

2009-2012年软饮料行业竞争格局与投资战略研究 咨询报告

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《2009-2012年软饮料行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》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/5935659356.html>

报告价格：电子版: 6000元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 8000

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

2009年第一季度，我国软饮料产量1,516.65万吨，同比增长了15%；其中3月份单月产量达到595.22万吨，同比增长21.69%，占第一季度总产量的39.25%。其中，碳酸饮料类产量出现下滑；果汁和蔬菜汁饮料类和包装饮用水类实现高速增长。传统的碳酸饮料被指因糖和卡路里过多，是导致肥胖的主要因素，影响人体健康。另外，经常引用碳酸饮料影响身体对钙的吸收，会导致骨质疏松，处于身体发育期的儿童身高会受到影响。在发达的欧美国家，近年来碳酸饮料越来越受到排挤，“两乐”的市场份额也持续下滑，但它们在新兴市场的强劲表现掩盖了其在成熟市场的下滑迹象。在我国，健康消费意识也在逐渐深入人心，很多顾客尤其家长已把碳酸饮料列入“黑名单”，果汁、茶饮料等健康饮料受到人们的欢迎。受此影响，2009年第一季度我国碳酸饮料产量出现下滑，产量251.05万吨，同比下降了3.49%；其中3月份单月产量为78.14万吨，占一季度总产量的31.13%，同比略有增长，增长率为1.34%。总的来看，相对1-2月，产量下滑幅度有所趋缓。果汁和蔬菜汁饮料类对碳酸饮料形成了一定的替代也是碳酸饮料产量下滑的一个因素。09年第一季度，果汁和蔬菜汁饮料类产量达到274.16万吨，同比增长了33.29%；其中，3月份单月产量为105.40万吨，同比增长了52.71%。从消费心理上来看，果汁饮料在消费心理、消费习惯和消费目的等方面与其它饮料都存在着明显的差异。消费者喝水饮料的主要目的是为了解渴；喝保健饮料的目的是看重该饮料的保健功能作用；喝碳酸饮料的目的可能更多是追求时尚等等。但消费者喝果汁和蔬菜汁饮料的主要目的是为了身体吸收更多的维生素等有益于身体健康的元素，希望喝果汁饮料能喝出美丽、健康来，这也应该是果汁饮料企业品牌和产品最适合消费需求的产品利益诉求方向。因此，预计随着经济危机的逐渐趋缓，果汁和蔬菜汁饮料产量将会继续保持较高增长，市场占有率将会逐步上升。在碳酸饮料需求下降，果汁和蔬菜汁饮料增速放缓的情况下，包装饮用水在其中起到了一定的替代作用。我国包装饮用水行业已进入稳步成长阶段，以40%左右的占比高居各品类饮料之首。一季度，包装饮用水类产量也出现了增长。产量达到595.54万吨，同比增长22.57%；其中，3月份单月产量达到243.76万吨，同比增长了23.53%。2009年我国经济将逐渐转暖，加之食品饮料行业本身抗风险能力较强，我国市场原材料丰富、市场饱和度小等特点，中国饮料行业受经济危机影响较小，反而呈现出逆势而上的气象。预计2009年我国软饮料行业会继续保持增长，但增长速度会有所放缓。

2009年一季度轻工饮料商品进出口贸易延续了2008年下半年以来的走势，呈现大幅下降的趋势，出口表现得尤为明显，一季度共完成饮料类商品出口2.4亿美元，同比下降了43.91%，受金融危机的持续影响，国际饮料市场需求持续低迷，特别是我国饮料出口的最大项---浓缩果汁的价格大幅下降，需求进一步萎缩，一季度共出口水浓缩果汁类商品24.22万吨，同比小幅增长2.09%，出口金额2.07亿美元，同比大幅下降48.12%，占饮料类商品出口总金额的86%。从出口商品的量价比例关系变化上我们不难发现：我国浓缩果汁出口从2008年下半年的“量跌价稳”，发展成2009年的“量稳价跌”，具体就是说：从2008年四季度的出口

