2012-2016年中国软饮料市场分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制
www.bosidata.com

报告报价

《2012-2016年中国软饮料市场分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/yinliao1209/0575045TUI.html

【报告价格】纸介版7200元 电子版7200元 纸介+电子7500元
【出版日期】2012-09-04
【交付方式】Email电子版/特快专递
【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630
博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 http://www.bosidata.com

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2012-2016年中国软饮料市场分析与投资前景研究报告》共十六章。介绍了软饮料行业相关概述、中国软饮料产业运行环境、分析了中国软饮料行业的现状、中国软饮料行业竞争格局、对中国软饮料行业做了重点企业经营状况分析及中国软饮料产业发展前景与投资预测。您若想对软饮料产业有个系统的了解或者想投资软饮料行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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、果醋饮料的市场营销方案规划
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　含乳饮料理化指标
图表　含乳饮料微生物指标

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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。

详细请访问：http://www.bosidata.com/yinliao1209/0575045TUI.html