

2015- 2020年中国饮料行业发展分析及投资研究 报告

ASKCI CONSULTING CO.,LTD

一、调研说明

中商产业研究院全新发布的《2015-2020年中国饮料行业发展分析及投资研究报告》主要依据国家统计局、国家发改委、商务部、中国海关、国务院发展研究中心、行业协会、工商、税务、海关、国内外相关刊物的基础信息以及行业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调研资料，由中商产业研究院的资深专家和研究人员进行分析。首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述，其次，对本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局等进行了细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，并分析相关经营财务数据。最后，对该行业未来的发展前景，投资风险及投资策略给出科学的建议。本报告是行业生产、贸易、经销等企业在激烈的市场竞争中洞察市场先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据。

报告名称	2015-2020年中国饮料行业发展分析及投资研究报告
出版日期	2015年1月
报告格式	PDF电子版或纸介版
交付方式	Email发送或EMS快递
中文价格	印刷版9500元 电子版9500元 中文印刷版+电子版9800元
订购热线	400-666-1917 400-788-9700

【版权声明】

本报告由中商产业研究院出品，报告版权归中商产业研究院所有。本报告是中商产业研究院的研究与统计成果，报告为有偿提供给购买报告的客户使用。未获得中商产业研究院书面授权，任何网站或媒体不得转载或引用，否则中商产业研究院有权依法追究其法律责任。如需订阅研究报告，请直接联系本网站，以便获得全程优质完善服务。中商产业研究院是中国拥有研究人员数量最多，规模最大，综合实力最强的咨询研究机构，公司每天都会接受媒体采访及发布大量产业经济研究成果。在此，我们诚意向您推

□□□□□□□□□□

□□□□□ □□□□□ □□□□□ □□□□□ □□□□□

□□□□□□□□□□

IPO□□□□ □□□□□ □□□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□□



二、研究报告目录

目录

第一章 饮料行业 概述	19
第一节 饮料 的相关概念	19
一、 软饮料	19
二、 功能饮料	19
三、运动饮料	19
四、酒饮料	19
五、 茶饮料	20
第二节 饮料的分类	20
一、软饮料的分类	20
二、酒饮料的分类	21
三、 茶饮料 分类	21
第二章 国际饮料市场	23
第一节 国际饮料市场总体概况	23
一、全球饮料加工业运行概况	23
二、全球软饮料市场发展综述	24
三、全球软饮料市场规模分析	27
四、全球分地区饮料发展情况	28
五、全球酒精饮料市场发展概述	30
六、全球酒精饮料市场发展	32
第二节 欧洲饮料市场	33
一、欧洲软饮料市场规模	33
二、能量饮料在欧洲依旧盛行	34

三、英国软饮料市场概况	35
四、欧洲罐装饮料市场	37
五、俄罗斯软饮料市场规模	37
六、波兰软饮料市场规模	38
第三节 亚洲饮料市场	38
一、日本饮料行业的竞争格局	38
二、日本软饮料市场规模	39
三、韩国饮料市场分析	40
四、越南啤酒饮料行业增长迅猛	41
第四节 美国饮料市场	42
一、美国碳酸饮料市场受冲击	42
二、美国营养饮料市场增长迅速	43
三、美国乳制品替代饮料市场发展	43
四、美国啤酒市场发展及趋势状况	44
五、美国对酒精饮料标注卡路里	46
六、美国饮料生产巨头发展态势	46
第三章 中国饮料行业分析	47
第一节 中国饮料行业总体概述	47
一、中国饮料行业发展历程	47
二、中国饮料行业发展概况	48
第二节 中国饮料行业运行状况	48
一、中国饮料行业市场运行特点	48
二、中国饮料行业区域发展情况	50
第三节 中国饮料行业效益分析	51
一、饮料行业利润分析	51
二、饮料行业亏损分析	52
第四节 饮料行业存在的问题及策略	53
一、我国饮料生产企业面临八大挑战	53

二、饮料企业抢占市场创新是关键	55
三、国内中小饮料企业制胜策略	55
第四章 中国饮料市场分析	57
第一节 中国饮料市场概况	57
一、饮料市场格局发展综述	57
二、饮料市场供给态势分析	58
三、饮料市场需求态势分析	58
四、中国饮料市场价格分析	59
第二节 中国饮料行业品牌分析	60
一、中国饮料市场品牌格局剖析	60
二、2014年饮料品牌大事件盘点	62
三、2014年中国饮料品牌口碑情况	65
1、品牌知名度	65
2、消费者互动度	66
3、质量认可度	67
4、企业美誉度	67
5、产品好评度	68
6、品牌健康度	69
四、国内饮料品牌的发展战略解析	69
第三节 饮料市场消费者购买行为分析	72
一、饮料消费者购买习惯	72
二、消费者饮料品类偏好	72
三、消费者获取饮料信息渠道	73
四、不同地域消费者品牌偏好	74
第四节 各地区饮料市场分析	76
一、河北青龙开建果汁饮料加工项目	76
二、广东凉茶、饮料信息可上网追溯	76
三、百事可乐抢到上海迪士尼入场券	76

