

2016-2022年中国饮料行业规模现状及十三五投资趋势研究报告

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《2016-2022年中国饮料行业规模现状及十三五投资趋势研究报告》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/yinliao/243595243595.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

中国饮料行业是改革开放以来发展起来的新兴行业，是中国消费品中的发展热点和新增增长点。30多年来，饮料行业不断地发展和成熟，逐渐改变了以往规模小、产品结构单一、竞争无序的局面，饮料企业的规模和集约化程度不断提高，产品结构日趋合理。中国饮料在品牌方面的发展成果显著，全国性品牌已有十几家。

过去十余年间，在我国饮料企业规模不断扩大的同时，一批本土品牌逐渐成为或全国、或区域、或品种的主力品牌。我国饮料制造业成长迅速，发展势头良好，目前整体规模很大，盈利能力较强，发展已经非常成熟。

2014年1-12月，饮料制造业销售收入总额达到（规模以上工业企业销售收入之和）5784.855亿元，同比增长7.47%；利润总额达到482.436亿元，同比增长4.20%。

2015年1-3月，饮料制造业销售收入总额达到1401.928亿元，同比增长5.49%；利润总额达到124.957亿元，同比增长10.60%。

由于我国目前的人均饮料消费量尚低于世界平均水平，随着国民生活水平的不断提高，饮料市场潜力巨大。目前补营养、补餐、增强体能和智能、休闲等饮料的开发会更加凸显饮料市场的未来潜力。

在鼓励发展低热量饮料、健康营养饮料、冷藏果汁饮料、活菌性含乳饮料，支持优势品牌企业跨地区兼并重组、技术改造和创新能力建设，优化产业布局等政策引导下，中国饮料行业产品结构将更趋合理。

《2016-2022年中国饮料行业规模现状及十三五投资趋势研究报告》由观研天下（Insight&Info Consulting Ltd）领衔撰写，在周密严谨的市场调研基础上，主要依据国家统计局数据，海关总署，问卷调查，行业协会，国家信息中心，商务部等权威统计资料。

报告主要研行业市场经济特性（产能、产量、供需），投资分析（市场现状、市场结构、市场特点等以及区域市场分析）、竞争分析（行业集中度、竞争格局、竞争对手、竞争因素等）、产业链分析、替代品和互补品分析、行业的主导驱动因素、政策环境。为战略投资或行业规划者提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

