

# 2009年中国固体饮料制造行业市场研究及投资发展预测报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2009年中国固体饮料制造行业市场研究及投资发展预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/200907/19992.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

### 第一章 2008年中国固体饮料制造行业市场运行环境解析

#### 一、2008年中国经济发展环境分析

- (一) 2008年中国宏观经济运行情况
- (二) 全球金融危机对中国产业格局影响
- (三) 中国应对金融危机的措施

#### 二、2008年中国固体饮料制造行业政策环境分析

- (一) 固体饮料卫生标准
- (二) 《含乳饮料卫生标准》
- (三) 饮料强制性国标《饮料通则》出台

#### 三、2008年中国固体饮料制造行业技术环境分析

#### 四、2008年中国固体饮料制造行业社会环境分析

- (一) 居民消费
- (二) 消费观念

### 第二章 固体饮料的相关概述

#### 一、固体饮料简述

#### 二、固体饮料的分类

#### 三、固体饮料特点

#### 四、饮料质量鉴别

#### 五、固体饮料选购小常识

### 第三章 2008年全球固体饮料制造行业发展概况

#### 一、2008年固体饮料发展的国际经济环境分析

- (一) 经济全球化进程加速
- (二) 新科技革命促进固体饮料行业快速发展
- (三) 全球产业结构调整加快固体饮料产业升级

#### 二、2008年全球饮料行业发展概况

- (一) 饮料市场呈现多样化
- (二) 消费需求倾向健康、方便和环保
- (三) 保健功能饮料越来越受到关注
- (四) 新品种接连进入市场
- (五) 全球饮料产销的重心转向亚洲