量大幅下降（-30.98%），金额小幅下降（-7.38%），变成2009年一季度的出口量小幅增长，金额大幅下降的局面。2009年一季度饮料类商品进口额为0.413亿美元，比上年同期下降2.07%，大大低于同期饮料类商品出口金额下降的幅度，其中，碳酸饮料和矿泉水的进口金额大幅下降，分别比去年同期下降了52.08%和50.57%；占饮料类商品进口份额三分之二的果汁饮料，2009年一季度进口额只下降了3.66%。2008年金融危机已对全球实体经济产生了巨大的冲击，世界经济明显放缓，下行风险逐步加大，2009年前景仍不确定。国际软饮料市场需求波动更大，竞争更加激烈，我国饮料制造行业将面临更加严酷的国际市场环境。我国饮料类商品出口从品种结构上主要以果汁饮料为主，占全部出口额的88%，2008年总量达到12.33亿美元，预计2009年软饮料出口将延续2008年下半年年以来出口下降的趋势，全年呈现前低后高的走势，出口量基本保持上年水平或略有增长，出口金额和出口价格上将比上年有所下降。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家海关总署、国家商务部、全国商业信息中心、中国饮料工业协会、中国经济景气监测中心、国内外相关报刊杂志的基础信息以及饮料专业研究单位等公布和提供的大量资料，对国际软饮料行业市场发展状况、我国软饮料行业的市场状况进行了分析；对软饮料市场发展状况、软饮料行业的发展趋势与策略等方面进行了探讨。报告并根据行业的发展轨迹对软饮料未来的发展趋势作出审慎的判断，为投资者寻找新的投资亮点。本报告阐明了行业的投资环境，指明了投资方向，提出了投资方式，是软饮料生产企业、销售单位等准确了解目前中国软饮料行业发展动态，把握软饮料行业现状与趋势，制定市场策略的重要决策依据之一，具有重要决策参考价值。

目录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状

第一章 软饮料行业发展概述

第一节 软饮料的定义及分类

一、软饮料的定义

二、软饮料的分类

三、软饮料的特性

第二节 软饮料产业链分析

一、市场特点

二、行业经济特性

三、产业链结构分析

第三节 软饮料行业发展成熟度分析

一、行业发展周期分析

二、行业中外市场成熟度对比

三、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 全球软饮料市场发展分析

第一节 2008年全球软饮料市场分析

一、2008年全球软饮料市场回顾

二、2008年全球软饮料市场环境

三、2008年全球软饮料销售分析

四、2008年全球软饮料市场规模

第二节 2009年全球软饮料市场分析

一、2009年全球软饮料需求分析

二、2009年全球软饮料市场规模

三、2009年全球软饮料品牌分析

四、2009年中外软饮料市场对比

第三节 主要国家地区软饮料市场分析

一、2008-2009年美国软饮料市场分析

二、2008-2009年欧洲软饮料市场分析

三、2008-2009年日本软饮料市场分析

四、2008-2009年韩国软饮料市场分析

五、2008-2009年其他国家软饮料市场

第三章 我国软饮料行业发展现状

第一节 我国软饮料行业发展现状

一、软饮料行业品牌发展现状

二、软饮料行业消费市场现状

三、软饮料市场消费层次分析

四、我国软饮料市场走向分析

第二节 2007-2009年软饮料业发展情况分析

一、2007年软饮料行业发展情况分析

二、2008年软饮料行业发展情况分析

三、2009年软饮料行业发展特点分析

四、2009年1-5月软饮料行业发展情况

第三节 2008-2009年软饮料行业运行分析

一、2008-2009年软饮料业产销存运行分析

二、2008-2009年软饮料行业利润情况分析

三、2008-2009年软饮料行业发展周期分析

四、2009-2012年软饮料行业发展机遇分析

五、2009-2012年软饮料行业利润增速预测

第四章 我国软饮料市场发展研究

第一节 2008年我国软饮料市场发展研究

- 一、2008年1季度我国软饮料市场研究
- 二、2008年2季度我国软饮料市场研究
- 三、2008年3季度我国软饮料市场研究
- 四、2008年4季度我国软饮料市场研究

第二节 2009年我国软饮料市场情况

- 一、2009年1-5月我国软饮料产销情况
- 二、2009年1-5月我国软饮料市场价格情况
- 三、2009年1-5月重点城市软饮料市场发展情况
- 四、2009年1-5月我国软饮料市场发展情况