【报告大纲】

第一章 饮料行业概述

1.1 饮料的相关概念

1.1.1 软饮料

1.1.2 功能饮料

1.1.3 运动饮料

1.1.4 酒饮料

1.1.5 茶饮料

1.2 饮料的分类

1.2.1 软饮料的分类

1.2.2 酒饮料的分类

1.2.3 茶饮料分类

第二章 2013-2015年国际饮料市场

2.1 2013-2015年国际饮料市场总体概况

2.1.1 全球饮料消费状况

2.1.2 全球食品饮料行业热点

2.1.3 全球软饮料市场现状

2.1.4 全球啤酒市场状况

2.2 2013-2015年美国饮料市场的发展

2.2.1 美国碳酸饮料市场分析

2.2.2 美国啤酒市场分析

2.2.3 美国葡萄酒市场分析

2.3 2013-2015年欧洲饮料市场的发展

2.3.1 德国

2.3.2 俄罗斯

2.3.3 法国

2.3.4 西班牙

2.3.5 拉脱维亚

2.4 2013-2015年亚洲饮料市场的发展

2.4.1 日本

2.4.2 韩国

2.4.3 越南

2.4.4 印度

2.4.5 泰国

第三章 2013-2015年中国饮料行业分析

3.1 中国饮料行业总体概述

3.1.1 行业国际地位

3.1.2 行业现状综述

3.1.3 行业新常态特点

3.1.4 行业发展因素

3.2 2013-2015年中国饮料行业运行状况

3.2.1 2013年行业发展特点

3.2.2 2013年行业运行分析

3.2.3 2014年行业发展主流

3.2.4 2015年行业运行简析

3.3 2013-2015年中国饮料行业景气指数分析

3.3.1 2013年景气指数分析

3.3.2 2014年景气指数分析

3.3.3 2015年景气指数分析

3.4 2013-2015年饮料行业存在的问题及策略

3.4.1 产业面临的挑战

3.4.2 行业遇新门槛

3.4.3 企业制胜策略

3.4.4 企业创新策略

第四章 2013-2015年中国饮料市场分析

4.1 2013-2015年中国饮料市场概况

4.1.1 市场的显著特征

4.1.2 市场运作规律分析

4.1.3 市场盛行高端风潮

4.1.4 产品发展的特性与走向

4.2 2013-2015年中国饮料品牌口碑分析

4.2.1 2013年饮料品牌口碑分析

4.2.2 2014年饮料品牌口碑分析

4.2.3 2015年饮料品牌口碑分析

4.3 2013-2015年中国饮料市场消费者购买行为分析

4.3.1 消费者购买意愿和品牌爱好

4.3.2 消费者选择饮料关注的因素

4.3.3 饮料消费者的购买习惯

第五章 中国饮料制造行业财务状况

5.1 2011-2015年中国饮料制造行业经济规模

5.1.1 行业销售规模

5.1.2 行业利润规模

5.1.3 行业资产规模

5.2 2011-2015年中国饮料制造行业盈利能力指标分析

5.2.1 行业亏损面

5.2.2 行业销售毛利率

5.2.3 行业成本费用利润率

5.2.4 行业销售利润率

5.3 2011-2015年中国饮料制造行业营运能力指标分析

5.3.1 行业应收账款周转率

5.3.2 行业流动资产周转率

5.3.3 行业总资产周转率

5.4 2011-2015年中国饮料制造行业偿债能力指标分析

5.4.1 行业资产负债率

5.4.2 行业利息保障倍数

5.5 中国饮料制造行业财务状况综合评价

5.5.1 行业财务状况综合评价

5.5.2 影响行业财务状况的经济因素分析

第六章 中国饮料制造业产量数据分析

6.1 2013年-2015年全国及主要省份发酵酒精产量分析

6.1.1 2013年产量分析

6.1.2 2014年产量分析

6.1.3 2015年产量分析

6.2 2013年-2015年全国及主要省份饮料酒产量分析

6.2.1 2013年产量分析

6.2.2 2014年产量分析

6.2.3 2015年产量分析

6.3 2013年-2015年全国及主要省份软饮料产量分析

6.3.1 2013年产量分析

6.3.2 2014年产量分析

6.3.3 2015年产量分析

6.4 2013年-2015年全国及主要省份液体乳产量分析

6.4.1 2013年产量分析

6.4.2 2014年产量分析

6.4.3 2015年产量分析

6.5 2013年-2015年全国及主要省份精制茶产量分析

6.5.1 2013年产量分析

6.5.2 2014年产量分析

6.5.3 2015年产量分析

第七章 2013-2015年中国饮料行业进出口数据分析

7.1 2013-2015年中国未加味、加糖或其他甜物质的矿泉水及汽水进出口数据分析

7.1.1 进出口总量数据分析

7.1.2 主要贸易国进出口情况分析

7.1.3 主要省市进出口情况分析

7.2 2013-2015年中国其他未加味、加糖或其他甜物质的水；冰及雪进出口数据分析

7.2.1 进出口总量数据分析

7.2.2 主要贸易国进出口情况分析

7.2.3 主要省市进出口情况分析

7.3 2013-2015年中国加味、加糖或其他甜物质的水进出口数据分析

7.3.1 进出口总量数据分析

7.3.2 主要贸易国进出口情况分析

7.3.3 主要省市进出口情况分析

7.4 2013-2015年中国其他无酒精饮料进出口数据分析

7.4.1 进出口总量数据分析

7.4.2 主要贸易国进出口情况分析

7.4.3 主要省市进出口情况分析

第八章 2013-2015年软饮料细分市场分析

8.1 碳酸饮料

8.1.1 行业供给规模

8.1.2 行业运行规模

8.1.3 市场消费分析

8.1.4 市场下滑态势

8.1.5 产品创新动态

8.2 果汁饮料

8.2.1 行业运行现状

8.2.2 市场特征现状

8.2.3 市场发展规模

8.2.4 产品发展格局

8.2.5 行业发展瓶颈

8.2.6 企业竞争策略

8.2.7 行业发展建议

8.2.8 产品发展方向

8.3 乳饮料

8.3.1 市场发展概况

8.3.2 重点品牌情况

8.3.3 行业经营现状

8.3.4 细分市场分析

8.3.5 市场前景展望

8.3.6 行业发展趋势

8.4 功能饮料

8.4.1 市场需求情况

8.4.2 品牌竞争格局

8.4.3 市场竞争动态

8.4.4 市场运行现状

8.4.5 广告投放情况

8.4.6 市场发展潜力

8.5 饮用水

8.5.1 行业供给态势

8.5.2 行业生产现状

8.5.3 行业格局生变

8.5.4 行业新标出台

8.5.5 市场潜力看好

8.6 其它软饮料

8.6.1 大健康饮料

