

2011-2015年中国固体饮料 市场分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2011-2015年中国固体饮料市场分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/yinliao1010/T028532K1H.html>

【报告价格】纸介版**6800**元 电子版**7000**元 纸介+电子**7200**元

【出版日期】2010-10-19

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 www.bosidata.com

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2011-2015年中国固体饮料市场分析与投资前景研究报告》共十四章。首先介绍了中国固体饮料制造行业市场运行环境、世界固体饮料制造行业运行概况等,接着分析了中国固体饮料制造行业的现状,然后介绍了中国固体饮料制造行业竞争格局。随后,报告对中国固体饮料制造行业做了重点企业经营状况分析,最后分析了中国固体饮料制造行业发展趋势与投资预测。您若想对固体饮料制造产业有个系统的了解或者想投资固体饮料制造行业,本报告是您不可或缺的重要工具。

固体饮料是指以糖、乳和乳制品、蛋或蛋制品、果汁或食用植物提取物等为主要原料,添加适量的辅料或食品添加剂制成的每100克成品水分不高于5克的固体制品,呈粉末状、颗粒状或块状,如豆晶粉、麦乳精,速溶咖啡、菊花晶等,分蛋白型固体饮料、普通型固体饮料和焙烤型固体饮料(速溶咖啡)3类。它以食用方便、卫生,独特的风味、品种多样等优势备受消费者的青睐。在市场中有良好的发展空间。

第一章 2010年中国固体饮料制造行业市场运行环境分析

第一节 2010年中国宏观经济环境分析

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、2011年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2010年中国固体饮料制造行业政策环境分析

一、七大措施搞活流通扩大消费政策解析(快速消费品)

二、固体饮料卫生标准

三、《含乳饮料卫生标准》

四、饮料强制性国标《饮料通则》出台

五、茶、咖啡、植物饮料允许使用添加剂的原则

第三节 2010年中国固体饮料加工工艺

第四节 2010年中国固体饮料制造行业社会环境分析

第二章 2010年世界固体饮料制造行业运行概况分析

第一节 2010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、世界产业结构调整加快固体饮料产业升级

第二节 2010年世界饮料行业发展概况

- 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、世界饮料产销的重心转向亚洲

第三节 2010年世界饮料主要国家运行分析

- 一、美国
- 二、英国
- 三、日本

第四节 2011-2015年世界饮料行业发展趋势分析

第三章 2010年中国固体饮料制造行业发展现状分析

第一节 2010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、南昌开展固体饮料生产加工专项整顿
- 四、固体饮料质量抽检情况

第二节 2010年中国固体饮料市场重点产品市场剖析

- 一、果香型固体饮料
- 二、蛋白型固体饮料
- 三、其他型固体饮料

第三节 2010年中国固体饮料制造业面临的机遇与挑战

第四章 2010年中国固体饮料添加剂解析

第一节 增稠剂

- 一、作用——增强固体饮料口感
- 二、代表产品：即溶花粉类、果汁速溶品类

第二节 麦芽糊精

- 一、“无糖食品”中常出现
- 二、代表产品：杏仁粉、玉米糊、藕粉等

第三节 酸味剂/酸味调节剂

- 一、作用——工业提纯可以无杂质
- 二、代表产品：果汁类速溶品

第四节 阿斯巴甜

- 一、作用——降低糖分摄入
- 二、代表产品：杏仁粉、核桃粉等

第五节 植脂末

- 一、含有反式脂肪酸
- 二、代表产品：奶茶、咖啡、果汁类

第六节 膳食纤维

- 一、基础概述
- 二、代表产品：阿胶核桃粉

第五章 2008-2010年中国固体饮料制造行业主要数据监测分析

第一节 2008-2010年中国固体饮料制造行业总体数据分析

- 一、2008年中国固体饮料制造行业全部企业数据分析
- 二、2009年中国固体饮料制造行业全部企业数据分析
- 三、2010年中国固体饮料制造行业全部企业数据分析

第二节 2008-2010年中国固体饮料制造行业不同规模企业数据分析

- 一、2008年中国固体饮料制造行业不同规模企业数据分析
- 二、2009年中国固体饮料制造行业不同规模企业数据分析
- 三、2010年中国固体饮料制造行业不同规模企业数据分析

第三节 2008-2010年中国固体饮料制造行业不同所有制企业数据分析

- 一、2008年中国固体饮料制造行业不同所有制企业数据分析
- 二、2009年中国固体饮料制造行业不同所有制企业数据分析
- 三、2010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 2010年中国固体饮料细分代表产品运行剖析——奶粉