四、招行与天津可口可乐公司战略合作	77
第五章 2010-2014年中国饮料行业数据监测分析	78
第一节 2012-2014年中国饮料行业发展分析	78
一、2012年中国饮料行业发展概况	78
二、2013年中国饮料行业发展概况	79
三、2014年中国饮料行业发展概况	80
第二节 2010-2014年中国饮料行业规模分析	83
一、企业数量增长分析	83
二、资产规模增长分析	83
三、销售规模增长分析	86
四、利润规模增长分析	88
第三节 2012-2014年中国饮料行业结构分析	90
一、企业数量结构分析	90
二、资产规模结构分析	90
三、销售规模结构分析	91
四、利润规模结构分析	92
第四节 2010-2014年中国饮料行业成本费用分析	93
一、销售成本统计	93
二、主要费用统计	94
第五节 2010-2014年中国饮料行业运营效益分析	94
一、偿债能力分析	94
二、盈利能力分析	95
三、运营能力分析	97
第六章 软饮料细分市场	99
第一节 碳酸饮料	99
一、中国碳酸饮料行业发展概况	99
二、中国碳酸饮料生产情况	100
三、中国碳酸饮料零售量情况	100

四、中国碳酸饮料零售额情况	101
五、碳酸饮料品牌格局分析	101
第二节 果汁饮料	102
一、中国果汁饮料行业发展概况	102
二、中国果汁饮料零售量情况	103
三、中国果汁饮料零售额情况	103
四、中国果汁饮料业竞争格局	104
五、中国果汁饮料市场发展潜力	104
第三节 乳饮料	105
一、中国乳饮料行业发展概况	105
二、中国乳饮料市场新品层出不穷	106
三、中国乳饮料市场发展综述	108
四、乳饮料行业广告效果测评分析	108
五、含乳饮料发展趋势分析	110
六、中国含乳饮料市场前景展望	111
第四节 功能饮料	112
一、中国功能饮料零售量分析	112
二、中国功能饮料零售额分析	113
三、中国功能饮料市场竞争格局	113
四、中国功能饮料口味分布	114
五、中国功能饮料行业发展前景	114
第五节 饮用水	115
一、中国饮用水行业发展概况	115
二、中国瓶装饮用水零售量分析	116
三、中国瓶装饮用水零售额分析	116
四、中国瓶装饮用水品牌占有率	117
五、高端饮用水行业发展前景	117
第六节 固体饮料	118

一、固体饮料行业运行发展概况	118
二、固体饮料行业销售收入	119
三、固体饮料行业销售利润	120
四、中国固体饮料零售量分析	121
五、中国固体饮料零售额分析	122
第七章 酒饮料细分市场	123
第一节 啤酒	123
一、啤酒制造业运行状况	123
二、中国啤酒产量情况分析	124
三、中国啤酒零售量情况	125
四、中国啤酒零售额情况	125
五、中国啤酒品牌占有率	126
六、“十二五”中国啤酒行业发展展望	126
第二节 白酒	127
一、白酒制造业运行状况	127
二、白酒行业生产规模分析	128
三、白酒行业零售量分析	129
四、白酒行业零售额分析	130
五、中国白酒主要品牌市场份额	130
六、中国白酒行业发展展望	131
第三节 葡萄酒	134
一、葡萄酒制造业运行状况	134
二、葡萄酒行业生产规模分析	135
三、中国葡萄酒零售量情况	135
四、中国葡萄酒零售额情况	136
五、中国葡萄酒品牌占有率	136
六、中国葡萄酒市场消费概况	137
第四节 黄酒	138

一、黄酒制造业运行状况	138
二、中国黄酒零售量分析	139
三、中国黄酒零售额分析	139
四、中国黄酒行业发展趋势	140
五、黄酒行业发展前景分析	140
第八章 茶饮料市场分析	142
第一节 中国茶产业分析	142
一、中国茶区及茶市场消费流通概述	142
二、2014年国内茶叶市场走势分析	143
三、中国茶叶种植面积和产量分析	143
四、2014年中国茶行业发展状况	144
五、中国茶行业发展的制约因素	146
六、中国茶叶消费特征变化分析	147
第二节 中国茶饮料市场总体概况	148
一、2014年中国茶饮料行业发展状况	148
二、中国茶饮料市场发展综述	149
三、我国茶饮料市场发展的特点	150
四、茶饮料市场消费者需求特征分析	152
第三节 中国茶饮料市场发展分析	154
一、茶饮料市场消费情况	154
二、茶饮料发展制约因素	155
三、茶饮料竞争特点分析	156
四、茶饮料品牌竞争格局	157
第四节 中国茶饮料市场的问题与对策分析	158
一、中国茶饮料产业存在的主要问题	158
二、推动中国茶饮料市场发展的建议	159
三、茶饮料品牌营销策略探讨	159
四、中国茶饮料行业的竞争战略研究	161

