

2012-2016年碳酸饮料市场专项调研与投资方向研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2012-2016年碳酸饮料市场专项调研与投资方向研究报告》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：<https://www.huaon.com/detail/119937.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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

碳酸饮料主要成分包括：碳酸水、柠檬酸等酸性物质、白糖、香料，有些含有咖啡因，人工色素等。除糖类能给人体补充能量外，充气的“碳酸饮料”中几乎不含营养素。2012年1-5月，中国软饮料产量4752.44万吨，同比增长了10.69%，比2012年1-4月产量增速下降0.34个百分点，比2011年同期增速下降16.34个百分点；其中5月份单月产量达到1099.86万吨，同比增长10.31%，比4月份产量增速回升1.04个百分点，比2011年同期增速下降19.51个百分点。总体来看，除了包装饮用水累计产量增速较2011年快速上升之外，各品种软饮料累计产量增速与2011年同期比较均有不同程度有降，其中：2012年1-5月包装饮用水累计产量增速较2011年同期增速上升8.77个百分点；精制茶类增速比2011年同期增速下降17.82个百分点；碳酸饮料类(汽水)产量增速同比2011年同期大幅下降，增速较2011年同期增速下降28.43个百分点；果汁和蔬菜汁饮料类增幅比2011年同期增速下降16.15个百分点。

2011年，受国家政策支持，城乡居民收入水平提高和消费结构调整的影响，我国软饮料销量保持较快增长势头。2011年，我国软饮料销售量为11621.90万吨，同比增长18.70%。销售量增速较产量增速低3.30个百分点，在产量增速下滑的同时，销量增速低于产量增速，说明软饮料“去库存化”过程告一段落，也表明通货膨胀对终端消费市场产生了一定的影响。“十二五”期间，我国着重调整饮料产品结构。2012年1-5月，各种软饮料产量按累计增速快慢依次来看：包装饮用水累计产量2039.26万吨，同比增长31.59%，比2012年1-4月产量增速下降0.74个百分点，比2011年同期增速上涨8.77个百分点；精制茶累计产量为105.38万吨，同比增长率为14.91%，比1-4月产量增速上升5.09个百分点，比2011年同期增速下降17.82个百分点；果蔬汁累计产量787.21万吨，同比增长5.02%，在软饮料中仍保持最快增长态势，比1-4月产量增速上升7.9个百分点，但增速比2011年同期增速下降16.15个百分点；碳酸饮料累计产量501.64万吨，同比增长了-3.43%，比1-4月产量增速回升1.1个百分点，比2011年同期增速下降28.43个百分点。在软饮料中，只有包装饮用水累计产量增速较2011年同期上升。

艾凯数据研究中心发布的《2012-2016年碳酸饮料市场专项调研与投资方向研究报告》共十六章。本行业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、国家发改委、国家海关总署、质检总局、工商总局、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、中国饮料工业协会、中国医药商业协会、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息等公布和提供的大量资料。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，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。

第一章 软饮料行业相关概述

第一节 软饮料的定义

第二节 软饮料分类介绍

第三节 各类软饮料主要用途

第二章 中国软饮料行业运行环境分析

第一节 2011-2012年中国经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2012年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2011-2012年中国软饮料行业政策环境分析

一、软饮料行业标准

二、软饮料行业政策

第三节 2011-2012年中国软饮料行业社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、中国城镇化率