8.6.2 粗粮饮料

8.6.3 鲜花饮料

8.6.4 森林饮料

第九章 2013-2015年酒饮料市场分析

9.1 啤酒

9.1.1 市场发展态势

9.1.2 市场竞争格局

9.1.3 区域发展格局

9.1.4 产品发展格局

9.1.5 市场前景展望

9.1.6 未来发展趋势

9.2 白酒

9.2.1 行业发展现状

9.2.2 产品产量规模

9.2.3 市场消费特征

9.2.4 市场渠道变革

9.2.5 行业转型态势

9.2.6 行业整合动态

9.3 葡萄酒

9.3.1 行业现状特征

9.3.2 产品产销情况

9.3.3 行业运行规模

9.3.4 市场消费情况

9.3.5 市场消费特征

9.3.6 未来发展规划

9.4 黄酒

9.4.1 行业发展态势

9.4.2 品牌竞争格局

9.4.3 市场销售渠道

9.4.4 市场发展策略

9.4.5 未来发展规划

第十章 2013-2015年中国茶饮料市场分析

10.1 茶饮料行业发展综述

10.1.1 行业发展变化

10.1.2 行业特征分析

10.1.3 行业发展现状

10.1.4 行业影响因素

10.2 茶饮料市场发展总体分析

10.2.1 市场格局分析

10.2.2 市场新势力分析

10.2.3 市场需求特征

10.2.4 产品结构分析

10.3 2013-2015年茶饮料市场运行分析

10.3.1 2013年市场进入成熟期

10.3.2 2013年消费者满意度

10.3.3 2014年消费者满意度

10.3.4 2014年市场显露颓势

10.4 茶饮料行业的SWOT剖析

10.4.1 优势分析

10.4.2 劣势分析

10.4.3 机遇分析

10.4.4 挑战分析

10.5 茶饮料行业存在问题及对策分析

10.5.1 行业生产问题

10.5.2 技术质量问题

10.5.3 行业发展建议

10.5.4 市场突围策略

10.6 茶饮料市场发展前景分析

10.6.1 茶饮料市场未来前景展望

10.6.2 无糖茶饮料市场前景分析

10.6.3 纯茶饮料的发展趋势预测

10.6.4 中草药保健茶发展前景广阔

第十一章 2013-2015年饮料行业原料供应分析

11.1 2013-2015年中国食糖工业概况

11.1.1 行业产量规模

11.1.2 行业销量规模

11.1.3 产品库存规模

11.1.4 食糖消费情况

11.1.5 国际贸易形势

11.2 2013-2015年中国水果产业分析

11.2.1 水果种植与分布

11.2.2 水果供给规模

11.2.3 贸易影响因素

11.2.4 产业品牌化路径

11.2.5 未来发展预测

11.3 2013-2015年中国蔬菜产业分析

11.3.1 产业发展态势

11.3.2 产品生产形势

11.3.3 产品价格走势

11.3.4 城市蔬菜供应现状

11.3.5 现代化发展思路

第十二章 2013-2015年饮料包装行业发展分析

12.1 中国饮料包装行业发展综述

12.1.1 行业发展综述

12.1.2 主要细分市场

12.1.3 行业竞争格局

12.1.4 行业利润水平

12.1.5 行业存在的问题

12.2 PET饮料瓶

- 12.2.1 PET瓶使用优势
- 12.2.2 PET瓶发展态势
- 12.2.3 PET瓶成市场主流
- 12.2.4 PET瓶市场发展前景
- 12.3 饮料包装业发展趋势
 - 12.3.1 全球市场规模预测
 - 12.3.2 全球市场发展趋势
 - 12.3.3 饮料包装市场潜力
 - 12.3.4 饮料包装发展方向
 - 12.3.5 饮料包装材料趋势
- 第十三章 2013-2015年中国饮料行业营销及案例分析
 - 13.1 饮料营销发展概述
 - 13.1.1 国内饮料营销的五大派系
 - 13.1.2 饮料行业的销售渠道分析
 - 13.1.3 饮料营销策略探索
 - 13.1.4 饮料业网络营销战略分析
 - 13.2 中国饮料市场营销状况分析
 - 13.2.1 行业营销现状
 - 13.2.2 行业营销新模式
 - 13.2.3 市场营销策略
 - 13.2.4 行业营销趋势
 - 13.3 2013-2015年食品饮料品牌广告投放状况
 - 13.3.1 2013年网络广告投放状况
 - 13.3.2 2014年网络广告投放状况
 - 13.3.3 2014年电视广告投放状况
 - 13.3.4 2015年网络广告投放状况
 - 13.4 中国软饮料市场营销分析
 - 13.4.1 软饮料行业营销特征
 - 13.4.2 软饮料广告投放状况
 - 13.4.3 软饮料市场营销新趋向
 - 13.4.4 软饮料娱乐化营销现状
 - 13.4.5 软饮料品牌营销问题及对策
 - 13.4.6 软饮料差异化营销策略分析
 - 13.5 中国茶饮料营销对策分析
 - 13.5.1 茶饮料品牌文化营销

- 13.5.2 茶饮料营销竞争策略
- 13.5.3 茶饮料广告策略分析
- 13.5.4 茶饮料产品策略分析
- 13.5.5 茶饮料三优先销售策略
- 13.6 红牛营销案例分析
 - 13.6.1 红牛强势品牌营销历程分析
 - 13.6.2 红牛的立体化营销实践分析
 - 13.6.3 红牛的内容营销策略及成效
 - 13.6.4 红牛的本地化营销策略介绍
 - 13.6.5 红牛O2O移动营销策略分析
 - 13.6.6 红牛电影植入营销策略解析
- 13.7 脉动营销案例分析
 - 13.7.1 脉动饮料市场环境分析
 - 13.7.2 脉动的内部传播机制
 - 13.7.3 脉动成功营销策略透析
 - 13.7.4 脉动打造趣味视频营销
 - 13.7.5 脉动社交平台互动营销
- 13.8 娃哈哈营销案例分析
 - 13.8.1 娃哈哈的品牌营销分析
 - 13.8.2 娃哈哈茶饮料推广方法
 - 13.8.3 娃哈哈的渠道模式分析
 - 13.8.4 娃哈哈的强势娱乐营销
- 13.9 加多宝营销案例分析
 - 13.9.1 加多宝的基本营销方针解析
 - 13.9.2 加多宝的“V”时刻营销战略
 - 13.9.3 加多宝试水视频动态植入营销
 - 13.9.4 2014年加多宝品牌营销亮点
 - 13.9.5 加多宝2015年春节营销布局
- 13.10 王老吉营销案例分析
 - 13.10.1 王老吉的营销创新方法
 - 13.10.2 王老吉媒体组合拳营销
 - 13.10.3 王老吉的体育营销策略
 - 13.10.4 王老吉多元化营销策略
 - 13.10.5 王老吉的文化营销核心
 - 13.10.6 王老吉与加多宝的营销策略对比