第三节 2009年我国软饮料市场结构和价格走势分析

- 一、2009年Q1我国软饮料市场结构和价格走势概述
- 二、2009年Q1我国软饮料市场结构分析
- 三、2009年Q1我国软饮料市场价格走势分析
- 四、2009年1-5月我国软饮料市场结构和价格走势概述
- 五、2009年1-5月我国软饮料市场结构分析
- 六、2009年1-5月我国软饮料市场价格走势分析

第四节 2009年我国软饮料业市场发展特点分析

- 一、2009年Q1我国软饮料市场格局特点
- 二、2009年Q1我国软饮料产品创新特点
- 三、2009年Q1我国软饮料市场服务特点
- 四、2009年Q1我国软饮料市场品牌特点

第五章 我国软饮料市场调查分析

第一节 2008年我国软饮料市场调查分析

- 一、主要观点
- 二、市场结构分析
- 三、价格走势分析
- 四、整体市场关注度
- 五、品牌关注度格局
- 六、产品关注度调查
- 七、厂商分析

第二节 2009年1季度我国软饮料市场调查分析

- 一、主要观点
- 二、市场结构分析

三、价格走势分析

四、整体市场关注度

五、品牌关注度格局

六、产品关注度调查

七、厂商分析

第三节 2009年4月份中国软饮料市场调查分析

一、主要观点

二、市场结构分析

三、价格走势分析

四、整体市场关注度

五、品牌关注度格局

六、产品关注度调查

七、厂商分析

第四节 2009年5月份中国软饮料市场调查分析

一、主要观点

二、市场结构分析

三、价格走势分析

四、整体市场关注度

五、品牌关注度格局

六、产品关注度调查

七、厂商分析

第六章 软饮料行业经济运行分析

第一节 2008-2009年软饮料产量分析

一、2008年软饮料产量分析

二、2009年1-5月软饮料产量分析

第二节 2008-2009年软饮料行业主要经济指标分析

一、销售收入前十家企业分析

二、2008年软饮料行业主要经济指标分析

三、2009年1-5月软饮料行业主要经济指标分析

第三节 2008-2009年我国软饮料行业绩效分析

一、2008-2009年行业产销情况

二、2008-2009年行业规模情况

三、2008-2009年行业盈利能力

四、2008-2009年行业经营发展能力

五、2008-2009年行业偿债能力分析

第七章 我国软饮料行业进出口分析

第一节 我国软饮料进口分析

- 一、2008年进口总量分析
- 二、2008年进口结构分析
- 三、2008年进口区域分析

第二节 我国软饮料出口分析

- 一、2008年出口总量分析
- 二、2008年出口结构分析
- 三、2008年出口区域分析

第三节 我国软饮料进出口预测

- 一、2009年1季度进口分析
- 二、2009年1季度出口分析
- 三、2009年软饮料进口预测
- 四、2009年软饮料出口预测

第八章 我国软饮料行业细分市场分析

第一节 碳酸饮料

- 一、2008-2009年行业产销情况分析
- 二、2008-2009年行业发展现状分析
- 三、2008-2009年市场需求情况分析
- 四、2008-2009年市场规模情况分析
- 五、2008-2009年行业竞争格局分析
- 六、2008-2009年消费者的偏好分析
- 七、2009-2012年行业发展趋势分析

第二节 饮用水

- 一、2008-2009年行业产销情况分析
- 二、2008-2009年行业发展现状分析
- 三、2008-2009年市场需求情况分析
- 四、2008-2009年市场规模情况分析
- 五、2008-2009年行业竞争格局分析
- 六、2008-2009年消费者的偏好分析
- 七、2009-2012年行业发展趋势分析