第五节 茶饮料行业发展前景及趋势	162
一、茶饮料市场发展前景	162
二、茶饮料市场的发展趋势	163
三、无糖茶饮料市场发展前景乐观	163
四、中草药 保健 茶发展前景广阔	164
第九章 中国饮料制造业产量数据分析	166
第一节 2012-2014年全国及重点省市发酵酒精产量分析	166
一、2012年全国及主要省份发酵酒精（折96度，商品量）产量分析	166
二、2013年全国及主要省份发酵酒精（折96度，商品量）产量分析	167
三、2014年全国及主要省份发酵酒精（折96度，商品量）产量分析	167
第二节 2012-2014年全国及主要省份饮 料酒 产量分析	169
一、2012年全国及主要省份料酒产量分析	169
二、2013年全国及主要省份料酒产量分析	170
三、2014年全国及主要省份料酒产量分析	171
第三节 2012-2014年全国及重点省市软饮料产量分析	173
一、2012年全国及主要省份软饮料产量分析	173
二、2013年全国及主要省份软饮料产量分析	174
三、2014年全国及主要省份软饮料产量分析	175
第四节 2012-2014年全国及主要省份液体乳产量分析	177
一、2012年全国及主要省份液体乳产量分析	177
二、2013年全国及主要省份液体乳产量分析	178
三、2014年全国及主要省份液体乳产量分析	179
第五节 2012-2014年全国及重点省市精制茶产量分析	181
一、2012年全国及主要省份精制茶产量分析	181
二、2013年全国及主要省份精制茶产量分析	182
三、2014年全国及主要省份精制茶产量分析	182
第十章 饮料行业原料供应分析	185
第一节 中国食糖工业概况	185

一、2014年国内食糖市场走势分析	185
二、2008-2014年中国成品糖产量状况	185
三、2013-2014年中国制糖行业发展状况	186
四、2009-2014年中国食糖进口分析	187
五、2009-2014年中国食糖出口分析	187
第二节 中国水果产业分析	188
一、中国水果种植面积与产量状况	188
二、2014年中国水果加工行业发展状况	190
三、2009-2014年中国水果进口分析	191
四、2009-2014年中国水果出口分析	192
五、中国水果产业的品牌化路径分析	192
六、影响中国水果出口贸易的因素及对策	194
第三节 中国蔬菜产业分析	196
一、中国蔬菜种植面积及产量状况	196
二、2014年中国蔬菜加工行业发展状况	197
三、2009-2014年中国蔬菜进口分析	198
四、2009-2014年中国蔬菜出口分析	198
五、中国蔬菜产业发展存在的问题	199
六、加快中国蔬菜产业现代化进程的思路	199
第十一章 饮料包装行业	202
第一节 国际饮料包装行业总体概况	202
一、全球饮料包装行业发展态势	202
二、美国饮料包装市场发展分析	202
三、日本茶饮料包装市场概况	203
四、德国饮料主要包装材料分析	204
第二节 中国饮料包装行业	206
一、中国饮料包装行业发展概况	206
二、国内饮料包装主要细分市场分析	207

（一）玻璃瓶	207
（二）金属罐	209
（三）塑料瓶	212
（四）纸塑铝复合包装材料	213
三、中国饮料包装业存在的问题	215
四、中国茶饮料瓶包装市场简析	215
五、中国儿童饮料包装市场分析	216
第三节 PET饮料瓶	217
一、运用PET瓶包装饮料的优势	217
二、PET茶饮料瓶包装技术分析	218
三、经济环保的新式PET饮料瓶	219
四、中国PET饮料瓶市场发展前景	220
第四节、饮料包装业发展趋势	220
一、世界饮料包装发展趋势分析	220
二、中国饮料包装工业发展趋势	221
三、饮料包装材料未来发展趋势	224
第十二章 中国饮料行业营销分析	226
第一节 饮料营销发展概述	226
一、国内饮料营销的五大派系	226
二、饮料行业的销售渠道分析	228
三、饮料行业的营销策略探讨	230
四、饮料业网络营销战略分析	232
第二节 中国饮料市场营销状况分析	233
一、饮料产业网络广告投放状况	233
二、饮料业践行大平台大营销策略	240
三、饮料业营销模式的创新分析	243
四、国内高端饮料营销模式尚未成熟	246
五、理性营销成为饮料业营销趋势	247

第三节 饮料细分产品营销分析	248
一、传统养生饮料的营销策略	248
二、功能饮料的营销策略分析	249
三、谷物饮料的营销策略分析	253
四、果醋饮料的营销策略探讨	254
五、植物蛋白饮料营销的问题及对策	255
第四节 饮料行业经典营销案例分析	259
一、娃哈哈营销模式分析	259
二、蒙牛多元化创新营销	262
三、农夫果园差异化营销	263
四、红牛向大众营销转型	268
五、加多宝营销策略分析	269
第五节 饮料行业的多媒体多元化营销	271
一、 互联网 营销带来的消费潜力	271
二、饮料行业尝试O2O营销渠道	271
三、品牌冠名综艺节目打响知名度	273
四、饮料品牌的植入式广告营销	274
五、贴近消费者生活的“微营销”	275
第六节 软饮料市场的差异化营销策略分析	276
一、产品差异化策略分析	276
二、品牌形象差异化策略	279
三、促销差异化策略分析	282
四、差异化营销策略的误区	286
五、差异化营销策略的风险	287
六、差异化营销策略的建议	288
第十三章 中国饮料行业竞争分析	291
第一节 中国饮料行业竞争概况	291
一、饮料市场竞争格局多元化	291