第十四章 2013-2015年中国饮料行业竞争分析

14.1 2013-2015年中国饮料行业竞争状况

14.1.1 市场竞争格局

14.1.2 市场竞争日益激烈

14.1.3 市场竞争日趋多元化

14.1.4 行业竞争规则简析

14.2 2013-2015年中国软饮料市场竞争分析

14.2.1 软饮料行业竞争模型

14.2.2 软饮料行业竞争态势

14.2.3 软饮料企业战略动向

14.3 2013-2015年中国茶饮料行业竞争形势分析

14.3.1 茶饮料竞争力增强

14.3.2 茶饮料市场品牌格局

14.3.3 茶饮料市场竞争动态

14.3.4 瓶装奶茶竞争升级

14.3.5 茶饮料竞争将愈加激烈

14.4 中国饮料业竞争存在的问题及策略

14.4.1 新品竞争存在的问题

14.4.2 行业竞争的主要策略

14.4.3 未来竞争与发展的关键主题

第十五章 2013-2015年饮料行业重点企业分析

15.1 可口可乐公司

15.1.1 企业发展概况

15.1.2 2013年经营状况分析

15.1.3 2014年经营状况分析

15.1.4 2015年经营状况分析

15.2 百事可乐公司

15.2.1 企业发展概况

15.2.2 2013财年经营状况分析

15.2.3 2014财年经营状况分析

15.2.4 2015财年经营状况分析

15.3 康师傅控股有限公司

15.3.1 企业发展概况

15.3.2 2013年经营状况分析

15.3.3 2014年经营状况分析

15.3.4 2015年经营状况分析

15.4 中国汇源果汁集团有限公司

15.4.1 企业发展概况

15.4.2 2012年经营状况分析

15.4.3 2013年经营状况分析

15.4.4 2014年经营状况分析

15.5 统一企业（中国）控股有限公司

15.5.1 企业发展概况

15.5.2 2013年经营状况分析

15.5.3 2014年经营状况分析

15.5.4 2015年经营状况分析

15.6 内蒙古伊利实业集团股份有限公司

15.6.1 企业发展概况

15.6.2 经营效益分析

15.6.3 业务经营分析

15.6.4 财务状况分析

15.6.5 未来前景展望

15.7 河北承德露露股份有限公司

15.7.1 企业发展概况

15.7.2 经营效益分析

15.7.3 业务经营分析

15.7.4 财务状况分析

15.7.5 未来前景展望

15.8 青岛啤酒股份有限公司

15.8.1 企业发展概况

15.8.2 经营效益分析

15.8.3 业务经营分析

15.8.4 财务状况分析

15.8.5 未来前景展望

15.9 烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司

15.9.1 企业发展概况

15.9.2 经营效益分析

15.9.3 业务经营分析

15.9.4 财务状况分析

15.9.5 未来前景展望

第十六章 中国饮料行业投资及前景分析

16.1 中国饮料行业投资环境分析

16.1.1 经济环境

16.1.2 政策环境

16.1.3 人口环境

16.1.4 消费环境

16.2 中国饮料行业投资形势分析

16.2.1 行业成资本并购主领域

16.2.2 行业面临的风险

16.3 中国饮料行业发展展望

16.3.1 未来行业发展潜力

16.3.2 市场发展趋势分析

16.3.3 行业发展方向

16.4 观研网对2016-2022年中国饮料制造行业预测分析

16.4.1 影响行业发展的因素

16.4.2 行业销售收入预测

16.4.3 行业利润总额预测

16.4.4 行业软饮料产量预测

附录

附录一：中华人民共和国食品安全法

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

图表目录

图表1 软饮料的分类

图表2 2013年全球饮料品牌价值排行榜

图表3 2013年全球洲际啤酒产销量及变化情况

图表4 2013年全球前25国啤酒产销量及变化情况

图表5 2014年美国碳酸饮料市场份额排名

图表6 2014年日本五大啤酒公司市场份额排行榜

图表7 2004-2013年中国软饮料行业产量分析

图表8 2004-2013年中国碳酸饮料类（汽水）行业产量分析

图表9 2004-2013年中国包装饮用水类行业产量分析

图表10 2011年-2013年中国饮料制造总体运行概况分析

图表11 2011-2013年中国饮料制造规模以上企业数量分析

图表12 2011-2013年饮料制造三费占销售收入比重变化分析

图表13 2011-2013年我国饮料制造效益变化分析

图表14 2015年全国饮料酒产量分省市统计

图表15 2012年11-2013年12月中轻饮料景气指数变化态势

图表16 2013年12月中轻饮料行业景气指数

图表17 2012年11月-2013年12月饮料制品行业利润景气指数变化态势

图表18 2012年11月-2013年12月饮料制品行业出口景气指数变化态势

图表19 2014年中轻饮料行业景气指数

图表20 2015年4月中轻饮料行业景气指数

图表21 2014年3月-2015年4月中轻饮料景气指数变化态势

图表22 饮料产品外观色彩变化曲线

图表23 2013中国饮料品牌口碑总指数图

图表24 2013年饮料行业的品牌知名度指数图

图表25 2013年饮料行业的消费者互动度指数图

图表26 2013年饮料行业的质量认可度指数图

图表27 2013年饮料行业的企业美誉度指数图

图表28 2013年饮料行业的产品好评度指数排行表

图表29 2013年饮料行业的产品品牌健康度指数排行表

图表30 2013民意口碑TOP10品牌网络口碑构成解析

图表31 2015Q1饮料品牌网络口碑指数

图表32 2015Q1饮料品牌知名度指数

图表33 2015Q1饮料品牌消费者互动度指数

图表34 2015Q1饮料品牌质量认可度指数

图表35 2015Q1饮料品牌企业美誉度指数

图表36 2015Q1饮料品牌产品好评度指数

图表37 2015Q1饮料品牌健康度指数

图表38 不同性别网民对饮料品类的偏好

图表39 不同年龄网民对饮料品类的偏好

图表40 不同收入网民对饮料品类的偏好

图表41 不同地域网民对饮料品类的偏好

图表42 不同地域网民对不同地域品牌的偏好

图表43 不同性别网民选择饮料时关注的方面

图表44 不同收入网民选择饮料时关注的方面

- 图表45 不同性别网民购买饮料的习惯
- 图表46 不同性别网民购买饮料的渠道比较
- 图表47 不同性别网民对饮料包装的选择
- 图表48 不同年龄网民购买饮料的习惯
- 图表49 2011-2015年饮料制造业销售收入
- 图表50 2011-2014年饮料制造业销售收入增长趋势图
- 图表51 2013-2014年饮料制造业不同所有制企业销售额
- 图表52 2014年饮料制造业不同所有制企业销售额对比图
- 图表53 2015年饮料制造业不同所有制企业销售额
- 图表54 2015年饮料制造业不同所有制企业销售额对比图
- 图表55 2011-2015年饮料制造业利润总额
- 图表56 2011-2014年饮料制造业利润总额增长趋势图
- 图表57 2013-2014年饮料制造业不同所有制企业利润总额
- 图表58 2015年饮料制造业不同所有制企业利润总额
- 图表59 2015年饮料制造业不同所有制企业利润总额对比图
- 图表60 2011-2015年饮料制造业资产总额
- 图表61 2011-2014年饮料制造业总资产增长趋势图
- 图表62 截至2015年饮料制造业不同所有制企业总资产
- 图表63 截至2015年饮料制造业不同所有制企业总资产对比图
- 图表64 2011-2015年饮料制造业亏损面
- 图表65 2011-2015年饮料制造业亏损企业亏损总额
- 图表66 2011-2014年饮料制造业销售毛利率趋势图
- 图表67 2011-2015年饮料制造业成本费用率
- 图表68 2011-2014年饮料制造业成本费用利润率趋势图
- 图表69 2011-2014年饮料制造业销售利润率趋势图
- 图表70 2011-2014年饮料制造业应收账款周转率对比图
- 图表71 2011-2014年饮料制造业流动资产周转率对比图
- 图表72 2011-2014年饮料制造业总资产周转率对比图
- 图表73 2011-2014年饮料制造业资产负债率对比图
- 图表74 2011-2015年饮料制造业利息保障倍数对比图
- 图表75 2013年全国发酵酒精产量数据
- 图表76 2013年河南省发酵酒精产量数据
- 图表77 2013年吉林省发酵酒精产量数据
- 图表78 2013年黑龙江省发酵酒精产量数据
- 图表79 2013年江苏省发酵酒精产量数据

