

# 2011-2015年中国软饮料产业全景调研与投资方向研究报告

## 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

《2011-2015年中国软饮料产业全景调研与投资方向研究报告》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/R0702/201103/16-70613.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

软饮料的主要原料是饮用水或矿泉水，果汁、蔬菜汁或植物的根、茎、叶、花和果实的抽提液。有的含甜味剂、酸味剂、香精、香料、食用色素、乳化剂、起泡剂、稳定剂和防腐剂等食品添加剂。其基本化学成分是水分、碳水化合物和风味物质，有些软饮料还含维生素和矿物质。软饮料的品种很多。按原料和加工工艺分为碳酸饮料、果汁及其饮料、蔬菜汁及其饮料、植物蛋白质饮料、植物抽提液饮料、乳酸饮料、矿泉水和固体饮料8类；按性质和饮用对象分为特种用途饮料、保健饮料、餐桌饮料和大众饮料4类。世界各国通常采用第一种分类方法。但在美国、英国等国家，软饮料不包括果汁和蔬菜汁。

中国产业研究报告网发布的《2011-2015年中国软饮料产业全景调研与投资方向研究报告》共十一章。首先介绍了中国软饮料行业的概念，接着分析了中国软饮料行业发展环境，然后对中国软饮料行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国软饮料行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国软饮料行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

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。

### 第一章 软饮料产业市场概述

#### 第一节 行业定义

#### 第二节 行业属性

#### 第三节 行业关键成功要素

#### 第四节 行业价值链分析

#### 第五节 产业链分析

### 第二章 国际软饮料市场概况

#### 第一节 全球软饮料市场概况

##### 一、全球各国饮料市场发展概况

##### 二、全球软饮料业寻找新出路

##### 三、2010年全球软饮料巨头发展简析

##### 四、国际软饮料业新流行产品

##### 五、西方低糖软饮料发展时机已成熟

## 第二节 欧洲

一、欧洲软饮料市场形势喜人东西部差异大

二、德国软饮料市场状况

三、保加利亚软饮料市场销售情况

四、英国软饮料市场持续增长态势

## 第三节 其他国家或地区

一、美国软饮料市场概况

二、加拿大准许非可乐软饮料添加合成咖啡因

三、中东软饮料市场增长趋势强劲

四、日本软饮料市场的发展及营销状况

## 第三章 中国软饮料行业发展分析

### 第一节 中国软饮料行业发展概况

一、我国软饮料市场的发展特征

二、我国软饮料市场发展格局分析

三、中国软饮料制造行业SCP分析

四、软饮料的个性包装分析

### 第二节 软饮料行业安全与健康

一、食品饮料行业面对健康和赢利难以选择

二、食品饮料业面临安全考验

三、迫切建立食品饮料安全保障体系

四、管理问题是中国饮料行业发展的重要问题

### 第三节 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

## 第四章 中国软饮料细分行业市场现状及发展趋势

### 第一节 茶饮料市场

一、茶饮料行业发展概述

二、茶饮料市场发展分析

三、中国茶饮料市场的问题与对策

四、茶饮料未来发展趋势

## 第二节 果汁市场

- 一、果汁行业发展概况
- 二、国内果汁品牌区域性市场分析
- 三、中国果汁市场竞争分析
- 四、中国果汁企业的发展策略
- 五、果汁行业面临的问题与对策
- 六、果汁行业的发展前景与趋势

## 第三节 果醋饮料市场

- 一、中国果醋饮料市场概况
- 二、果醋饮料的市场定位与营销分析
- 三、我国果醋行业发展存在的问题及对策
- 四、我国果醋企业发展崛起的策略

## 第四节 功能饮料市场

- 一、国际功能饮料行业发展状况
- 二、中国功能饮料行业发展综述
- 三、功能饮料市场发展的的问题
- 四、功能饮料的发展策略
- 五、功能饮料的发展前景预测

## 第五节 含乳饮料市场

- 一、中国乳业现状
- 二、含乳饮料市场分析
- 三、果乳饮料市场未来发展分析
- 四、乳酸菌饮品是乳饮料的发展趋势

## 第六节 饮用水市场

- 一、饮用水行业政策环境分析
- 二、饮用水行业的发展分析
- 三、饮用水市场竞争分析
- 四、饮用水行业存在问题及面临的挑战
- 五、饮用水市场的发展趋势

## 第七节 碳酸饮料市场

- 一、中国碳酸饮料市场发展概况
- 二、“两乐”在中国碳酸饮料市场的竞争

### 三、中国碳酸饮料行业发展趋势

## 第五章 中国软饮料产业基本竞争战略

### 第一节 成本领先战略

- 一、竞争战略的类型
- 二、竞争战略的适用条件及组织要求
- 三、竞争战略的收益及风险
- 四、软饮料行业该战略的SWOT分析
- 五、软饮料行业该战略的典型企业分析