二、中国饮料市场竞争将加剧	291
三、技术创新提升企业竞争力	292
四、中国饮料行业的竞争规划	293
五、饮料企业品牌竞争力提升战略	294
第二节 饮料行业细分市场竞争对手分析	297
一、中国茶饮料市场竞争格局分析	297
二、中国凉茶市场的竞争局势分析	297
三、中国瓶装水市场竞争现状分析	298
四、中国果汁饮料业整体竞争格局	298
五、中国乳酸菌饮料市场竞争情况	299
第三节 中国饮料业竞争存在的问题及策略方向	300
一、中国饮料业新产品推出现状	300
二、中国饮料行业竞争策略探讨	301
三、软饮料行业竞争的战略群组	303
四、饮料业发展趋势与竞争规划	306
第十四章 饮料行业重点企业分析	312
第一节 可口可乐公司	312
一、企业基本情况	312
二、企业主营产品分析	312
三、企业经济指标分析	316
四、企业盈利能力分析	316
五、企业成本费用分析	316
六、企业营销战略分析	317
第二节 百事可乐公司	319
一、企业基本情况	319
二、企业发展历程分析	320
三、企业主营产品分析	321
四、企业经济指标分析	323

五、企业发展战略分析	323
第三节 康师傅控股有限公司	324
一、企业基本情况	324
二、企业经营情况分析	325
三、企业经济指标分析	327
四、企业盈利能力分析	327
五、企业偿债能力分析	327
六、企业运营能力分析	328
七、企业成本费用分析	328
第四节 中国汇源果汁集团有限公司	329
一、企业基本情况	329
二、企业经营情况分析	330
三、企业经济指标分析	331
四、企业盈利能力分析	332
五、企业偿债能力分析	332
六、企业运营能力分析	332
七、企业成本费用分析	333
第五节 内蒙古伊利实业集团股份有限公司	334
一、企业基本情况	334
二、企业经营情况分析	334
三、企业经济指标分析	335
四、企业盈利能力分析	336
五、企业偿债能力分析	336
六、企业运营能力分析	337
七、企业成本费用分析	337
第六节 河北承德露露股份有限公司	338
一、企业基本情况	338
二、企业经营情况分析	339

三、企业经济指标分析	339
四、企业盈利能力分析	340
五、企业偿债能力分析	340
六、企业运营能力分析	341
七、企业成本费用分析	341
第七节 青岛啤酒股份有限公司	342
一、企业基本情况	342
二、企业经营情况分析	342
三、企业经济指标分析	343
四、企业盈利能力分析	344
五、企业偿债能力分析	344
六、企业运营能力分析	344
七、企业成本费用分析	345
第八节 烟台张裕葡萄酒股份有限公司	345
一、企业基本情况	345
二、企业经营情况分析	346
三、企业经济指标分析	347
四、企业盈利能力分析	347
五、企业偿债能力分析	348
六、企业运营能力分析	348
七、企业成本费用分析	349
第九节 统一企业中国控股有限公司	349
一、企业基本情况	349
二、企业经营情况分析	350
三、企业经济指标分析	351
四、企业盈利能力分析	352
五、企业偿债能力分析	352
六、企业运营能力分析	353

七、企业成本费用分析	353
第十节 杭州娃哈哈集团有限公司	354
一、企业基本情况	354
二、企业发展历程分析	355
三、企业主营产品分析	357
四、企业经营情况分析	358
五、企业最新动态分析	358
第十一节 中国蒙牛乳业有限公司	359
一、企业基本情况	359
二、企业经营情况分析	359
三、企业经济指标分析	360
四、企业盈利能力分析	361
五、企业偿债能力分析	361
六、企业运营能力分析	362
七、企业成本费用分析	362
第十五章 饮料行业投资及前景分析	364
第一节 中国饮料行业SWOT分析	364
一、优势/机会点	364
二、劣势/威胁点	365
第二节 投资形势分析	366
一、中国饮料企业的发展环境	366
二、大众消费品成食品饮料行业投资新宠	367
三、我国食品饮料业并购投资迎来良机	367
四、我国饮料行业面临的风险分析	368
第三节 饮料行业未来前景预测	368
一、中国饮料行业发展潜力大	368
二、“十二五”饮料工业发展规划解读	368
三、中国饮料行业的主要发展趋势	369

四、大 健康产业 彰显功能饮料巨大商机	371
五、2015-2020年中国饮料制造行业预测分析	372
第四节 饮料细分产品投资分析	372
一、中高浓度果汁市场成长空间广阔	372
二、预调制鸡尾酒：刚刚站在井喷风口上	373
三、蛋白饮料：符合营养标准成长型行业	374
1、植物蛋白行业处于高速成长期	374
2、豆奶行业：细分行业中的黑马	375
3、复合蛋白饮料：开拓未来主战场	376
附录	378
附录一：《中华人民共和国食品安全法》	378
附录二：《食品添加剂使用标准》（GB2760-2011）	395
附录三：冷饮食品卫生管理办法	396
附录四：果汁饮料总则	397
附录五：含乳饮料卫生标准	403
附录六：茶、 咖啡 、植物饮料允许使用添加剂的原则	406
附录七：《 果蔬 汁类及其饮料》（GB/T31121-2014）	407
附录八：《咖啡类饮料国家标准》	408
图表目录	
图表 12013年全球软饮料分类零售量情况分析	28
图表 22008-2013年全球各种软饮料零售额增长情况分析	28
图表 32013年全球主要国家软饮料零售情况分析	29
图表 42013年全球各地区软饮料零售量所占比情况分析	30
图表 52008-2013年欧洲软饮料市场规模统计	34
图表 62008-2013年俄罗斯软饮料零售情况统计	37
图表 72008-2013年波兰软饮料零售情况统计	38