图表80 2013年广西壮族自治区发酵酒精产量数据

图表81 2013年内蒙古自治区发酵酒精产量数据

图表82 2013年山东省发酵酒精产量数据

图表83 2014年全国发酵酒精产量数据

图表84 2014年河南省发酵酒精产量数据

图表85 2014年吉林省发酵酒精产量数据

图表86 2014年江苏省发酵酒精产量数据

图表87 2014年黑龙江省发酵酒精产量数据

图表88 2014年广西壮族自治区发酵酒精产量数据

图表89 2014年内蒙古自治区发酵酒精产量数据

图表90 2014年山东省发酵酒精产量数据

图表91 2015年全国发酵酒精产量数据

图表92 2015年河南省发酵酒精产量数据

图表93 2015年吉林省发酵酒精产量数据

图表94 2015年江苏省发酵酒精产量数据

图表95 2015年广西壮族自治区发酵酒精产量数据

图表96 2015年黑龙江省发酵酒精产量数据

图表97 2015年山东省发酵酒精产量数据

图表98 2015年云南省发酵酒精产量数据

图表99 2013年全国饮料酒产量数据

图表100 2013年山东省饮料酒产量数据

图表101 2013年四川省饮料酒产量数据

图表102 2013年河南省饮料酒产量数据

图表103 2013年广东省饮料酒产量数据

图表104 2013年浙江省饮料酒产量数据

图表105 2013年湖北省饮料酒产量数据

图表106 2013年辽宁省饮料酒产量数据

图表107 2014年全国饮料酒产量数据

图表108 2014年山东省饮料酒产量数据

图表109 2014年四川省饮料酒产量数据

图表110 2014年河南省饮料酒产量数据

图表111 2014年广东省饮料酒产量数据

图表112 2014年浙江省饮料酒产量数据

图表113 2014年湖北省饮料酒产量数据

图表114 2014年辽宁省饮料酒产量数据

图表115 2015年全国饮料酒产量数据

图表116 2015年山东省饮料酒产量数据

图表117 2015年四川省饮料酒产量数据

图表118 2015年河南省饮料酒产量数据

图表119 2015年湖北省饮料酒产量数据

图表120 2015年广东省饮料酒产量数据

图表121 2015年浙江省饮料酒产量数据

图表122 2015年辽宁省饮料酒产量数据

图表123 2013年全国软饮料产量数据

图表124 2013年广东省软饮料产量数据

图表125 2013年河南省软饮料产量数据

图表126 2013年四川省软饮料产量数据

图表127 2013年浙江省软饮料产量数据

图表128 2013年湖北省软饮料产量数据

图表129 2013年吉林省软饮料产量数据

图表130 2013年广西壮族自治区软饮料产量数据

图表131 2014年全国软饮料产量数据

图表132 2014年广东省软饮料产量数据

图表133 2014年河南省软饮料产量数据

图表134 2014年四川省软饮料产量数据

图表135 2014年浙江省软饮料产量数据

图表136 2014年吉林省软饮料产量数据

图表137 2014年湖北省软饮料产量数据

图表138 2014年广西壮族自治区软饮料产量数据

图表139 2015年全国软饮料产量数据

图表140 2015年广东省软饮料产量数据

图表141 2015年河南省软饮料产量数据

图表142 2015年四川省软饮料产量数据

图表143 2015年湖北省软饮料产量数据

图表144 2015年吉林省软饮料产量数据

图表145 2015年浙江省软饮料产量数据

图表146 2015年广西壮族自治区软饮料产量数据

图表147 2013年全国液体乳产量数据

图表148 2013年河北省液体乳产量数据

图表149 2013年内蒙古自治区液体乳产量数据

图表150 2013年山东省液体乳产量数据

图表151 2013年河南省液体乳产量数据

图表152 2013年陕西省液体乳产量数据

图表153 2013年黑龙江省液体乳产量数据

图表154 2013年江苏省液体乳产量数据

图表155 2014年全国液体乳产量数据

图表156 2014年河北省液体乳产量数据

图表157 2014年内蒙古自治区液体乳产量数据

图表158 2014年河南省液体乳产量数据

图表159 2014年山东省液体乳产量数据

图表160 2014年黑龙江省液体乳产量数据

图表161 2014年陕西省液体乳产量数据

图表162 2014年江苏省液体乳产量数据

图表163 2015年全国液体乳产量数据

图表164 2015年河北省液体乳产量数据

图表165 2015年内蒙古自治区液体乳产量数据

图表166 2015年山东省液体乳产量数据

图表167 2015年河南省液体乳产量数据

图表168 2015年江苏省液体乳产量数据

图表169 2015年陕西省液体乳产量数据

图表170 2015年黑龙江省液体乳产量数据

图表171 2013年全国精制茶产量数据

图表172 2013年湖南省精制茶产量数据

图表173 2013年浙江省精制茶产量数据

图表174 2013年湖北省精制茶产量数据

图表175 2013年安徽省精制茶产量数据

图表176 2013年福建省精制茶产量数据

图表177 2013年云南省精制茶产量数据

图表178 2013年四川省精制茶产量数据

图表179 2014年全国精制茶产量数据

图表180 2014年湖南省精制茶产量数据

图表181 2014年浙江省精制茶产量数据

图表182 2014年湖北省精制茶产量数据

图表183 2014年安徽省精制茶产量数据

图表184 2014年福建省精制茶产量数据

图表185 2014年云南省精制茶产量数据

图表186 2015年全国精制茶产量数据

图表187 2015年湖南省精制茶产量数据

图表188 2015年湖北省精制茶产量数据

图表189 2015年浙江省精制茶产量数据

图表190 2015年安徽省精制茶产量数据

图表191 2015年福建省精制茶产量数据

图表192 2015年四川省精制茶产量数据

图表193 2015年云南省精制茶产量数据

图表194 2013-2015年中国未加味、加糖或其他甜物质的矿泉水及汽水进口分析

图表195 2013-2015年中国未加味、加糖或其他甜物质的矿泉水及汽水出口分析

图表196 2013-2015年中国未加味、加糖或其他甜物质的矿泉水及汽水贸易现状分析

图表197 2013-2015年中国未加味、加糖或其他甜物质的矿泉水及汽水贸易顺逆差分析

图表198

2013年主要贸易国未加味、加糖或其他甜物质的矿泉水及汽水进口量及进口额情况