第一节 奶粉相关阐述

一、奶粉的营养成分

二、国产奶粉质量分析

三、全脂奶粉

四、配方奶粉

第二节 2010年中国奶粉产业动态分析

一、洋奶粉占优国产品牌欲崛起

二、配方奶粉成为市场竞争热点

三、奶粉消费量呈现轻微下滑

四、婴幼儿奶粉市场潜力被看好

五、奶粉向多元化方向发展

六、国外奶粉对我国奶粉行业的冲击分析

第三节 2010年中国奶粉市场剖析

一、中国奶粉市场供给情况

二、中国奶粉消费情况

三、中国奶粉得点区域市场价格同比分析

第四节 2010年中国奶粉代表企业运行分析

一、伊利乳业集团

二、蒙牛乳业集团

三、北京三元食品股份有限公司

第七章 2010年中国固体饮料细分代表产品运行探析——咖啡

第一节 中国咖啡可望进入消费“井喷”时代

第二节 宜顿咖啡以多元化发展的趋势迅速在中国崛起

第三节 国内的咖啡销量飞速递加

第四节 中国咖啡重点区域市场分析

一、昆明成咖啡原料集散地

二、海南咖啡产业步履维艰

第五节 中国咖啡市场价格分析

第八章 2010年中国固体饮料其综产品运行分析

第一节 果珍

第二节 芝麻糊、核桃粉

第三节 麦片

第四节 豆浆粉

第九章 2010年中国固体饮料市场营销解析

第一节 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

第二节 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

第三节 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

第十章 2010年中国固体饮料消费者调查分析

第一节 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

第二节 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

第三节 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

第四节 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

第十一章 2010年中国固体饮料制造行业竞争格局分析

第一节 2010年中国固体饮料制造行业竞争现状

- 一、品牌竞争格局
- 二、价格竞争分析
- 三、促销方式分析
- 四、营养成份与包装竞争和分析

第二节 2010年中国固体饮料行业集中度分析

- 一、市场集中度分析
- 二、企业集中度分析

第三节 2010年中国固体饮料行业竞争策略分析

第四节 2011-2015年中国固体饮料竞争趋势分析

第十二章 2010年世界知名品牌固体饮料制造企业在华运营情况浅析

第一节 高乐高

- 一、公司概况
- 二、品牌竞争力分析
- 三、在华市场销售情况
- 四、国际化发展战略分析

第二节 雀巢

- 一、公司概况
- 二、品牌竞争力分析
- 三、在华市场销售情况
- 四、国际化发展战略分析

第三节 多美滋

- 一、公司概况
- 二、品牌竞争力分析
- 三、在华市场销售情况
- 四、国际化发展战略分析

第四节 纽贝斯特

- 一、公司概况
- 二、品牌竞争力分析

三、在华市场销售情况

四、国际化发展战略分析

第十三章 2010年中国固体饮料制造行业内优势企业竞争力分析

第一节 东莞雀巢有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 汕头市智多星食品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 汕头市三鹿食品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节 东台市天力源食品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节 维维集团

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节 卡夫天美食品(天津)有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十四章 2011-2015年中国固体饮料制造行业发展趋势与投资预测分析

第一节 2011-2015年中国固体饮料制造行业发展前景

一、中国饮料产业前景预测

二、果蔬粉尽展诱人前景

第二节 2011-2015年中国固体饮料新趋势预测分析

第三节 2011-2015年中国固体饮料制造行业市场预测分析

第四节 2011-2015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

第五节 2011-2015年中国固体饮料制造行业投资机会分析

第六节 2011-2015年中国固体饮料制造行业投资风险分析

第七节 专家投资建议

图表目录：（部分）

图表：2005-2010年上半年国内生产总值

图表：2005-2010年上半年居民消费价格涨跌幅度

图表：2010年上半年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2010年上半年国家外汇储备

图表：2005-2010年上半年财政收入

图表：2005-2010年上半年全社会固定资产投资

图表：2010年上半年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2010年上半年固定资产投资新增主要生产能力

图表：东莞雀巢有限公司主要经济指标走势图

图表：东莞雀巢有限公司经营收入走势图

图表：东莞雀巢有限公司盈利指标走势图

图表：东莞雀巢有限公司负债情况图

图表：东莞雀巢有限公司负债指标走势图

图表：东莞雀巢有限公司运营能力指标走势图

图表：东莞雀巢有限公司成长能力指标走势图

图表：汕头市智多星食品有限公司主要经济指标走势图

图表：汕头市智多星食品有限公司经营收入走势图

图表：汕头市智多星食品有限公司盈利指标走势图

图表：汕头市智多星食品有限公司负债情况图

图表：汕头市智多星食品有限公司负债指标走势图

图表：汕头市智多星食品有限公司运营能力指标走势图

图表：汕头市智多星食品有限公司成长能力指标走势图

图表：汕头市三鹿食品有限公司主要经济指标走势图

图表：汕头市三鹿食品有限公司经营收入走势图

图表：汕头市三鹿食品有限公司盈利指标走势图

图表：汕头市三鹿食品有限公司负债情况图

图表：汕头市三鹿食品有限公司负债指标走势图

图表：汕头市三鹿食品有限公司运营能力指标走势图

图表：汕头市三鹿食品有限公司成长能力指标走势图

图表：东台市天力源食品有限公司主要经济指标走势图

图表：东台市天力源食品有限公司经营收入走势图

图表：东台市天力源食品有限公司盈利指标走势图

图表：东台市天力源食品有限公司负债情况图

图表：东台市天力源食品有限公司负债指标走势图
图表：东台市天力源食品有限公司运营能力指标走势图
图表：东台市天力源食品有限公司成长能力指标走势图
图表：维维集团主要经济指标走势图
图表：维维集团经营收入走势图
图表：维维集团盈利指标走势图
图表：维维集团负债情况图
图表：维维集团负债指标走势图
图表：维维集团运营能力指标走势图
图表：维维集团成长能力指标走势图
图表：卡夫天美食品(天津)有限公司主要经济指标走势图
图表：卡夫天美食品(天津)有限公司经营收入走势图
图表：卡夫天美食品(天津)有限公司盈利指标走势图
图表：卡夫天美食品(天津)有限公司负债情况图
图表：卡夫天美食品(天津)有限公司负债指标走势图
图表：卡夫天美食品(天津)有限公司运营能力指标走势图
图表：卡夫天美食品(天津)有限公司成长能力指标走势图
图表：2011-2015年中国固体饮料制造行业消费预测分析

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/yinliao1010/T028532K1H.html>