图表 82008-2013年日本软饮料市场规模统计	40
图表 92010-2014年中国饮料行业区域销售收入统计	51
图表 102014年中国饮料行业区域销售收入占比情况	51
图表 112013-2014年中国饮料及其细分行业利润总额统计	52
图表 122014年中国饮料利润总额结构图	52
图表 132010-2014年中国饮料行业亏损企业数及总额统计	52
图表 142013年中国各品类饮料零售量占比统计	57
图表 152013年中国各品类饮料零售额占比统计	58
图表 162008-2014年中国软饮料产量及其增长统计	58
图表 172008-2013年中国软饮料零售量及其增长统计	59
图表 182008-2013年中国软饮料零售额及其增长统计	59
图表 19中国主要饮料产品价格统计	60
图表 202010-2013年购买即饮(on-trade)品牌饮料零售量排名	61
图表 212010-2013年购买非即饮(off-trade)品牌饮料零售量排名	61
图表 22中国饮料细分市场的集中度情况统计	62
图表 232014年饮料品牌口碑指数	65
图表 242014年饮料品牌知名度指数	66
图表 252014年饮料品牌消费者互动度指数	66
图表 262014年饮料品牌质量认可度指数	67
图表 272014年饮料品牌企业美誉度指数	68
图表 282014年饮料品牌产品好评度指数	68
图表 292014年饮料品牌品牌健康度指数	69
图表 30娃哈哈品牌战略分析	70
图表 31不同性别消费者购买饮料习惯	72
图表 32按收入和地域的消费者饮料品类偏好	73
图表 33不同性别消费者获取饮料信息的渠道	74
图表 34不同地域消费者的品牌偏好（一）	75
图表 35不同地域消费者的品牌偏好（二）	75

图表 362012年中国饮料行业经济指标统计	78
图表 372013年中国饮料行业经济指标统计	80
图表 382014年中国饮料行业经济指标统计	81
图表 392014年饮料行业前五省区企业数量排名	82
图表 402014年饮料行业前五省区资产总计排名	82
图表 412014年饮料行业前五省区销售收入排名	82
图表 422014年饮料行业前五省区利润总额排名	83
图表 432010-2014年中国饮料企业数量变化趋势图	83
图表 442010-2014年中国饮料行业资产总额统计	84
图表 452010-2014年中国饮料行业资产变化趋势图	84
图表 462014年中国各省区饮料行业资产比较	85
图表 472010-2014年中国饮料行业销售收入统计	86
图表 482010-2014年中国饮料行业销售收入变化趋势图	86
图表 492014年中国各省区饮料行业销售收入比较	87
图表 502010-2014年中国饮料行业利润总额统计	88
图表 512010-2014年中国饮料行业利润变化趋势图	88
图表 522014年中国各省区饮料行业利润总额比较	89
图表 532012-2014年不同所有制饮料企业数量统计	90
图表 542014年不同所有制饮料企业数量所占份额	90
图表 552012-2014年不同所有制饮料企业资产总额统计	91
图表 562014年不同性质的饮料企业资产总额所占份额	91
图表 572012-2014年不同所有制饮料企业销售收入统计	91
图表 582014年不同性质的饮料企业销售收入所占份额	92
图表 592012-2014年不同所有制饮料企业利润总额统计	92
图表 602014年不同性质的饮料企业利润总额所占份额	93
图表 612010-2014年中国饮料行业销售成本统计	93
图表 622010-2014年中国饮料行业销售成本趋势图	94
图表 632010-2014年中国饮料行业费用统计	94

图表 642010-2014年中国饮料行业资产负债率情况	95
图表 652010-2014年中国饮料行业毛利率情况	95
图表 662010-2014年中国饮料行业成本费用利润率情况	96
图表 672010-2014年中国饮料行业销售利润率情况	96
图表 682010-2014年中国饮料行业资产利润率情况	97
图表692010-2014年中国饮料行业应收账款周转率情况	97
图表 702010-2014年中国饮料行业流动资产周转率情况	98
图表 712010-2014年中国饮料行业总资产周转率情况	98
图表 722013-2014年中国碳酸饮料制造经济指标统计	99
图表 732009-2014年中国碳酸饮料（汽水）产量统计	100
图表 742008-2013年中国碳酸饮料零售量增长趋势图	101
图表 752008-2013年中国碳酸饮料零售额增长趋势图	101
图表 762010-2013年中国碳酸饮料品牌市场占有率统计	102
图表 772013-2014年中国果汁饮料制造经济指标统计	102
图表 782008-2013年中国果汁饮料零售量增长趋势图	103
图表 792008-2013年中国果汁饮料零售额增长趋势图	104
图表 802010-2013年中国市场果汁饮料品牌市场占有率统计	104
图表 812013-2014年中国含乳饮料和植物蛋白饮料制造经济指标统计	106
图表 82广告数量和API均值排名Top10企业	109
图表 83不同时长的乳饮品的广告数量和API均值情况	110
图表 84单智广告API排名TOP10	110
图表 852008-2013年中国功能饮料零售量增长趋势图	112
图表 862008-2013年中国功能饮料零售额增长趋势图	113
图表 872010-2013年中国功能饮料主要品牌市场份额	113
图表 882010-2013年中国功能饮料主要口味市场占有率（Value）	114
图表 892013-2014年中国瓶（罐）装饮用水制造经济指标统计	115
图表 902008-2013年中国瓶装饮用水零售量增长趋势图	116
图表 912008-2013年中国瓶装饮用水零售额增长趋势图	117