第三节 茶饮料

- 一、2008-2009年行业产销情况分析
- 二、2008-2009年行业发展现状分析
- 三、2008-2009年市场需求情况分析

四、2008-2009年市场规模情况分析

五、2008-2009年行业竞争格局分析

六、2008-2009年消费者的偏好分析

七、2009-2012年行业发展趋势分析

第四节 果汁饮料

一、2008-2009年行业产销情况分析

二、2008-2009年行业发展现状分析

三、2008-2009年市场需求情况分析

四、2008-2009年市场规模情况分析

五、2008-2009年行业竞争格局分析

六、2008-2009年消费者的偏好分析

七、2009-2012年行业发展趋势分析

第五节 含乳饮料

一、2008-2009年行业产销情况分析

二、2008-2009年行业发展现状分析

三、2008-2009年市场需求情况分析

四、2008-2009年市场规模情况分析

五、2008-2009年行业竞争格局分析

六、2008-2009年消费者的偏好分析

七、2009-2012年行业发展趋势分析

第六节 功能饮料

一、2008-2009年行业产销情况分析

二、2008-2009年行业发展现状分析

三、2008-2009年市场需求情况分析

四、2008-2009年市场规模情况分析

五、2008-2009年行业竞争格局分析

六、2008-2009年消费者的偏好分析

七、2009-2012年行业发展趋势分析

第七节 固体饮料

一、2008-2009年行业产销情况分析

二、2008-2009年行业发展现状分析

三、2008-2009年市场需求情况分析

四、2008-2009年市场规模情况分析

五、2008-2009年行业竞争格局分析

六、2008-2009年消费者的偏好分析

七、2009-2012年行业发展趋势分析

第九章 软饮料区域市场情况分析

第一节 华北地区

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场需求情况分析

三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2008-2009年消费者的偏好分析

六、2009-2012年行业发展趋势分析

第二节 东北地区

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场需求情况分析

三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2008-2009年消费者的偏好分析

六、2009-2012年行业发展趋势分析

第三节 华东地区

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场需求情况分析

三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2008-2009年消费者的偏好分析

六、2009-2012年行业发展趋势分析

第四节 华南地区

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场需求情况分析

三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2008-2009年消费者的偏好分析

六、2009-2012年行业发展趋势分析

第五节 中南地区

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场需求情况分析

三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2008-2009年消费者的偏好分析

六、2009-2012年行业发展趋势分析

第六节 西南地区

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场需求情况分析

三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2008-2009年消费者的偏好分析

六、2009-2012年行业发展趋势分析

第七节 西北地区

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场需求情况分析

三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2008-2009年消费者的偏好分析

六、2009-2012年行业发展趋势分析

第十章 中国软饮料行业消费市场分析

第一节 中国软饮料消费者收入分析

一、中国人口、人民生活分析

二、2008-2009年消费者收入水平

三、2009年消费者信心指数分析

第二节 软饮料行业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

第三节 软饮料市场消费需求分析

一、软饮料市场的消费需求变化

二、软饮料行业的需求情况分析

三、2009年软饮料品牌市场消费需求分析

第四节 软饮料消费市场状况分析

一、软饮料行业消费特点

二、软饮料消费者分析

三、软饮料消费结构分析

四、软饮料消费的市场变化

五、软饮料市场的消费方向

第五节 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

第六节 软饮料行业产品的品牌市场调查

- 一、消费者对行业品牌认知度宏观调查
- 二、消费者对行业产品的品牌偏好调查
- 三、消费者对行业品牌的首要认知渠道
- 四、消费者经常购买的品牌调查
- 五、软饮料行业品牌忠诚度调查
- 六、软饮料行业品牌市场占有率调查
- 七、消费者的消费理念调研

第二部分 行业竞争格局

第十一章 软饮料行业竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 行业集中度分析

- 一、市场集中度分析
- 二、企业集中度分析
- 三、区域集中度分析

第三节 中国软饮料行业竞争格局综述

- 一、2008年软饮料行业集中度
- 二、2008年软饮料行业竞争程度
- 三、2008年软饮料企业与品牌数量
- 四、2008年软饮料行业竞争格局分析

第四节 2008-2009年软饮料行业竞争格局分析

- 一、2008-2009年国内外软饮料竞争分析
- 二、2008-2009年我国软饮料市场竞争分析
- 三、2008-2009年我国软饮料市场集中度分析

四、2009-2012年国内主要软饮料企业动向

五、2009年国内软饮料拟在建项目分析

第十二章 软饮料企业竞争策略分析

第一节 软饮料市场竞争策略分析

一、2009年软饮料市场增长潜力分析

二、2009年软饮料主要潜力品种分析

三、现有软饮料产品竞争策略分析

四、潜力软饮料品种竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 软饮料企业竞争策略分析

一、金融危机对软饮料行业竞争格局的影响

二、金融危机后软饮料行业竞争格局的变化

三、2009-2012年我国软饮料市场竞争趋势

四、2009-2012年软饮料行业竞争格局展望

五、2009-2012年软饮料行业竞争策略分析

六、2009-2012年软饮料企业竞争策略分析

第十三章 主要软饮料企业竞争分析

第一节 可口可乐公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第二节 百事可乐公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第三节 台湾统一企业集团