## 二、2008年全球饮料主要国家运行分析

### （一）美国

### （二）英国

### （三）日本

## 三、2009-2012年全球饮料行业发展趋势分析

## 第四章 2008年中国固体饮料制造行业发展现状综述

### 一、2008年中国固体饮料动态分析

#### （一）低聚麦芽糖助推固体饮料升级

#### （二）饮料市场启用新国标

#### （三）固体饮料质量堪忧

#### （四）果蔬粉尽展诱人前景

### 二、2008年中国固体饮料制造业概述

### 三、2008年中国固体饮料市场运行分析

### 四、2008年中国固体饮料市场重点产品产销分析

#### （一）果香型固体饮料

#### （二）蛋白型固体饮料

#### （三）其他型固体饮料

### 五、2008年中国固体饮料制造业面临的机遇与挑战

## 第五章 2007-2008年中国固体饮料制造行业数据监测分析

### 一、2007-2008年中国固体饮料制造行业总体数据分析

#### （一）2007年中国固体饮料制造行业全部企业数据分析

#### （二）2008年中国固体饮料制造行业全部企业数据分析

### 二、2007-2008年中国固体饮料制造行业不同规模企业数据分析

#### （一）2007年中国固体饮料制造行业不同规模企业数据分析

#### （二）2008年中国固体饮料制造行业不同规模企业数据分析

### 三、2007-2008年中国固体饮料制造行业不同所有制企业数据分析

#### （一）2007年中国固体饮料制造行业不同所有制企业数据分析

#### （二）2008年中国固体饮料制造行业不同所有制企业数据分析

## 第六章 2008年中国固体饮料市场营销分析

### 一、固体饮料销售渠道策略分析

#### （一）固体饮料行业现行渠道模式

#### （二）渠道维护的要点

(三) 固体饮料的餐饮渠道

## 二、固体饮料销售终端策略分析

(一) 终端营销在固体饮料行业中的重要地位

(二) 终端营销的实施

(三) 终端营销的关键点控制

(四) 终端促销方案分析

## 三、果珍市场的营销现状

(一) 果珍固体饮料的市场现状

(二) 果珍固体饮料的渠道分析

## 第七章 2008年中国固体饮料消费者调查分析

### 一、主要城市固体饮料消费频率分析

(一) 各城市固体饮料消费频率比较

(二) 各城市不同年龄层消费者消费频率分析

(三) 各城市不同收入层消费者消费频率分析

### 二、固体饮料消费习惯分析

(一) 主要城市消费者固体饮料消费动机分析

(二) 主要城市消费者品牌习惯研究

### 三、固体饮料包装形式偏好分析

(一) 包装喜好总体情况及城市比较

(二) 各城市不同年龄层消费者包装形式喜好研究

(三) 各城市不同收入层消费者包装形式喜好研究

### 四、固体饮料重度消费者研究

(一) 重度消费者年龄分布

(二) 影响重度消费者的购买因素分析

## 第八章 2008年中国固体饮料制造行业竞争格局透析

### 一、2008年中国固体饮料制造行业竞争现状

(一) 品牌竞争格局

(二) 价格竞争形式

(三) 促销方式分析

### 二、2008年中国固体饮料行业集中度分析

### 三、2008年中国固体饮料行业竞争策略分析

### 四、2009-2012年中国固体饮料竞争趋势分析

## 第九章 全球知名品牌固体饮料制造企业发展分析

### 一、高乐高

### 二、雀巢

### 三、多美滋

### 四、纽贝斯特

## 第十章 中国固体饮料制造行业知名企业分析

### 一、东莞雀巢有限公司

#### （一）企业概况

#### （二）企业经营状况分析

### 二、汕头市智多星食品有限公司

#### （一）企业概况

#### （二）企业经营状况分析

### 三、汕头市三鹿食品有限公司

#### （一）企业概况

#### （二）企业经营状况分析

### 四、东台市天力源食品有限公司

#### （一）企业概况

#### （二）企业经营状况分析

### 五、维维集团

#### （一）企业概况

#### （二）企业经营状况分析

### 六、卡夫天美食品(天津)有限公司

#### （一）企业概况

#### （二）企业经营状况分析

## 第十一章 2008年中国固体饮料上下游产业链运行分析

### 一、上游原材料供应量

#### （一）固体饮料主要原料产量

#### （二）主要原材料区域分布

### 二、原材料价格

#### （一）近年我国固体饮料主要原料产品的价格变动趋势

#### （二）不同地区固体饮料主要原料产品价格

### 三、原材料供应商议价能力

(一) 中国固体饮料主要原料产品的供求对比

(二) 原材料行业与固体饮料行业的议价能力

#### 四、固体饮料消费总量分析

(一) 2008年固体饮料消费总量

(二) 重点地区消费量分析

(三) 固体饮料消费结构

#### 五、固体饮料消费影响因素

(一) 产品质量因素

(二) 产品价格因素

(三) 渠道因素

(四) 品牌因素

(五) 包装因素

#### 六、固体饮料的主要渠道分析

(一) 便利店

(二) 批发商

(三) 超市、大卖场

(四) 出口贸易

#### 七、下游议价能力综述(消费者、经销商)

### 第十二章 2009-2012年中国固体饮料制造行业发展及投资前景分析

#### 一、2009-2012年中国固体饮料制造行业市场预测分析

(一) 中国固体饮料制造行业市场供给预测分析

(二) 中国固体饮料制造行业市场需求预测分析

#### 二、2009-2012年中国豆制固体饮料发展策略

(一) 培育市场走“竞合”之路

(二) 消费培育是关键

(三) 行业联合做大市场

(四) 领先品牌深耕细作市场

#### 三、2009-2012年中国固体饮料制造行业投资分析

(一) 中国固体饮料制造行业投资环境分析

(二) 中国固体饮料制造行业投资机会分析

(三) 中国固体饮料制造行业投资风险分析

图表目录（部分）：

图表：2008年中国GDP增长情况

图表：2001-2008年中国工业增加值与发电量

图表：2005-2008年中国投资、消费、出口走势

图表：2001-2008年中国CPI、PPI走势

图表：2001-2008年中国进出口走势

图表：2001-2008年中国失业率走势

图表：2007-2008年中国货币供应量

图表：2008年1-9月份我国部分行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份我国周期性行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长（同比增长率%）

图表：近期公布的刺激经济的政策一览表

图表：提高出口退税率的清单

图表：略&hellip;&hellip;

更多图表见报告正文

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200907/19992.html>