图表 922010-2013年中国瓶装水品牌市场占有率统计	117
图表 932013-2014年中国固体饮料制造经济指标统计	119
图表 942009-2014年中国固体饮料制造行业销售收入统计	120
图表 952009-2014年中国固体饮料制造行业销售收入变化趋势图	120
图表 962009-2014年中国固体饮料制造行业利润总额统计	121
图表 972009-2014年中国固体饮料制造行业利润变化趋势图	121
图表 982008-2013年中国固体饮料零售量增长趋势图	122
图表 992008-2013年中国固体饮料零售额增长趋势图	122
图表 1002013-2014年中国啤酒制造行业经济指标统计	123
图表 1012009-2014年中国啤酒产量统计	124
图表 1022009-2014年中国啤酒产量增长趋势图	124
图表 1032008-2013年中国啤酒零售量增长趋势图	125
图表 1042008-2013年中国啤酒零售额增长情况	125
图表 1052008-2013年中国啤酒零售额增长趋势图	126
图表 1062010-2013年中国啤酒主要品牌市场份额	126
图表 1072013-2014年中国白酒制造行业经济指标统计	128
图表 1082009-2014年中国白酒产量情况表	129
图表 1092009-2014年全国白酒行业产量变化趋势图	129
图表 1102008-2013年中国白酒零售量增长趋势图	130
图表 1112008-2013年中国白酒零售额增长趋势图	130
图表 1122010-2013年中国白酒主要品牌市场份额	131
图表 1132013-2014年中国葡萄酒制造经济指标统计	134
图表 1142009-2014年中国葡萄酒产量情况表	135
图表 1152009-2014年全国葡萄酒行业产量变化趋势图	135
图表 1162008-2013年中国葡萄酒零售量增长趋势图	136
图表 1172008-2013年中国葡萄酒零售额增长趋势图	136
图表 1182013年葡萄酒销售前十名品牌市场综合占有率	137
图表 119中国葡萄酒人均消费量趋势图	137

图表 1202013-2014年中国黄酒制造行业经济指标统计	138
图表 1212008-2013年中国黄酒零售量统计	139
图表 1222008-2013年中国黄酒零售额统计	139
图表 123中国茶区示意图	143
图表 1242008-2013年中国茶叶种植面积增长趋势图	144
图表 1252008-2013年中国茶叶产量增长趋势图	144
图表 1262014年中国精制茶加工行业经济指标统计	145
图表 1272014年中国茶饮料及其他饮料制造行业经济指标统计	149
图表 1282008-2013年中国茶饮料零售量情况表	154
图表 1292008-2013年中国茶饮料零售额情况表	155
图表 1302010-2013年中国茶饮料品牌市场占有率统计	158
图表 1312012年全国及主要省份发酵酒精（折96度，商品量）产量统计	166
图表 1322013年全国及主要省份发酵酒精（折96度，商品量）产量统计	167
图表 1332010-2014年全国发酵酒精（折96度，商品量）产量统计	168
图表 1342014年全国及主要省份发酵酒精（折96度，商品量）产量统计	168
图表 1352012年全国及主要省份饮料酒产量统计	169
图表 1362013年全国及主要省份饮料酒产量统计	170
图表 1372010-2014年全国饮料酒产量统计	171
图表 1382014年全国及主要省份饮料酒产量统计	172
图表 1392012年全国及主要省份软饮料产量统计	173
图表 1402013年全国及主要省份软饮料产量统计	174
图表 1412010-2014年全国软饮料产量统计	175
图表 1422014年全国及主要省份软饮料产量统计	176
图表 1432012年全国及主要省份液体乳产量统计	177
图表 1442013年全国及主要省份液体乳产量统计	178
图表 1452010-2014年全国液体乳产量统计	179
图表 1462014年全国及主要省份液体乳产量统计	180
图表 1472012年全国及主要省份精制茶产量统计	181