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第四节 台湾顶新集团

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第五节 北京汇源饮料食品有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第六节 娃哈哈集团

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第七节 农夫山泉股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第八节 加多宝集团

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第九节 内蒙古蒙牛乳业股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第十节 内蒙古伊利实业集团股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第三部分 行业前景预测

第十四章 软饮料行业发展趋势分析

第一节 我国软饮料行业前景与机遇分析

- 一、我国软饮料行业发展前景
- 二、我国软饮料发展机遇分析
- 三、2009年软饮料的发展机遇分析
- 四、金融危机对软饮料行业的影响分析
- 第二节 2009-2012年中国软饮料市场趋势分析
 - 一、2008-2009年软饮料市场趋势总结
 - 二、2009-2012年软饮料发展趋势分析
 - 三、2009-2012年软饮料市场发展空间
 - 四、2009-2012年软饮料产业政策趋向
 - 五、2009-2012年软饮料技术革新趋势
 - 六、2009-2012年软饮料价格走势分析
 - 七、2009-2012年国际环境对行业的影响
- 第十五章 未来软饮料行业发展预测
 - 第一节 未来软饮料需求与消费预测
 - 一、2009-2012年软饮料产品消费预测
 - 二、2009-2012年软饮料市场规模预测
 - 三、2009-2012年软饮料行业总产值预测
 - 四、2009-2012年软饮料行业销售收入预测
 - 五、2009-2012年软饮料行业总资产预测
 - 第二节 2009-2012年中国软饮料行业供需预测
 - 一、2008-2012年中国软饮料供给预测
 - 二、2009-2012年中国软饮料产量预测
 - 三、2009-2012年中国软饮料需求预测
 - 四、2009-2012年中国软饮料供需平衡预测
 - 五、2009-2012年中国软饮料产品价格预测
 - 六、2009-2012年主要软饮料产品进出口预测
- 第四部分 投资战略研究
 - 第十六章 软饮料行业投资现状分析
 - 第一节 2008年软饮料行业投资情况分析
 - 一、2008年总体投资及结构
 - 二、2008年投资规模情况
 - 三、2008年投资增速情况
 - 四、2008年分行业投资分析
 - 五、2008年分地区投资分析
 - 六、2008年外商投资情况

第二节 2009年1-5月软饮料行业投资情况分析

- 一、2009年1-5月总体投资及结构
- 二、2009年1-5月投资规模情况
- 三、2009年1-5月投资增速情况
- 四、2009年1-5月分行业投资分析
- 五、2009年1-5月分地区投资分析
- 六、2009年1-5月外商投资情况

第十七章 软饮料行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

- 一、2008-2009年我国宏观经济运行情况
- 二、2009-2012年我国宏观经济形势分析
- 三、2009-2012年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

- 一、2009年软饮料行业政策环境分析
- 二、2009年国内宏观政策对其影响
- 三、2009年行业产业政策对其影响

第三节 技术发展环境分析

- 一、国内软饮料技术现状
- 二、2009年软饮料技术发展分析
- 三、2009-2012年软饮料技术发展趋势分析

第四节 社会发展环境分析

- 一、国内社会环境发展现状
- 二、2009年社会环境发展分析
- 三、2009-2012年社会环境对行业的影响分析

第十八章 软饮料行业投资机会与风险

第一节 行业活力系数比较及分析

- 一、2009年相关产业活力系数比较
- 二、2007-2008行业活力系数分析

第二节 行业投资收益率比较及分析

- 一、2009年相关产业投资收益率比较
- 二、2007-2008行业投资收益率分析

第三节 软饮料行业投资效益分析

- 一、2008-2009年软饮料行业投资状况分析
- 二、2009-2012年软饮料行业投资效益分析
- 三、2009-2012年软饮料行业投资趋势预测

四、2009-2012年软饮料行业的投资方向

五、2009-2012年软饮料行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第四节 影响软饮料行业发展的主要因素

