

2008年中国饮料行业市场分析及 投资发展预测报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2008年中国饮料行业市场分析及投资发展预测报告》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.chinairr.org/report/R07/R0702/200806/28-3862.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

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 2007-2008年中国饮料行业发展政策经济环境分析

一、2007-2008年中国饮料行业发展经济环境分析

（一）2007年中国宏观经济运行情况

（二）2008年经济增长趋势预测

（三）2008年5月PPI涨幅8.2%

二、我国饮料行业发展社会环境分析

（一）居民消费水平

（二）消费观念的变化

（三）环境保护问题分析

三、我国饮料行业发展技术环境分析

（一）材料发展水平

（二）专用设备技术水平

（三）工艺设计发展水平

第二章 饮料行业概述

一、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

二、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

第三章 全球饮料行业市场发展状况分析

一、全球饮料市场总体概况

（一）全球饮料市场的发展状况

（二）全球饮料市场消费状况分析

（三）全球饮料产品结构分析

（四）全球饮料市场消费展望

二、欧洲饮料市场发展动态分析

（一）欧洲饮料市场概况

（二）欧洲饮料市场消费概况

（三）德国饮料市场分析

（四）英国饮料市场酒精饮料成宠儿

三、亚洲饮料市场发展走势分析

（一）中东地区食品饮料市场增长迅速

（二）日本饮料市场中国茶占据主流

（三）茶饮料开始主导韩国饮料市场

（四）印度的软饮料行业竞争继续削弱

（五）越南饮料市场巨大潜力待开发

四、2007-2008年美国饮料市场发展态势分析

（一）美国有机茶市场发展分析

（二）美国饮料市场功能性饮料开始占主流

（三）葡萄酒逐渐风靡美国家庭

（四）2007-2008年美国酒类消费概况

五、2008-2010年全球饮料行业发展趋势分析

第四章 我国饮料行业发展形势分析

一、我国饮料行业总体概况

（一）中国饮料业20年成长历程

（二）中国饮料行业现状解析

（三）中国发展饮料工业的优势

（四）饮料行业已步入多元化格局

（五）中国饮料业八大走势

二、我国饮料市场概况

（一）饮料市场总体综述

（二）国内饮料市场特征分析

（三）中国饮料市场消费者分析

（四）高校学生饮料品牌消费态度分析

（五）2008年中国饮料市场发展趋势分析

三、我国饮料行业运行状况

（一）我国饮料市场的四大特征

（二）我国饮料市场发展状况

（三）饮料制造仍是食品业支柱

四、我国饮料行业市场品牌分析

（一）中国饮料新品牌层出不穷

（二）国内饮料市场大众品牌分析

（三）中国饮料品牌的沉浮

（四）农夫山泉品牌成功案例

五、我国饮料行业热点分析

（一）饮料行业热点透析

（二）果醋饮料市场渐热

（三）草本润声饮料悄然崛起

六、我国饮料行业与体育营销分析

（一）中国饮料行业体育营销分析

（二）奥运成为运动饮料营销跳板

（三）功能饮料大力开发迎接奥运会

（四）饮料包装创新备战奥运

（五）2008年中国饮料行业非奥运企业营销策略分析

七、我国饮料行业的问题与对策

（一）中国饮料生产企业面临八大挑战

（二）标准化问题制约中国果汁饮料业

（三）2008年饮用水行业的五大难题

（四）国内饮料企业制胜策略

第五章 我国饮料行业市场运行态势分析

一、我国饮料工业经济运行分析

（一）中国饮料制造业不同所有制企业数据分析

（二）中国饮料制造业不同规模企业数据分析

（三）中国饮料制造业销售收入前十家企业

二、2007-2008年饮料制造业产量数据分析

（一）全国及重点省市发酵酒精产量分析

(二) 全国及重点省市软饮料产量分析

(三) 全国及重点省市精制茶产量分析

二、我国饮料市场形势分析

(一) 饮料消费市场分析

(二) 饮料市场格局

(三) 饮料新品态势分析

三、我国各地区饮料市场运行状况

(一) 北京饮料市场

(二) 上海饮料市场

(三) 广州饮料市场

(四) 武汉饮料市场竞争激烈

(五) 郑州饮料市场消费分析

第六章 我国软饮料行业市场发展走势分析

一、国际软饮料概况

(一) 全球软饮料市场概况

(二) 英国软饮料年消费量增幅大

(三) 俄罗斯果汁市场潜力大

(四) 日本无糖型清凉饮料前景广阔

(五) 乌克兰软饮料市场发展概况

二、我国软饮料行业发展综述

(一) 中国软饮料工业的发展现状

(二) 中国软饮料市场发展分析

(三) 软饮料工业发展特点

(四) “十一五”时期软饮料行业框架结构重构

(五) 软饮料主要发展趋势分析

三、我国碳酸饮料行业发展分析

(一) 国内碳酸饮料市场分析

(二) 碳酸饮料的利与弊

(三) 碳酸饮料市场逐步萎缩

四、我国果汁饮料行业发展现状分析

(一) 我国果汁饮料市场分析

- (二) 果汁饮料市场消费者分析
- (三) 中国果汁饮料市场品牌竞争分析
- (四) 中国纯果汁消费市场潜力大
- (五) 未来中国果汁饮料发展方向

五、我国乳饮料行业市场发展状况分析

- (一) 2007-2008年乳饮料市场状况
- (二) “益菌因子”成乳饮料发展新突破
- (三) 果粒酸乳饮料市场前景广阔
- (四) 2008年中国乳饮料企业的五大方向
- (五) 中国乳饮料市场未来发展态势