图表199

2014年主要贸易国未加味、加糖或其他甜物质的矿泉水及汽水进口量及进口额情况

图表200

2015年主要贸易国未加味、加糖或其他甜物质的矿泉水及汽水进口量及进口额情况

图表201

2013年主要贸易国未加味、加糖或其他甜物质的矿泉水及汽水出口量及出口额情况

图表202

2014年主要贸易国未加味、加糖或其他甜物质的矿泉水及汽水出口量及出口额情况

图表203

2015年主要贸易国未加味、加糖或其他甜物质的矿泉水及汽水出口量及出口额情况

图表204 2013年主要省市未加味、加糖或其他甜物质的矿泉水及汽水进口量及进口额情况

图表205 2014年主要省市未加味、加糖或其他甜物质的矿泉水及汽水进口量及进口额情况

图表206 2015年主要省市未加味、加糖或其他甜物质的矿泉水及汽水进口量及进口额情况

图表207 2013年主要省市未加味、加糖或其他甜物质的矿泉水及汽水出口量及出口额情况

图表208 2014年主要省市未加味、加糖或其他甜物质的矿泉水及汽水出口量及出口额情况

图表209 2015年主要省市未加味、加糖或其他甜物质的矿泉水及汽水出口量及出口额情况

图表210 2013-2015年中国其他未加味、加糖或其他甜物质的水；冰及雪进口分析

图表211 2013-2015年中国其他未加味、加糖或其他甜物质的水；冰及雪出口分析

图表212 2013-2015年中国其他未加味、加糖或其他甜物质的水；冰及雪贸易现状分析

图表213 2013-2015年中国其他未加味、加糖或其他甜物质的水；冰及雪贸易顺逆差分析

图表214

2013年主要贸易国其他未加味、加糖或其他甜物质的水；冰及雪进口量及进口额情况

图表215

2014年主要贸易国其他未加味、加糖或其他甜物质的水；冰及雪进口量及进口额情况

图表216

2015年主要贸易国其他未加味、加糖或其他甜物质的水；冰及雪进口量及进口额情况

图表217

2013年主要贸易国其他未加味、加糖或其他甜物质的水；冰及雪出口量及出口额情况

图表218

2014年主要贸易国其他未加味、加糖或其他甜物质的水；冰及雪出口量及出口额情况

图表219

2015年主要贸易国其他未加味、加糖或其他甜物质的水；冰及雪出口量及出口额情况

图表220

2013年主要省市其他未加味、加糖或其他甜物质的水；冰及雪进口量及进口额情况

图表221

2014年主要省市其他未加味、加糖或其他甜物质的水；冰及雪进口量及进口额情况

图表222

2015年主要省市其他未加味、加糖或其他甜物质的水；冰及雪进口量及进口额情况

图表223

2013年主要省市其他未加味、加糖或其他甜物质的水；冰及雪出口量及出口额情况

图表224

2014年主要省市其他未加味、加糖或其他甜物质的水；冰及雪出口量及出口额情况

图表225

2015年主要省市其他未加味、加糖或其他甜物质的水；冰及雪出口量及出口额情况

图表226 2013-2015年中国加味、加糖或其他甜物质的水进口分析

图表227 2013-2015年中国加味、加糖或其他甜物质的水出口分析

图表228 2013-2015年中国加味、加糖或其他甜物质的水贸易现状分析

图表229 2013-2015年中国加味、加糖或其他甜物质的水贸易顺逆差分析

图表230 2013年主要贸易国加味、加糖或其他甜物质的水进口量及进口额情况

图表231 2014年主要贸易国加味、加糖或其他甜物质的水进口量及进口额情况

图表232 2015年主要贸易国加味、加糖或其他甜物质的水进口量及进口额情况

图表233 2013年主要贸易国加味、加糖或其他甜物质的水出口量及出口额情况

图表234 2014年主要贸易国加味、加糖或其他甜物质的水出口量及出口额情况

图表235 2015年主要贸易国加味、加糖或其他甜物质的水出口量及出口额情况

图表236 2013年主要省市加味、加糖或其他甜物质的水进口量及进口额情况

图表237 2014年主要省市加味、加糖或其他甜物质的水进口量及进口额情况

图表238 2015年主要省市加味、加糖或其他甜物质的水进口量及进口额情况

图表239 2013年主要省市加味、加糖或其他甜物质的水出口量及出口额情况

图表240 2014年主要省市加味、加糖或其他甜物质的水出口量及出口额情况

图表241 2015年主要省市加味、加糖或其他甜物质的水出口量及出口额情况

图表242 2013-2015年中国其他无酒精饮料进口分析

图表243 2013-2015年中国其他无酒精饮料出口分析

图表244 2013-2015年中国其他无酒精饮料贸易现状分析

图表245 2013-2015年中国其他无酒精饮料贸易顺逆差分析

图表246 2013年主要贸易国其他无酒精饮料进口量及进口额情况

图表247 2014年主要贸易国其他无酒精饮料进口量及进口额情况

图表248 2015年主要贸易国其他无酒精饮料进口量及进口额情况

图表249 2013年主要贸易国其他无酒精饮料出口量及出口额情况

图表250 2014年主要贸易国其他无酒精饮料出口量及出口额情况

图表251 2015年主要贸易国其他无酒精饮料出口量及出口额情况

图表252 2013年主要省市其他无酒精饮料进口量及进口额情况

图表253 2014年主要省市其他无酒精饮料进口量及进口额情况

图表254 2015年主要省市其他无酒精饮料进口量及进口额情况

图表255 2013年主要省市其他无酒精饮料出口量及出口额情况

图表256 2014年主要省市其他无酒精饮料出口量及出口额情况

图表257 2015年主要省市其他无酒精饮料出口量及出口额情况

图表258 2013年中国碳酸饮料产量分省市统计

图表259 2013年中国碳酸饮料行业产量区域集中度

图表260 2014年中国碳酸饮料产量分省市统计

图表261 2015年中国碳酸饮料产量分省市统计

图表262 2015年全国碳酸饮料产量区域集中度

图表263 2011-2013年中国碳酸饮料制造行业总资产及营收情况

图表264 2011-2013年中国果菜汁及果菜汁饮料制造行业总资产及营收情况

图表265 2010-2013年我国果汁市场规模及增速

图表266 2013年我国果汁饮料市场产品占比

图表267 领导型品牌竞争策略分析

图表268 挑战型品牌竞争策略分析

图表269 追随型品牌竞争策略分析

图表270 补缺型品牌竞争策略分析

图表271 营养快线与果粒奶优的对比分析

图表272 2011-2013年中国含乳饮料和植物蛋白饮料制造行业规模以上企业数量变动趋势

图表273 2011-2013年中国含乳饮料和植物蛋白饮料制造行业总资产及营收概况