一、2009-2012年影响软饮料行业运行的有利因素分析

二、2009-2012年影响软饮料行业运行的稳定因素分析

三、2009-2012年影响软饮料行业运行的不利因素分析

四、2009-2012年我国软饮料行业发展面临的挑战分析

五、2009-2012年我国软饮料行业发展面临的机遇分析

第五节 软饮料行业投资风险及控制策略分析

一、2009-2012年软饮料行业市场风险及控制策略

二、2009-2012年软饮料行业政策风险及控制策略

三、2009-2012年软饮料行业经营风险及控制策略

四、2009-2012年软饮料行业技术风险及控制策略

五、2009-2012年软饮料行业同业竞争风险及控制策略

六、2009-2012年软饮料行业其他风险及控制策略

第十九章 软饮料行业投资战略研究

第一节 软饮料行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国软饮料品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、软饮料实施品牌战略的意义

三、软饮料企业品牌的现状分析

四、我国软饮料企业的品牌战略

五、软饮料品牌战略管理的策略

第三节 软饮料市场营销策略

一、中国饮料营销流派分析

二、软饮料终端营销策略

三、软饮料销售策略

四、饮料营销思维创新策略

五、软饮料营销渠道分析

六、软饮料营销策略分析

第四节 软饮料经营策略分析

一、软饮料市场细分策略

二、软饮料市场创新策略

三、饮料品牌定位与品类规划

四、软饮料新产品差异化战略

第五节 软饮料产品营销策略分析

一、果汁饮料营销策略分析

二、凉茶饮料营销策略

三、可口可乐营销策略分析

四、王老吉营销策略分析

五、本土饮料产品策略

第六节 软饮料行业投资战略研究

一、2009年饮料行业投资战略

二、2009年软饮料行业投资战略

三、2009-2012年软饮料行业投资战略

四、2009-2012年细分行业投资战略

图表目录

图表：软饮料产业链分析

图表：国际软饮料市场规模

图表：国际软饮料生命周期

图表：2003-2008年中国软饮料行业市场规模

图表：2002-2008年全球软饮料产业市场规模

图表：2006-2008年软饮料重要数据指标比较

图表：2003-2008年中国软饮料行业销售情况分析

图表：2003-2008年中国软饮料行业利润情况分析

图表：2003-2008年中国软饮料行业资产情况分析

图表：2008-2009年中国软饮料发展能力分析

图表：2008-2009年中国软饮料竞争力分析

图表：2009-2012年中国软饮料产能预测

图表：2009-2012年中国软饮料消费量预测

图表：2009-2012年中国软饮料市场前景预测

图表：2009-2012年中国软饮料市场价格走势预测

图表：2009-2012年中国软饮料发展前景预测

图表：2008年1-12月软饮料产量全国合计

图表：2008年1-12月软饮料产量北京市合计

图表：2008年1-12月软饮料产量天津市合计

图表：2008年1-12月软饮料产量河北省合计

图表：2008年1-12月软饮料产量山西省合计

图表：2008年1-12月软饮料产量辽宁省合计

图表：2008年1-12月软饮料产量吉林省合计

图表：2008年1-12月软饮料产量黑龙江合计

图表：2008年1-12月软饮料产量上海市合计

图表：2008年1-12月软饮料产量江苏省合计

图表：2008年1-12月软饮料产量浙江省合计

图表：2008年1-12月软饮料产量安徽省合计

图表：2008年1-12月软饮料产量福建省合计

图表：2008年1-12月软饮料产量江西省合计

图表：2008年1-12月软饮料产量山东省合计

图表：2008年1-12月软饮料产量河南省合计

图表：2008年1-12月软饮料产量湖北省合计

图表：2008年1-12月软饮料产量湖南省合计

图表：2008年1-12月软饮料产量广东省合计

图表：2008年1-12月软饮料产量广西区合计

图表：2008年1-12月软饮料产量海南省合计

图表：2008年1-12月软饮料产量重庆市合计

图表：2008年1-12月软饮料产量四川省合计

图表：2008年1-12月软饮料产量贵州省合计

图表：2008年1-12月软饮料产量云南省合计

