省包装饮用水类产量数据

图表 2012年1-4月河南省包装饮用水类产量数据

图表 2012年1-4月广西壮族自治区包装饮用水类产量数据

图表 2012年1-4月山东省包装饮用水类产量数据

图表 2010年1-12月全国液体乳产量数据

图表 2010年1-12月内蒙古自治区液体乳产量数据

图表 2010年1-12月山东省液体乳产量数据

图表 2010年1-12月河北省液体乳产量数据

图表 2010年1-12月黑龙江省液体乳产量数据

图表 2010年1-12月江苏省液体乳产量数据

图表 2010年1-12月河南省液体乳产量数据

图表 2010年1-12月陕西省液体乳产量数据

图表 2011年1-12月全国液体乳产量数据

图表 2011年1-12月内蒙古自治区液体乳产量数据

图表 2011年1-12月河北省液体乳产量数据

图表 2011年1-12月山东省液体乳产量数据

图表 2011年1-12月黑龙江省液体乳产量数据

图表 2011年1-12月陕西省液体乳产量数据

图表 2011年1-12月河南省液体乳产量数据

图表 2011年1-12月辽宁省液体乳产量数据

图表 2012年1-4月全国液体乳产量数据

图表 2012年1-4月内蒙古自治区液体乳产量数据

图表 2012年1-4月河北省液体乳产量数据

图表 2012年1-4月山东省液体乳产量数据

图表 2012年1-4月河南省液体乳产量数据

图表 2012年1-4月陕西省液体乳产量数据

图表 2012年1-4月辽宁省液体乳产量数据

图表 2012年1-4月江苏省液体乳产量数据

图表 2008-2009年统一企业简明综合损益表

图表 2009年统一企业分部收益情况

图表 2010年1-12月统一企业综合收益表

图表 2010年1-12月统一企业主营业务分部业绩

图表 2011年1-12月统一企业综合损益表

图表 2011年1-12月统一企业收益分部情况

图表 2010年1-12月康师傅综合收益表

图表 2010年1-12月康师傅主营业务分部资料

图表 2011年1-12月康师傅主要财务数据

图表 2011年1-12月康师傅主营业务分部资料

图表 2012年1-3月康师傅主要会计数据及财务指标

图表 2012年1-3月康师傅主营业务分部资料

图表 2008-2009年汇源果汁简明综合损益表

图表 2009年汇源果汁产品销售额百分比

图表 2010年1-12月汇源果汁主要财务数据

图表 2010年1-12月汇源果汁主营业务分产品情况

图表 2011年1-12月汇源果汁主要财务数据

图表 2011年1-12月汇源果汁主营业务分产品情况

图表 2010年1-12月承德露露主要财务数据

图表 2010年1-12月承德露露非经常性损益项目及金额

图表 2008年-2010年承德露露主要会计数据

图表 2008年-2010年承德露露主要财务指标

图表 2010年1-12月承德露露主营业务分行业、产品情况

图表 2011年1-12月承德露露主要财务数据

图表 2011年1-12月承德露露非经常性损益项目及金额

- 图表 2009年-2011年承德露露主要会计数据
- 图表 2009年-2011年承德露露主要财务指标
- 图表 2011年1-12月承德露露主营业务分行业情况
- 图表 2012年1-3月承德露露主要会计数据及财务指标
- 图表 2012年1-3月承德露露非经常性损益项目及金额
- 图表 2009年软饮料行业网络广告投放数量及金额
- 图表 2009年软饮料行业网络广告投放TOP10企业
- 图表 2009年软饮料行业广告主对各网络媒体的投放金额
- 图表 消费者对饮料细分市场的心理
- 图表 软饮料行业竞争模型
- 图表 2009-2011年4月四省区软饮料产量增速情况
- 图表 2012-2016年中国软饮料行业市场规模预测
- 图表 2012-2016年中国碳酸饮料业市场规模预测
- 图表 2012-2016年中国瓶（罐）装饮用水业市场规模预测
- 图表 2012-2016年中国果菜汁及果菜汁饮料业市场规模预测
- 图表 2012-2016年中国含乳饮料及植物蛋白饮料业市场规模预测
- 图表 2012-2016年中国固体饮料业市场规模预测
- 图表 2012-2016年中国茶饮料及其他软饮料业市场规模预测
- 图表 2012-2016年中国软饮料细分行业销售额占软饮料总规模比重变化趋势图
- 图表 含乳饮物理化指标
- 图表 含乳饮料微生物指标

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R07/R0702/201209/04-106965.html>