图表274 2011-2013年我国含乳饮料和植物蛋白饮料制造行业三费概况

图表275 2011-2013年我国含乳饮料和植物蛋白饮料制造行业效益变化

图表276 2014年功能饮料行业上榜品牌C-BPI得分

图表277 2014年功能饮料行业上榜品牌排名变化

图表278 2014年中国功能饮料行业上榜品牌趋势分析

图表279 2013年C-BPI功能饮料行业细分指标

图表280 2010-2014年功能饮料子行业广告投放量对比

图表281 2013-2014年功能饮料品牌广告投资费用

图表282 2012年中国包装饮用水类产量数据

图表283 2013年中国包装饮用水类产量数据

图表284 2013年中国包装饮用水产量月度增长情况

图表285 2013年中国包装饮用水类产量分省市统计

图表286 2014年中国包装饮用水类产量分省市统计

图表287 2015年中国包装饮用水类产量分省市统计

图表288 2014年全国白酒（折65度，商品量）产量分省市统计表

图表289 2014年全国白酒（折65度，商品量）产量区域集中度

图表290 2010-2014年中国规模以上葡萄酒生产企业产品产量及增速

图表291 2014年中国葡萄酒行业部分地区规模以上生产企业销售收入及增速

图表292 2011-2013年中国葡萄酒制造行业规模以上企业数量变动趋势

图表293 2014年我国各酒种消费量

图表294 2002-2014年我国人均葡萄酒消费量

图表295 2012-2014年我国葡萄酒消费区域对比

图表296 2013年各品牌茶饮料满意度

图表297 2014年各品牌茶饮料满意度

图表298 茶饮料业的优势分析——基于波特的“五力模型”框架

图表299 茶饮料业的劣势分析——基于波特的“五力模型”框架

图表300 茶饮料产业核心竞争力SWOT分析

图表301 2002-2015年我国各榨季食糖总销量

图表302 2011-2015年我国各榨季食糖需求价格弹性变化

图表303 2003-2015年截至到3月份食糖工业库存量

图表304 2001-2013年我国食糖年消费量

图表305 2000-2013年我国人均食糖消费量

图表306 中国果树种类及其比例

图表307 2014年580个蔬菜重点县蔬菜产量

图表308 2011-2014年28种蔬菜平均批发价格走势

图表309 2013年12月食品饮料品牌网络广告预估费用排行

图表310 2013年12月食品饮料品牌网络广告投放媒体类别排行

图表311 2014年12月食品饮料品牌网络广告预估费用排行

图表312 2014年12月食品饮料品牌网络广告分媒体类别排行

图表313 2014年央视各频道饮料行业广告投放比例

图表314 2014年各频道饮料行业国产品牌和国外品牌广告投放时长对比

图表315 2014年各频道饮料行业婴幼儿奶粉广告投放时长对比

图表316 2014年电影频道饮料行业广告投放TOP20

图表317 2015年5月食品饮料品牌网络广告预估费用排行

图表318 2015年5月食品饮料品牌网络广告投放媒体类别排行

图表319 2014年软饮料行业中标项目统计

图表320 2010-2014年软饮料行业广告投放量对比

图表321 2013年软饮料行业五大媒体到达率

图表322 2010-2014年软饮料行业媒介选择对比

图表323 2010-2014年软饮料行业TOP5子行业广告投放占比

图表324 2013-2014年软饮料品牌广告投资费用

图表325 2010-2014年奶类饮品子行业媒介级别选择对比

图表326 2013-2014年奶类饮品广告投资费用

图表327 2010-2014年茶饮料子行业媒介级别选择对比

图表328 2013-2014年茶饮料品牌广告投资费用

图表329 2013-2014年果蔬汁饮料品牌广告投资费用

图表330 2013-2014年植物蛋白饮料品牌广告投资费用

图表331 2010-2014年碳酸饮料子行业广告投放量对比

图表332 2013-2014年碳酸饮料品牌广告投资费用

图表333 2013-2014年矿泉水品牌广告投资费用

图表334 2013-2014年咖啡饮料品牌广告投资费用

图表335 2014年各类软饮料广告投资规模

图表336 消费者对饮料细分市场的心理

图表337 王老吉品牌发展历程

图表338 1999年加多宝广告描述

图表339 21世纪初期的王老吉红罐凉茶SWOT分析

图表340 拥有新定位的王老吉4P分析

图表341 王老吉红罐凉茶广告投入

图表342 王老吉红罐凉茶电视广告投放频道及花费

图表343 中央1套王老吉广告黄金时段分布

图表344 王老吉包装过渡

图表345 2012年6-12月北京市场王老吉和加多宝GRP

图表346 2012年6-12月王老吉和加多宝广告投放额

图表347 2012年6-12月王老吉和加多宝广告投放频道及金额

图表348 2012年10月底加多宝凉茶广州地区广告认知度

图表349 软饮料行业竞争模型

图表350 2011-2013年可口可乐综合收益表

图表351 2011-2013年可口可乐不同地区销售情况表

图表352 2012-2014年可口可乐综合收益表

图表353 2012-2014年可口可乐不同地区销售情况表

图表354 2014-2015年可口可乐综合收益表

图表355 2011-2013财年百事可乐综合收益表

图表356 2011-2013财年百事可乐收入分地区资料

图表357 2013-2014财年百事可乐综合收益表

图表358 2013-2014财年百事可乐收入分地区资料

图表359 2014-2015财年百事可乐综合收益表

图表360 2014-2015财年百事可乐收入分地区资料

图表361 2011-2012年康师傅综合收益表

图表362 2011-2012年康师傅不同产品销售情况表

图表363 2012-2013年康师傅综合收益表

图表364 2012-2013年康师傅不同产品销售情况表

图表365 2013-2014年康师傅综合收益表

图表366 2013-2014康师傅不同产品销售情况表

图表367 2011-2012年中国汇源果汁合并综合收益表

图表368 2011-2012年中国汇源果汁分产品收入情况

图表369 2012-2013年中国汇源果汁合并综合收益表

图表370 2012-2013年中国汇源果汁分产品收入情况

图表371 2013-2014年中国汇源果汁合并综合收益表