图表：2008年1-12月软饮料产量陕西省合计

图表：2008年1-12月软饮料产量甘肃省合计

图表：2008年1-12月软饮料产量新疆区合计

图表：2008年1-12月软饮料产量内蒙古合计

图表：2009年1-5月软饮料产量全国合计

图表：2009年1-5月软饮料产量北京市合计

图表：2009年1-5月软饮料产量天津市合计

图表：2009年1-5月软饮料产量河北省合计

图表：2009年1-5月软饮料产量山西省合计

图表：2009年1-5月软饮料产量辽宁省合计

图表：2009年1-5月软饮料产量吉林省合计

图表：2009年1-5月软饮料产量黑龙江合计

图表：2009年1-5月软饮料产量上海市合计

图表：2009年1-5月软饮料产量江苏省合计

图表：2009年1-5月软饮料产量浙江省合计

图表：2009年1-5月软饮料产量安徽省合计

图表：2009年1-5月软饮料产量福建省合计

图表：2009年1-5月软饮料产量江西省合计

图表：2009年1-5月软饮料产量山东省合计

图表：2009年1-5月软饮料产量河南省合计

图表：2009年1-5月软饮料产量湖北省合计

图表：2009年1-5月软饮料产量湖南省合计

图表：2009年1-5月软饮料产量广东省合计

图表：2009年1-5月软饮料产量广西区合计

图表：2009年1-5月软饮料产量海南省合计

图表：2009年1-5月软饮料产量重庆市合计

图表：2009年1-5月软饮料产量四川省合计

图表：2009年1-5月软饮料产量贵州省合计

图表：2009年1-5月软饮料产量云南省合计

图表：2009年1-5月软饮料产量陕西省合计

图表：2009年1-5月软饮料产量甘肃省合计

图表：2009年1-5月软饮料产量新疆区合计

图表：2009年1-5月软饮料产量内蒙古合计

图表：2008年1-12月软饮料经济指标全国合计

图表：2008年1-12月软饮料经济指标北京市合计

图表：2008年1-12月软饮料经济指标天津市合计

图表：2008年1-12月软饮料经济指标河北省合计

图表：2008年1-12月软饮料经济指标山西省合计

图表：2008年1-12月软饮料经济指标内蒙古合计

图表：2008年1-12月软饮料经济指标辽宁省合计

图表：2008年1-12月软饮料经济指标吉林省合计

图表：2008年1-12月软饮料经济指标黑龙江合计

图表：2008年1-12月软饮料经济指标上海市合计

图表：2008年1-12月软饮料经济指标江苏省合计

图表：2008年1-12月软饮料经济指标浙江省合计

图表：2008年1-12月软饮料经济指标安徽省合计

图表：2008年1-12月软饮料经济指标福建省合计

图表：2008年1-12月软饮料经济指标江西省合计

图表：2008年1-12月软饮料经济指标山东省合计

图表：2008年1-12月软饮料经济指标河南省合计

图表：2008年1-12月软饮料经济指标湖北省合计

图表：2008年1-12月软饮料经济指标湖南省合计

图表：2008年1-12月软饮料经济指标广东省合计

图表：2008年1-12月软饮料经济指标广西区合计

图表：2008年1-12月软饮料经济指标海南省合计

图表：2008年1-12月软饮料经济指标重庆市合计

图表：2008年1-12月软饮料经济指标四川省合计

图表：2008年1-12月软饮料经济指标贵州省合计

图表：2008年1-12月软饮料经济指标云南省合计

图表：2008年1-12月软饮料经济指标陕西省合计

图表：2008年1-12月软饮料经济指标甘肃省合计

图表：2008年1-12月软饮料经济指标青海省合计

图表：2008年1-12月软饮料经济指标宁夏区合计

图表：2008年1-12月软饮料经济指标新疆区合计

图表：2009年1-5月软饮料经济指标全国合计

图表：2009年1-5月软饮料经济指标北京市合计

图表：2009年1-5月软饮料经济指标天津市合计

图表：2009年1-5月软饮料经济指标河北省合计

图表：2009年1-5月软饮料经济指标山西省合计

图表：2009年1-5月软饮料经济指标内蒙古合计

图表：2009年1-5月软饮料经济指标辽宁省合计

图表：2009年1-5月软饮料经济指标吉林省合计

图表：2009年1-5月软饮料经济指标黑龙江合计

图表：2009年1-5月软饮料经济指标上海市合计