图表 1482013年全国及主要省份精制茶产量统计	182
图表 1492010-2014年全国精制茶产量统计	183
图表 1502014年全国及主要省份精制茶产量统计	183
图表 1512008-2014年中国成品糖产量及其增长统计	185
图表 1522013-2014年中国制糖行业经济指标统计	186
图表 1532009-2014年中国食糖进口数量及进口金额统计	187
图表 1542009-2014年中国食糖出口数量及出口金额统计	187
图表 1552010-2013年中国水果种植面积统计	188
图表 1562010-2013年中国主要水果种植面积统计	188
图表 1572008-2013年中国水果产量统计	188
图表 1582010-2013年中国主要水果产量统计	189
图表 1592013年中国分地区水果产量统计	189
图表 1602014年中国水果和坚果加工行业经济指标统计	191
图表 1612009-2014年中国水果进口数量及进口金额统计	192
图表 1622009-2014年中国水果出口数量及出口金额统计	192
图表 1632010-2013年中国蔬菜种植面积统计	196
图表 1642008-2013年中国蔬菜产量统计	196
图表 1652014年中国蔬菜加工行业经济指标统计	197
图表 1662009-2014年中国蔬菜进口数量及进口金额统计	198
图表 1672009-2014年中国蔬菜出口数量及出口金额统计	198
图表 168各种包装形式在饮料包装的占比	207
图表 1692010-2014年中国日用玻璃制品产量统计	209
图表 1702010-2014年中国塑料制品产量统计	213
图表 1712010-2014年中国饮料行业广告投放量情况	233
图表 1722010-2014年中国饮料行业广告投放媒介选择情况	234
图表 1732013-2014年软饮料各品牌广告投放费用情况	235
图表 1742010-2014年奶类饮品子行业广告投放媒介级别选择情况	236
图表 1752013-2014年茶饮料各品牌广告投放费用情况	237

图表 1762013-2014年果蔬汁饮料各品牌广告投放费用情况	238
图表 1772013-2014年碳酸饮料各品牌广告投放费用情况	239
图表 1782013-2014年矿泉水各品牌广告投放费用情况	240
图表 179消费者对饮料细分市场的心理	289
图表 180中国软饮料行业战略群组划分	304
图表 1812011-2014年可口可乐公司收入与利润统计	316
图表 1822011-2014年可口可乐公司资产与负债统计	316
图表 1832011-2014年可口可乐公司盈利能力情况	316
图表 1842010-2013年可口可乐公司成本费用统计	317
图表 1852013年可口可乐公司成本费用结构	317
图表 186百事可乐公司百事可乐产品示意图	321
图表 187百事可乐公司美年达产品示意图	322
图表 188百事可乐公司七喜产品示意图	322
图表 189百事可乐公司佳得乐产品示意图	322
图表 190百事可乐公司纯果乐产品示意图	323
图表 1912011-2014年百事可乐公司资产与负债统计	323
图表 1922013-2014年康师傅控股有限公司分行业情况表	326
图表 1932014年康师傅控股有限公司业务结构情况	326
图表 1942011-2014年康师傅控股有限公司收入与利润统计	327
图表 1952011-2014年康师傅控股有限公司资产与负债统计	327
图表 1962011-2014年康师傅控股有限公司盈利能力情况	327
图表 1972011-2014年康师傅控股有限公司偿债能力情况	328
图表 1982011-2014年康师傅控股有限公司运营能力情况	328
图表 1992011-2014年康师傅控股有限公司成本费用统计	328
图表 2002014年康师傅控股有限公司成本费用结构图	329
图表 2012013-2014年中国汇源果汁集团有限公司分产品情况表	331
图表 2022014年中国汇源果汁集团有限公司业务结构情况	331
图表 2032011-2014年中国汇源果汁集团有限公司收入与利润统计	331

图表 2042011-2014年中国汇源果汁集团有限公司资产与负债统计	332
图表 2052011-2014年中国汇源果汁集团有限公司盈利能力情况	332
图表 2062011-2014年中国汇源果汁集团有限公司偿债能力情况	332
图表 2072011-2014年中国汇源果汁集团有限公司运营能力情况	333
图表 2082011-2014年中国汇源果汁集团有限公司成本费用统计	333
图表 2092014年中国汇源果汁集团有限公司成本费用结构图	333
图表 2102014年内蒙古伊利实业集团股份有限公司分产品情况表	335
图表 2112014年内蒙古伊利实业集团股份有限公司业务结构情况	335
图表 2122014年内蒙古伊利实业集团股份有限公司分地区情况表	335
图表 2132011-2014年内蒙古伊利实业集团股份有限公司收入与利润统计	336
图表 2142011-2014年内蒙古伊利实业集团股份有限公司资产与负债统计	336
图表 2152011-2014年内蒙古伊利实业集团股份有限公司盈利能力情况	336
图表 2162011-2014年内蒙古伊利实业集团股份有限公司偿债能力情况	337
图表 2172011-2014年内蒙古伊利实业集团股份有限公司运营能力情况	337
图表 2182011-2014年内蒙古伊利实业集团股份有限公司成本费用统计	337
图表 2192014年内蒙古伊利实业集团股份有限公司成本费用结构图	338
图表 2202014年河北承德露露股份有限公司分产品情况表	339
图表 2212011-2014年河北承德露露股份有限公司收入与利润统计	340
图表 2222011-2014年河北承德露露股份有限公司资产与负债统计	340
图表 2232011-2014年河北承德露露股份有限公司盈利能力情况	340
图表 2242011-2014年河北承德露露股份有限公司偿债能力情况	341
图表 2252011-2014年河北承德露露股份有限公司运营能力情况	341
图表 2262011-2014年河北承德露露股份有限公司成本费用统计	341
图表 2272014年青岛啤酒股份有限公司分产品情况表	343
图表 2282014年青岛啤酒股份有限公司分地区情况表	343
图表 2292011-2014年青岛啤酒股份有限公司收入与利润统计	343
图表 2302011-2014年青岛啤酒股份有限公司资产与负债统计	344
图表 2312011-2014年青岛啤酒股份有限公司盈利能力情况	344