图表372 2013-2014年中国汇源果汁分地区收入情况

图表373 2011-2012年统一企业综合收益表

图表374 2011-2012年统一企业收入分产品资料

图表375 2012-2013年统一企业综合收益表

图表376 2012-2013年统一企业收入分产品资料

图表377 2013-2014年统一企业综合收益表

图表378 2013-2014年统一企业收入分产品资料

图表379 2013-2015年内蒙古伊利实业集团股份有限公司总资产和净资产

图表380 2013-2014年内蒙古伊利实业集团股份有限公司营业收入和净利润

图表381 2015年内蒙古伊利实业集团股份有限公司营业收入和净利润

图表382 2013-2014年内蒙古伊利实业集团股份有限公司现金流量

图表383 2015年内蒙古伊利实业集团股份有限公司现金流量

图表384 2014年内蒙古伊利实业集团股份有限公司主营业务收入分行业、产品

图表385 2014年内蒙古伊利实业集团股份有限公司主营业务收入分区域

图表386 2013-2014年内蒙古伊利实业集团股份有限公司成长能力

图表387 2015年内蒙古伊利实业集团股份有限公司成长能力

图表388 2013-2014年内蒙古伊利实业集团股份有限公司短期偿债能力

图表389 2015年内蒙古伊利实业集团股份有限公司短期偿债能力

图表390 2013-2014年内蒙古伊利实业集团股份有限公司长期偿债能力

图表391 2015年内蒙古伊利实业集团股份有限公司长期偿债能力

图表392 2013-2014年内蒙古伊利实业集团股份有限公司运营能力

图表393 2015年内蒙古伊利实业集团股份有限公司运营能力

图表394 2013-2014年内蒙古伊利实业集团股份有限公司盈利能力

图表395 2015年内蒙古伊利实业集团股份有限公司盈利能力

图表396 2013-2015年河北承德露露股份有限公司总资产和净资产

图表397 2013-2014年河北承德露露股份有限公司营业收入和净利润

图表398 2015年河北承德露露股份有限公司营业收入和净利润

图表399 2013-2014年河北承德露露股份有限公司现金流量

图表400 2015年河北承德露露股份有限公司现金流量

图表401 2014年河北承德露露股份有限公司主营业务收入分行业、产品、区域

图表402 2013-2014年河北承德露露股份有限公司成长能力

图表403 2015年河北承德露露股份有限公司成长能力

图表404 2013-2014年河北承德露露股份有限公司短期偿债能力

图表405 2015年河北承德露露股份有限公司短期偿债能力

图表406 2013-2014年河北承德露露股份有限公司长期偿债能力

图表407 2015年河北承德露露股份有限公司长期偿债能力

图表408 2013-2014年河北承德露露股份有限公司运营能力

图表409 2015年河北承德露露股份有限公司运营能力

图表410 2013-2014年河北承德露露股份有限公司盈利能力

图表411 2015年河北承德露露股份有限公司盈利能力

- 图表412 2013-2015年青岛啤酒股份有限公司总资产和净资产
- 图表413 2013-2014年青岛啤酒股份有限公司营业收入和净利润
- 图表414 2015年青岛啤酒股份有限公司营业收入和净利润
- 图表415 2013-2014年青岛啤酒股份有限公司现金流量
- 图表416 2015年青岛啤酒股份有限公司现金流量
- 图表417 2014年青岛啤酒股份有限公司主营业务收入分行业、产品
- 图表418 2014年青岛啤酒股份有限公司主营业务收入分区域
- 图表419 2013-2014年青岛啤酒股份有限公司成长能力
- 图表420 2015年青岛啤酒股份有限公司成长能力
- 图表421 2013-2014年青岛啤酒股份有限公司短期偿债能力
- 图表422 2015年青岛啤酒股份有限公司短期偿债能力
- 图表423 2013-2014年青岛啤酒股份有限公司长期偿债能力
- 图表424 2015年青岛啤酒股份有限公司长期偿债能力
- 图表425 2013-2014年青岛啤酒股份有限公司运营能力
- 图表426 2015年青岛啤酒股份有限公司运营能力
- 图表427 2013-2014年青岛啤酒股份有限公司盈利能力
- 图表428 2015年青岛啤酒股份有限公司盈利能力
- 图表429 2013-2015年烟台张裕葡萄酒股份有限公司总资产和净资产
- 图表430 2013-2014年烟台张裕葡萄酒股份有限公司营业收入和净利润
- 图表431 2015年烟台张裕葡萄酒股份有限公司营业收入和净利润
- 图表432 2013-2014年烟台张裕葡萄酒股份有限公司现金流量
- 图表433 2015年烟台张裕葡萄酒股份有限公司现金流量
- 图表434 2014年烟台张裕葡萄酒股份有限公司主营业务收入分行业、产品、区域
- 图表435 2013-2014年烟台张裕葡萄酒股份有限公司成长能力
- 图表436 2015年烟台张裕葡萄酒股份有限公司成长能力
- 图表437 2013-2014年烟台张裕葡萄酒股份有限公司短期偿债能力
- 图表438 2015年烟台张裕葡萄酒股份有限公司短期偿债能力
- 图表439 2013-2014年烟台张裕葡萄酒股份有限公司长期偿债能力
- 图表440 2015年烟台张裕葡萄酒股份有限公司长期偿债能力
- 图表441 2013-2014年烟台张裕葡萄酒股份有限公司运营能力
- 图表442 2015年烟台张裕葡萄酒股份有限公司运营能力
- 图表443 2013-2014年烟台张裕葡萄酒股份有限公司盈利能力
- 图表444 2015年烟台张裕葡萄酒股份有限公司盈利能力
- 图表445 全国居民消费价格涨跌幅
- 图表446 鲜菜、鲜果价格变动情况（2010年12月价格=100）

图表447 2015年6月居民消费价格分类别同比涨跌幅

图表448 2015年6月居民消费价格分类别环比涨跌幅

图表449 2015年上半年居民消费价格主要数据

图表450 2013年食品饮料业法律风险管理十佳上市公司

图表451 观研网对2016-2022年中国饮料制造行业销售收入预测

图表452 观研网对2016-2022年中国饮料制造行业利润总额预测

图表453 观研网对2016-2022年中国饮料制造行业软饮料产量预测

图表454 含乳饮物理化指标

图表455 含乳饮料微生物指标

图表详见正文•••••(GY XFT)

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yinliao/243595243595.html>