### 第二节 差异化竞争战略

### 第三节 集中化竞争战略

## 第六章 中国软饮料行业市场竞争策略分析

### 第一节 软饮料行业市场五种竞争动力模式结构

- 一、行业内现有企业的竞争
- 二、新进入者的威胁
- 三、替代品的威胁
- 四、供应商的讨价还价能力
- 五、购买者的讨价还价能力

### 第二节 软饮料行业市场不同市场地位的竞争策略分析

- 一、领先者
- 二、挑战者
- 三、跟随者
- 四、补缺者

### 第三节 软饮料行业市场竞争案例分析

- 一、扩大市场份额的竞争案例
- 二、提高品牌效应的竞争案例
- 三、经营模式创新竞争的案例
- 四、新进入者的竞争案例

## 第七章 中国软饮料行业市场营销策略竞争分析

### 第一节 市场产品策略

## 第二节 市场渠道策略

## 第三节 市场价格策略

## 第四节 广告媒体策略

## 第五节 客户服务策略

# 第八章 国内软饮料行业市场新型运营模式竞争策略研究

## 第一节 杭州娃哈哈集团

### 一、公司概况

### 二、公司运营模式现状及特点

### 三、2010年经营业绩

### 四、公司竞争力SWOT分析

### 五、公司发展战略分析

### 六、公司竞争策略分析

## 第二节 台湾统一企业

### 一、公司概况

### 二、公司运营模式现状及特点

### 三、2010年经营业绩

### 四、公司竞争力SWOT分析

### 五、公司发展战略分析

### 六、公司竞争策略分析

## 第三节 康师傅控股有限公司

### 一、公司概况

### 二、公司运营模式现状及特点

### 三、2010年经营业绩

### 四、公司竞争力SWOT分析

### 五、公司发展战略分析

### 六、公司竞争策略分析

## 第四节 北京汇源饮料食品集团有限公司

### 一、公司概况

### 二、公司运营模式现状及特点

### 三、2010年经营业绩

### 四、公司竞争力SWOT分析

五、公司发展战略分析

六、公司竞争策略分析

第五节 河北承德露露股份有限公司

一、公司概况

二、公司运营模式现状及特点

三、2010年经营业绩

四、公司竞争力SWOT分析

五、公司发展战略分析

六、公司竞争策略分析

第九章 2011-2015年中国软饮料行业市场发展预测

第一节 中国软饮料行业发展环境预测

一、经济环境预测

二、社会环境预测

三、政策环境预测

四、技术环境预测

第二节 中国软饮料产业发展预测

一、产业竞争要素预测

二、产业结构预测

三、产业转移趋势

四、产业一体化预测

五、产业运营模式预测

第三节 中国软饮料市场发展预测

一、2011-2015年中国软饮料市场需求预测

二、2011-2015年中国软饮料市场结构预测

三、2011-2015年中国软饮料市场集中度预测

四、2011-2015年中国软饮料市场供给预测

五、2011-2015年中国软饮料市场价格预测

第四节 中国软饮料行业竞争发展趋势

一、产品竞争趋势

二、技术竞争趋势

三、行业升级趋势



- 四、渠道发展趋势
- 五、品牌竞争趋势
- 六、价格竞争趋势

## 第十章 中国软饮料行业市场投资机会与风险

- 第一节 中国软饮料行业市场投资优势分析
- 第二节 中国软饮料行业市场投资劣势分析
- 第三节 中国软饮料行业市场投资机会分析
- 第四节 中国软饮料行业市场投资风险分析

## 第十一章 中国软饮料产业市场竞争策略建议

### 第一节 中国软饮料产业竞争战略建议

- 一、竞争战略选择建议
- 二、产业升级策略建议
- 三、产业转移策略建议
- 四、价值链定位建议

### 第二节 中国软饮料行业竞争策略建议

- 一、核心竞争力塑造建议
- 二、并购重组策略建议
- 三、经营模式策略建议
- 四、产业资源整合建议
- 五、行业联盟策略建议

### 第三节 中国软饮料市场竞争策略建议

- 一、市场定位策略建议
- 二、产品开发策略建议
- 三、渠道竞争策略建议
- 四、品牌竞争策略建议
- 五、价格竞争策略建议
- 六、客户服务策略建议

图表目录（部分）：

图表2005-2010年上半年国内生产总值

图表2005-2010年上半年居民消费价格涨跌幅度

图表2010年上半年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表2005-2010年上半年国家外汇储备

图表2005-2010年上半年财政收入

图表2005-2010年上半年全社会固定资产投资

图表2010年上半年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表2010年上半年固定资产投资新增主要生产能力

图表 &hellip;&hellip;

更多图表详见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R07/R0702/201103/16-70613.html>