六、我国功能饮料行业发展分析

- (一) 中国功能性饮料行业概况
- (二) 从“红牛”看功能性饮料的发展
- (三) 功能饮料将走向细分时代
- (四) 功能饮料的“功能”定位解析

七、我国饮用水行业发展格局分析

- (一) 中国饮用水市场现状分析
- (二) 中国高端饮用水市场分析
- (三) 纯净水市场分析
- (四) 瓶装饮用水发展趋势分析
- (五) 天然矿泉水必将成为饮用水市场的主力
- (六) 中国饮用水产业进入“生态时代”

八、我国其它软饮料行业发展动态分析

- (一) 鲜花饮料引领饮料市场新潮流
- (二) 汤饮料的兴起
- (三) 森林饮料

九、我国茶饮料市场分析

- (一) 中国茶饮料市场概况
- (二) 茶饮料消费市场份额大增
- (三) 饮茶市场品牌格局分析
- (四) 茶饮料市场营销分析
- (五) 2007-2008年茶饮料市场竞争分析

（六）中草药保健茶市场前景分析

第七章 我国饮料行业市场营销策略分析

一、我国饮料行业营销策略分析

（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

二、我国饮料行业营销案例分析

（一）娃哈哈的营销模式分析

（二）农夫果园的差异化营销模式分析

（三）太子奶乳酸菌饮品营销策略分析

（四）贵州茅台营销新战略

三、2008-2010年中国饮料业营销趋势分析

（一）饮料业网吧终端营销模式

（二）2008-2010年饮料营销趋势分析

第八章 我国饮料行业市场竞争力分析

一、我国饮料业竞争形势分析

（一）中国饮料行业的基本竞争准则

（二）2007年饮料市场竞争形势分析

（三）饮料创新营造差异性竞争格局

二、我国饮料行业细分市场竞争分析

（一）果汁饮料市场竞争分析

（二）乳饮料市场竞争分析

（三）中国啤酒业竞争态势分析

三、2008-2010年中国饮料业竞争趋势分析

（一）饮料业未来竞争与发展五大关键主题

（二）依靠科技创新提升饮料竞争力

第九章 我国饮料行业重点企业分析

一、内蒙古伊利实业集团股份有限公司

(一) 企业基本概况分析

(二) 企业经营状况分析

(三) 企业未来发展新动向

二、河北承德露露股份有限公司

(一) 企业基本概况分析

(二) 企业经营状况分析

(三) 企业未来发展新动向

三、杭州娃哈哈集团有限公司

(一) 企业基本概况分析

(二) 企业经营状况分析

(三) 企业未来发展新动向

四、康师傅控股有限公司

(一) 企业基本概况分析

(二) 企业经营状况分析

(三) 企业未来发展新动向

五、广东乐百氏集团

(一) 企业基本概况分析

(二) 企业经营状况分析

(三) 企业未来发展新动向

六、中国汇源果汁集团有限公司

(一) 企业基本概况分析

(二) 企业经营状况分析

(三) 企业未来发展新动向

七、内蒙古蒙牛乳业集团股份有限公司

(一) 企业基本概况分析

(二) 企业经营状况分析

(三) 企业未来发展新动向

第十章 我国饮料行业原料供应分析

一、我国食糖工业概况

(一) 国际食糖业现状分析

(二) 中国糖料和食糖业的发展概况

(三) 国内外食糖价格和供求形势分析

(四) 中国食糖市场要与国际接轨

二、我国水果产业分析

(一) 水果市场形势

(二) 我国苹果汁业分析

(三) 我国水果国际贸易情况

三、我国蔬菜市场分析

(一) 我国蔬菜国际贸易分析

(二) 我国蔬菜出口形势分析

第十一章 我国饮料包装行业市场发展局势分析

一、国际饮料包装行业总体概况

(一) 全球饮料包装概况

(二) 全球饮料包装行业数据分析

(三) 美国饮料包装市场浅析

(四) 德国饮料包装材料分析

二、我国饮料包装行业

(一) 中国饮料包装行业现状分析

(二) 国内饮料包装市场分析

(三) 饮料包装行业进入快速增长期

(四) 儿童饮料包装市场及成功案例分析

(五) 中国饮料包装行业存在的两大问题

三、饮料罐

(一) 欧洲各国饮料罐市场概况

(二) 国内饮料罐现状

(三) 饮料罐装机械需求大

四、2008-2010年中国饮料包装业发展趋势分析

(一) 全球饮料包装发展趋势分析

(二) 中国饮料包装工业发展趋势

(三) 饮料包装行业未来的发展方向

第十二章 2008-2010年中国饮料行业发展趋势及投资分析

一、2008-2010年中国行业发展趋势预测分析

（一）饮料市场的发展趋势

（二）行业十一五整体规划及预测

（三）市场品种多样化分析

二、我国饮料行业投资风险分析

（一）新国标出台运动饮料和茶饮料遇新门槛

（二）成本上涨饮料市场格局复杂化

（三）政策性风险

三、我国饮料投资策略与建议

（一）饮料行业产品和渠道创新是关键

（二）塑造强势饮料品牌

（三）我国饮料行业投资三大主题

（四）我国饮料行业投资策略分析

四、我国饮料行业投资前景预测

（一）中国饮料企业的发展环境独占鳌头

（二）大健康产业和功能饮料前景分析

（三）生机饮料发展空间大

附录

附录一：中华人民共和国食品卫生法

附录二：食品添加剂使用卫生标准

附录三：冷饮食品卫生管理办法

附录四：果汁饮料总则

附录五：含乳饮料卫生标准

附录六：茶、咖啡、植物饮料允许使用添加剂的原则

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R07/R0702/200806/28-3862.html>