图表 2322011-2014年青岛啤酒股份有限公司偿债能力情况	344
图表 2332011-2014年青岛啤酒股份有限公司运营能力情况	345
图表 2342011-2014年青岛啤酒股份有限公司成本费用统计	345
图表 2352014年烟台张裕葡萄酒股份有限公司分产品情况表	346
图表 2362014年烟台张裕葡萄酒股份有限公司业务结构情况	347
图表 2372011-2014年烟台张裕葡萄酒股份有限公司收入与利润统计	347
图表 2382011-2014年烟台张裕葡萄酒股份有限公司资产与负债统计	347
图表 2392011-2014年烟台张裕葡萄酒股份有限公司盈利能力情况	348
图表 2402011-2014年烟台张裕葡萄酒股份有限公司偿债能力情况	348
图表 2412011-2014年烟台张裕葡萄酒股份有限公司运营能力情况	348
图表 2422011-2014年烟台张裕葡萄酒股份有限公司成本费用统计	349
图表 2432014年统一企业中国控股有限公司分行业情况表	351
图表 2442014年统一企业中国控股有限公司业务结构情况	351
图表 2452011-2014年统一企业中国控股有限公司收入与利润统计	352
图表 2462011-2014年统一企业中国控股有限公司资产与负债统计	352
图表 2472011-2014年统一企业中国控股有限公司盈利能力情况	352
图表 2482011-2014年统一企业中国控股有限公司偿债能力情况	353
图表 2492011-2014年统一企业中国控股有限公司运营能力情况	353
图表 2502011-2014年统一企业中国控股有限公司成本费用统计	353
图表 2512014年统一企业中国控股有限公司成本费用结构图	354
图表 2522011-2014年杭州娃哈哈集团盈利能力分析	358
图表 2532013-2014年中国蒙牛乳业有限公司有限公司分产品情况表	360
图表 2542014年中国蒙牛乳业有限公司有限公司业务结构情况	360
图表 2552011-2014年中国蒙牛乳业有限公司收入与利润统计	361
图表 2562011-2014年中国蒙牛乳业有限公司资产与负债统计	361
图表 2572011-2014年中国蒙牛乳业有限公司盈利能力情况	361
图表 2582011-2014年中国蒙牛乳业有限公司偿债能力情况	361
图表 2592011-2014年中国蒙牛乳业有限公司运营能力情况	362

图表 2602011-2014年中国蒙牛乳业有限公司成本费用统计	362
图表 2612014年中国蒙牛乳业有限公司成本费用结构图	362
图表 2622015-2020年中国饮料制造业销售收入预测趋势图	372
图表 2632003-2013年各种饮料销售占比情况	375
图表 264理化指标	404
图表 265微生物指标	405
图表 266茶、咖啡、植物饮料允许使用的添加剂情况	407

访问中商产业研究院：<http://www.askci.com>

报告在线阅读：<http://www.askci.com/reports/2014/12/24/16524538j9.shtml>

□□□□□□□□□□

□□□□□ □□□□□ □□□□□□ □□□□□ □□□□□

□□□□□□□□□□

IPO□□□□ □□□□□ □□□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□□
□□□□

三、研究机构

公司介绍



Placeholder text block with various symbols and the word IPO.

中商产业研究院产品与服务

Placeholder text block describing products and services.

Placeholder text block at the bottom of the page.

核心优势

专业

团队

请选择报告版本： _____

1 PDF电子版9000元/份 2 印刷版9000元/份 3 PDF电子版+印刷版9000元/份

总计金额： _____万 _____仟 _____佰 _____拾 _____元 （小写： _____元）

预计付款日期： _____年 _____月 _____日

指定账号：

开户行：中国工商银行深圳市分行

开户名：深圳中商产业研究院有限公司

帐号：4000 0230 0920 1417 009

款到后，发票随后寄发。此账号为唯一指定账号。

联系方式：

研究报告：400-666-1917

IPO咨询专线：400-788-9689

产业园区咨询专线：400-788-9700

可研报告¥商业计划书：400-788-9700

市场调研：400-666-1917

政府投资规划咨询热线：400-788-9700

北京：北京市朝阳区东四环中路41号嘉泰国际大厦B座13层（中国纺织科学研究院）

深圳：深圳市福田区中心区红荔路1001号银盛大厦7层（团市委办公大楼）

香港：香港皇后大道中183号中远大厦19楼

传真：0755-25407715/010-83525881

网址：<http://www.askci.com>

电邮：service@askci.com

备注：请将订阅信息填好后，传真至我中心客服部，款到后发票随后寄发。