

2008-2010年中国软饮料市场调查与产业投资分析 预测报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2008-2010年中国软饮料市场调查与产业投资分析预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/2847628476.html>

报告价格：电子版: 6700元 纸介版：6800元 电子和纸介版: 7200

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

第一章 软饮料行业发展环境分析	第一节 国内宏观经济环境	一、GDP历史变动轨迹	二、固定资产投资历史变动轨迹	三、进出口贸易历史变动轨迹	四、2008年我国宏观经济发展预测	
	第二节 我国软饮料产业政策分析	一、我国软饮料行业“十一五”发展规划	二、国家对软饮料产业发展的鼓励政策	三、我国软饮料税收政策	四、我国软饮料投资政策	
		第三节 软饮料行业发展的波特五力模型分析				
		一、行业内竞争	二、买方侃价能力	三、卖方侃价能力	四、进入威胁	五、替代威胁
					第六节 影响软饮料行业发展的主要因素分析	第七节
					2008—2010我国软饮料行业发展及趋势预测	第二章 中国软饮料行业生产分析
					第一节 2004-2007年我国总产量分析	第二节 2004-2007年我国软饮料行业产出结构变动分析
					第三节 2004-2007年我国软饮料行业产能过剩情况分析	第四节
					2004-2007年我国软饮料行业产销率与产品库存分析	第五节
					2004-2007年我国软饮料行业生产成本变动分析	第六节
					2008—2010我国软饮料行业产量预测	第三章 中国软饮料行业消费分析
					第一节 2004-2007年我国软饮料行业总消费量分析	第二节
					2004-2007年我国软饮料行业消费特点与消费趋势分析	第三节
					2004-2007年我国软饮料行业供需错位情况分析	第四节
					2004-2007年我国软饮料行业需求满足率与潜在需求量分析	
					一、2004-2007年我国软饮料行业满足率分析	
					二、2004-2007年我国软饮料行业潜在需求量分析	第五节
					2004-2007年我国软饮料行业市场价格变动分析	第六节
					2008—2010我国软饮料行业消费量预测	第四章 中国软饮料市场供需状况分析
					第一节 2001-2007年软饮料行业供需状况	一、2001-2007年软饮料供给状况
					二、2001-2007年软饮料需求状况	三、2001-2007年软饮料供需缺口分析
					第二节 2008-2010年我国软饮料供给变化趋势预测	第三节 2008-2010年我国软饮料需求变化趋势预测
					第四节 2008-2010年我国软饮料供需缺口变化趋势预测	第五节
					影响软饮料行业供需关系的主要因素	第五章 中国软饮料行业进出口市场分析
					第一节 2004-2007年我国软饮料行业国际贸易市场分析	第二节
					2004-2007年我国软饮料行业进出口量分析	第三节
					2004-2007年我国国内外进出口相关政策分析	第四节
					2004-2007年我国软饮料行业进出口特点分析	第五节
					2004-2007年我国进出口市场软饮料行业结构变动分析	第六节
					2008—2010我国软饮料行业进出口市场预测	第六章 中国软饮料行业市场价格分析
					第一节 2004-2007年我国软饮料行业平均价格走势分析	第二节

2004-2007年我国软饮料行业价格走势分析	第三节	价格形成机制分析	第四节
2008—2010我国软饮料行业价格走势预测			第五节
2008—2010我国主要软饮料产品价格走势预测	第七章	中国软饮料行业地区市场分析	
第一节	2004-2007年我国不同地区产品生产分析		第二节
2004-2007年我国不同地区产品消费分析			第三节
2004-2007年我国主要城市产品市场价格分析			第四节
2004-2007年我国不同地区产品竞争程度分析			第五节
2004-2007年我国不同地区产品供需走势分析			第六节
2008—2010我国不同地区产品发展预测	第八章	中国软饮料行业及企业竞争格局分析	
第一节	2005-2007年国内外主要企业分析（含企业发展介绍、近期经营状况等）		第二节
软饮料行业历史竞争格局综述	一、软饮料行业集中度分析	二、软饮料行业竞争程度	第三节
软饮料行业企业竞争状况分析	一、领导企业的市场力量	二、其他企业的竞争力	第四节
行业代表性企业经营发展模式分析	第五节	近期企业并购分析	第六节
国内外企业发展的SWOT模型分析	第七节	2007—2010年软饮料行业竞争格局展望	
一、软饮料行业集中度展望		二、软饮料行业竞争格局对产品价格的影响展望	
三、产品竞争格局有所改变	第九章	中国软饮料行业产品技术发展分析	第一节
当前我国软饮料技术发展现状	第二节	我国软饮料产品技术成熟度分析	第三节
中外软饮料技术差距及产生差距的主要原因分析	第四节	提高我国软饮料技术的对策	第五节
中外主要软饮料生产商生产设备配置对比分析	第六节		
我国软饮料产品研发、设计发展趋势分析	第十章	中国软饮料行业产品营销分析	第一节
软饮料行业国内营销模式分析	第二节	软饮料行业主要销售渠道分析	第三节
软饮料行业广告与促销方式分析	第四节	软饮料行业价格竞争方式分析	第五节
软饮料行业国际化营销模式分析	第十一章	中国软饮料行业消费者偏好调查	第一节
软饮料产品目标客户群体调查		一、不同收入水平消费者偏好调查	
二、不同年龄的消费者偏好调查		三、不同地区的消费者偏好调查	第二节
软饮料产品的品牌市场调查	一、消费者对软饮料品牌认知度宏观调查	二、消费者对软饮料产品的品牌偏好调查	
三、消费者对软饮料品牌的首要认知渠道		四、消费者经常购买的品牌调查	
五、软饮料品牌忠诚度调查		六、软饮料品牌市场占有率调查	
七、消费者的消费理念调研			第三节
不同客户购买相关的态度及影响分析	一、价格敏感程度	二、品牌的影响	
三、购买方便的影响		四、广告的影响程度	
五、包装的影响程度	第十二章	中国软饮料行业投资风险分析	
第一节	2007-2010年软饮料行业投资机会	一、2007-2010年软饮料行业主要产品投资机会	
二、		2007-2010年软饮料行业主要出口投资机会	三、
2007-2010年软饮料企业的多元化投资机会	第二节	2008-2010年软饮料行业投资风险展望	
一、宏观调控风险		二、行业竞争风险	
三、供需波动风险		四、技术风险	
五、经营管理风险		六、其他风险	第十三章
中国软饮料行业投资建议分析	第一节	2007-2010年软饮料行业投资	

分析一、2007—2010年行业热点投资产品分析二、2007—2010年行业热点投资地域分析三、2007—2010年行业热点投资方式分析第二节 2007-2010年软饮料企业经营战略建议

一、2007-2010年软饮料企业的标杆管理 (一) 国内企业的经验借鉴
(二) 国外企业的经验借鉴 第二节2007-2010年软饮料企业的资本运作模式

一、软饮料企业国内资本市场的运作建议 (一) 软饮料企业的兼并及收购建议
(二) 软饮料企业的融资方式选择建议 二、软饮料企业海外资本市场的运作建议

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/2847628476.html>