六、居民的各种消费观念和习惯

第三章 中国软饮料行业发展现状分析

第一节 2011-2012年软饮料行业发展现状

一、软饮料行业发展概况

二、软饮料行业生产状况分析

第二节 2011-2012年软饮料企业发展分析

一、软饮料企业发展动态分析

二、软饮料企业发展存在的问题

三、软饮料企业战略发展分析

第三节 2011-2012年软饮料行业经济运行分析

一、2011-2012年软饮料行业产值分析

二、2011-2012年软饮料行业效益分析

三、2011-2012年软饮料行业进口分析

四、2011-2012年软饮料行业出口分析

第四节 2011-2012年软饮料市场发展分析

一、2011年软饮料市场分析

二、2011年软饮料市场变化分析

三、2012-2016年软饮料市场走势分析

第五节 软饮料行业面临的挑战及发展建议

一、软饮料行业发展面临的难题

二、：软饮料行业发展建议

第四章 我国软饮料销售市场分析

第一节 我国软饮料行业采购经理人指数分析

第二节 我国软饮料批发市场分析

第三节 我国软饮料零售市场分析

第五章 中国软饮料行业市场营销战略分析

第一节 软饮料企业营销分析

一、软饮料市场营销现状

二、软饮料品牌成功因素分析

三、软饮料企业营销战略研究

第二节 软饮料营销渠道分析

一、软饮料销售渠道构成

二、软饮料营销渠道策略分析

第三节 软饮料行业营销策略分析

第六章 中国软饮料行业数据监测

第一节 2010-2012年中国软饮料行业总体数据分析

一、2010年中国软饮料行业全部企业数据分析

二、2011年中国软饮料行业全部企业数据分析

三、2012年1-6月中国软饮料行业全部企业数据分析

第二节 2010-2012年中国软饮料行业不同规模企业数据分析

一、2010年中国软饮料行业不同规模企业数据分析

二、2011年中国软饮料行业不同规模企业数据分析

三、2012年1-6月中国软饮料行业不同规模企业数据分析

第三节 2010-2012年中国软饮料行业不同所有制企业数据分析

一、2010年中国软饮料行业不同所有制企业数据分析

二、2011年中国软饮料行业不同所有制企业数据分析

三、2012年1-6月中国软饮料行业不同所有制企业数据分析

第七章 中国软饮料行业发展分析

第一节 2011-2012年软饮料行业发展现状

一、软饮料行业的发展史

二、软饮料市场变化分析

三、2011年软饮料市场运行分析

四、2011年软饮料市场发展分析

五、软饮料质量情况分析

六、软饮料市场现状分析

第二节 2011-2012年软饮料市场供需分析

一、软饮料产值分析

二、软饮料需求分析

三、影响软饮料市场需求的因素

第三节 软饮料行业生产分析

一、产品及原材料进口、自有比例

二、国内产品及原材料生产基地分布

三、2010-2012年产品及原材料产能情况分析

第四节 软饮料行业产量分析

一、2010-2012年软饮料产量分析

二、2012-2016年软饮料产量预测

第八章 中国软饮料行业发展分析

第一节 2011-2012年软饮料市场发展分析

一、软饮料发展分析

二、软饮料市场发展有利因素分析

三、软饮料市场消费特点分析

第二节 2011-2012年软饮料出口状况分析

一、软饮料出口数量及金额分析

二、软饮料主要出口市场分析

第三节 2011-2012年软饮料行业存在的问题及对策

一、软饮料产品问题分析

二、软饮料行业存在的问题

第九章 中国软饮料行业竞争格局分析

第一节 2011-2012年软饮料行业竞争结构分析

一、软饮料种类品牌竞争

二、软饮料技术创新竞争

三、软饮料销售渠道竞争

第二节 2011-2012年软饮料类型及企业品牌分析

一、可乐

二、雪碧

三、芬达

四、七喜

五、美年达

第十章 中国软饮料市场竞争分析

第一节 2011-2012年软饮料行业集中度分析

一、软饮料市场集中度分析

二、软饮料区域集中度分析

三、软饮料企业集中度分析

第二节 2011-2012年软饮料市场竞争分析

一、软饮料市场竞争现状分析

二、软饮料企业竞争动态分析

三、软饮料行业竞争策略研究

第十一章 软饮料地区销售状况分析统计

第一节 华北地区

一、北京

二、山西

三、天津

四、内蒙古

第二节 华南地区

一、海南

二、广西

三、广东

第三节 华中地区

一、湖南

二、湖北

三、河南

第四节 华东地区

一、上海

二、江苏

三、浙江

四、安徽

五、福建

六、山东

第五节 西北地区

一、陕西

二、甘肃

三、新疆

四、青海

第六节 东北地区

- 一、黑龙江
- 二、吉林
- 三、辽宁

第七节 西南地区

- 一、贵州
- 二、四川
- 三、云南
- 四、重庆
- 五、西藏

第十二章 中国软饮料行业发展前景分析

第一节 2012-2016年软饮料市场发展前景分析

- 一、2012-2016年软饮料市场发展潜力分析
- 二、2012-2016年软饮料市场发展前景分析

第二节 2012-2016年软饮料产品市场发展前景分析

- 一、2012年软饮料市场走势分析
- 二、2012-2016年软饮料市场发展趋势分析

第十三章 中国软饮料行业发展趋势分析

第一节 对软饮料市场发展预测

- 一、2012-2016年软饮料市场供给预测
- 二、2012-2016年软饮料市场销量预测
- 三、2012-2016年软饮料市场规模预测

第二节 2012-2016年软饮料市场发展趋势

- 一、2012-2016年软饮料行业发展趋势
- 二、2012-2016年软饮料市场发展趋势

第十四章 软饮料整体行业发展规划分析

第一节 2012-2016年软饮料行业发展规划分析

- 一、软饮料行业发展机会分析
- 二、软饮料行业发展机遇分析
- 三、软饮料行业发展规划分析

第二节 2012-2016年软饮料行业投资风险分析

- 一、2012-2016年软饮料行业市场风险预测
- 二、2012-2016年软饮料行业政策风险预测
- 三、2012-2016年软饮料行业经营风险预测
- 四、2012-2016年软饮料行业竞争风险预测

五、2012-2016年软饮料行业其他风险预测

第十五章 软饮料行业投资现状与建议

第一节 软饮料行业投资现状分析

一、软饮料市场投资现状

二、软饮料市场投资机会分析

三、对软饮料市场投资分析

第二节 2012-2016年软饮料行业投资战略分析

一、软饮料市场投资策略分析

二、软饮料细分市场投资策略分析

三、对软饮料行业的投资建议

第十六章 中国软饮料行业投资战略研究

第一节 市场策略分析

一、软饮料价格策略分析

二、软饮料渠道策略分析

第二节 对我国软饮料品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性分析

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 软饮料企业经营管理策略

一、定价策略

二、竞争策略

三、并购重组策略

四、营销策略

五、人力资源

图表目录

图表：软饮料产业链分析

图表：2010-2012年软饮料市场规模

图表：软饮料生命周期

图表：2011年我国软饮料行业主要经济指标

图表：2011年我国软饮料出厂价格和消费价格月度涨幅

图表：2011年软饮料销售收入

图表：2011年软饮料销售收入增长趋势图

图表：2011年软饮料不同规模企业销售额

图表：2011年1-6月软饮料不同规模企业销售额对比图

图表：2011年1-9月软饮料不同规模企业销售额对比图

图表：2011年1-12月软饮料不同所有制企业销售额

图表：2011年软饮料不同所有制企业销售额

图表：2011软饮料不同所有制企业销售额对比图

图表：2011软饮料利润总额

图表：2011年软饮料利润总额增长趋势图

图表：2011软饮料不同规模企业利润总额

图表：2011年软饮料不同规模企业利润总额对比图

图表：2011年1-6月软饮料不同所有制企业利润总额

图表：2011年中国软饮料年产量

通过《2012-2016年碳酸饮料市场专项调研与投资方向研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业的发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/119937.html>