图表：2009年1-5月软饮料经济指标江苏省合计

图表：2009年1-5月软饮料经济指标浙江省合计

图表：2009年1-5月软饮料经济指标安徽省合计

图表：2009年1-5月软饮料经济指标福建省合计

图表：2009年1-5月软饮料经济指标江西省合计

图表：2009年1-5月软饮料经济指标山东省合计

图表：2009年1-5月软饮料经济指标河南省合计

图表：2009年1-5月软饮料经济指标湖北省合计

图表：2009年1-5月软饮料经济指标湖南省合计

图表：2009年1-5月软饮料经济指标广东省合计

图表：2009年1-5月软饮料经济指标广西区合计

图表：2009年1-5月软饮料经济指标海南省合计

图表：2009年1-5月软饮料经济指标重庆市合计

图表：2009年1-5月软饮料经济指标四川省合计

图表：2009年1-5月软饮料经济指标贵州省合计

图表：2009年1-5月软饮料经济指标云南省合计

图表：2009年1-5月软饮料经济指标陕西省合计

图表：2009年1-5月软饮料经济指标甘肃省合计

图表：2009年1-5月软饮料经济指标青海省合计

图表：2009年1-5月软饮料经济指标宁夏区合计

图表：2009年1-5月软饮料经济指标新疆区合计

图表：2008年1-12月软饮料进口数据

图表：2008年1季度软饮料进口数据

图表：2008年1月软饮料进口数据

图表：2008年2月软饮料进口数据

图表：2008年3月软饮料进口数据

图表：2008年2季度软饮料进口数据

图表：2008年4月软饮料进口数据

图表：2008年5月软饮料进口数据

图表：2008年6月软饮料进口数据

图表：2008年3季度软饮料进口数据

图表：2008年7月软饮料进口数据

图表：2008年8月软饮料进口数据

图表：2008年9月软饮料进口数据

图表：2008年4季度软饮料进口数据

图表：2008年10月软饮料进口数据

图表：2008年11月软饮料进口数据

图表：2008年12月软饮料进口数据

图表：2008年1-12月软饮料出口数据

图表：2008年1季度软饮料出口数据

- 图表：2008年1月软饮料出口数据
- 图表：2008年2月软饮料出口数据
- 图表：2008年3月软饮料出口数据
- 图表：2008年2季度软饮料出口数据
- 图表：2008年4月软饮料出口数据
- 图表：2008年5月软饮料出口数据
- 图表：2008年6月软饮料出口数据
- 图表：2008年3季度软饮料出口数据
- 图表：2008年7月软饮料出口数据
- 图表：2008年8月软饮料出口数据
- 图表：2008年9月软饮料出口数据
- 图表：2008年4季度软饮料出口数据
- 图表：2008年10月软饮料出口数据
- 图表：2008年11月软饮料出口数据
- 图表：2008年12月软饮料出口数据
- 图表：2009年1-5月软饮料进口数据
- 图表：2009年1季度软饮料进口数据
- 图表：2009年1月软饮料进口数据
- 图表：2009年2月软饮料进口数据
- 图表：2009年3月软饮料进口数据
- 图表：2009年2季度软饮料进口数据
- 图表：2009年4月软饮料进口数据
- 图表：2009年5月软饮料进口数据
- 图表：2009年1-5月软饮料出口数据
- 图表：2009年1季度软饮料出口数据
- 图表：2009年1月软饮料出口数据
- 图表：2009年2月软饮料出口数据
- 图表：2009年3月软饮料出口数据
- 图表：2009年2季度软饮料出口数据
- 图表：2009年4月软饮料出口数据
- 图表：2009年5月软饮料出口数据
- 图表：软饮料市场调查对象情况分析
- 图表：软饮料消费者消费习惯调查
- 图表：消费者对软饮料产品价格认同情况调查分析
- 图表：消费者购买渠道情况调查分析

图表：软饮料消费者品牌状况调查分析

图表：2008-2009年中国消费者软饮料品牌构成

图表：软饮料消费者性别比例

图表：软饮料消费者年龄分布

图表：软饮料消费者购买频率分析

图表：软饮料消费者购买软饮料的规格

图表：软饮料消费者购买软饮料消费金额

图表：消费者软饮料功能关注度调查分析

图表：影响消费者购买的因素调查分析

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yinliao/5935659356.html>