

2007-2008年中国饮料行业 研究发展分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2007-2008年中国饮料行业研究发展分析报告》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/200806/1482.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、饮料行业简述

第一节、饮料的相关概念

一、软饮料的概念

二、功能饮料的概念

三、酒的概念

第二节、饮料的分类

一、软饮料的分类

二、酒的分类

三、茶叶分类

第二章、国际饮料市场

第一节、国际饮料市场总体分析

一、全球饮料市场发展状况

二、世界饮料市场消费情况回顾

三、全球饮料产品发展状况

第二节、欧洲

一、欧洲饮料市场产品丰富

二、健康饮料成欧洲市场新宠

三、2005年欧洲酒精饮料消费概况

第三节、亚洲

一、日本饮料市场发展现状

二、中东及海湾地区饮料市场现状

三、2005年韩国饮料市场销售概况

第四节、美国

一、美国饮料市场简况

二、美国机能性饮料发展迅速

三、美国饮料商关注儿童饮料市场的开发

第三章、中国饮料行业分析

第一节、中国饮料业总体分析

一、国内饮料行业发展历程

二、中国饮料行业发展现状

三、国内饮料行业发展的特点

第二节、2004 - 2006年饮料业运行状况

一、2004年饮料行业运行状况

二、2005年饮料行业运行状况

三、2006年饮料行业热点分析

第三节、中国饮料行业品牌运作分析

一、中国饮料业品牌发展缺乏个性

二、国内饮料业品牌运作的误区

三、饮料业应将本土品牌推向国际

第四节、中国饮料行业的问题与对策

一、国内流通领域饮料质量问题分析

二、现阶段中国饮料产业存在的问题

三、国内饮料业应主动改进寻求发展

第四章、中国饮料工业经济运行分析

第一节、2005年中国饮料工业企业运行分析

一、2005年中国全部饮料企业经济运行情况

二、2005年中国不同规模饮料企业经济运行情况

三、2005年中国不同所有制饮料企业经济运行情况

第二节、2006年1 - 6月中国饮料工业经济运行分析

一、2006年1 - 6月中国全部饮料制造企业经济运行情况

二、2006年1 - 6月中国不同规模饮料制造企业经济运行情况

三、2006年1 - 6月中国不同所有制饮料企业经济运行情况

第三节、2004年 - 2006年6月饮料制造业收入前十家企业分析

一、2004年12月饮料制造业收入前十家企业分析

二、2005年12月饮料制造业收入前十家企业分析

三、2006年6月饮料制造业收入前十家企业分析

第五章、中国饮料市场分析

第一节、中国饮料市场消费者行为分析

一、中国大众饮料消费性质分析

- 二、高校学生饮料市场消费状况
- 三、饮料市场冬、夏季消费反差强烈

第二节、2004 - 2006年饮料市场形势

- 一、2004年饮料市场形势回顾
- 二、2005年中国饮料市场格局
- 三、2006年饮料市场上的“变奏曲”

第三节、2006年各地区饮料市场运行态势

- 一、广东饮料市场面面观
- 二、河南省饮料市场发展状况
- 三、北京饮料市场状况
- 四、上海饮料市场形势
- 五、西安饮料市场特点分析

第六章、酒精行业

第一节、国际食用酒精业现状及发展趋势

- 一、全球酒精产量及预测
- 二、美国蔗产酒精业前景不容乐观
- 三、2010年巴西酒精业将领先世界

第二节、中国酒精行业发展分析

- 一、中国酒精工业发展概况
- 二、国内食用酒精业存在的问题
- 三、中国酒精工业发展的思路

第三节、食用酒精市场现状与趋势预测

- 一、2005年食用酒精市场问题分析
- 二、未来酒精市场发展形势预测
- 三、广西生物酒精业前景广阔

第七章、酒精饮料

第一节、国际饮料酒市场发展概述

- 一、世界啤酒市场发展历程
- 二、国际桶装啤酒市场现状分析
- 三、国际葡萄酒的生产、消费及贸易状况

第二节、中国酒行业发展总体分析

一、2005年中国酒业总体运行态势

二、中国酒产业结构出现重大变化

三、中国酒饮料的总体消费状况

四、中国酒行业存在的核心问题

五、国内酒行业发展总体趋势

第三节、白酒

一、白酒行业发展状况

二、白酒市场竞争态势

三、白酒行业发展趋势分析

第四节、啤酒

一、啤酒行业发展分析

二、啤酒市场竞争形势

三、啤酒行业发展趋势分析

第五节、葡萄酒

一、葡萄酒工业发展状况

二、葡萄酒市场竞争格局

三、葡萄酒业发展趋势分析

第六节、黄酒

一、黄酒行业发展分析

二、黄酒市场的竞争格局

三、黄酒行业发展趋势分析

第八章、软饮料

第一节、国际软饮料市场总体分析

一、全球软饮料消费概况

二、全球天然植物软饮料品种繁多

三、亚洲市场带动世界软饮料消费

四、美国软饮料巨头退出小学市场

第二节、中国软饮料行业发展综述

一、软饮料业发展环境分析

二、中国软饮料行业发展特征

三、中国软饮料产业趋于国际化

四、国内软饮料品牌遭遇挑战

第三节、软饮料子行业发展综合分析

一、茶饮料行业现状、竞争及趋势分析

二、果汁饮料行业现状、竞争及趋势分析

三、功能饮料迅速崛起

第四节、软饮料市场形势分析

一、中国软饮料市场发展历程

二、中国软饮料市场的消费形态

三、中国软饮料市场竞争格局

第五节、软饮料发展前景预测

一、软饮料行业竞争趋势预测

二、软饮料市场发展趋势分析

三、汤饮料成为饮料发展的下一个目标

第九章、茶行业

第一节、国际茶市场发展状况

一、国际茶叶市场发展状况

二、全球茶业市场消费特点

三、全球茶叶市场经营方式分析

第二节、中国茶行业总体分析

一、中国茶行业发展现状

二、中国茶叶产区分布状况

三、茶行业的全球化发展之路

第三节、中国茶市场发展状况

一、中国茶叶市场的发展历程

二、中国茶叶市场的性质分析

三、中国有机茶叶市场状况

四、茶行业的营销业态分析

第四节、主要地区茶叶市场分析

一、华北地区茶叶市场

二、华东地区茶叶市场

三、东北地区茶叶市场

四、中原地区茶叶市场

五、西南地区茶叶市场

六、广东、港澳台地区茶叶市场

第五节、茶叶消费状况分析

一、中国茶叶消费结构特点

二、茶叶消费规律及特点

三、国内茶市场消费形式分析

四、国内茶叶消费趋势分析

第六节、中国茶行业出口分析

一、近年来中国茶业出口概况

二、2004年中国茶叶出口情况

三、2005年中国茶叶出口情况浅析

四、解决中国茶叶出口问题的对策

五、中国茶业出口前景光明

第七节、茶行业发展存在的问题与对策分析

一、国内茶业发展存在的主要问题

二、茶行业存在问题的主要原因

三、茶行业发展问题的对策与建议

四、中国茶行业的发展战略

第十章、饮料制造业产量数据分析

第一节、2004 - 2006年6月全国各地区发酵酒精产量数据

一、2004年全国各地区发酵酒精产量数据分析

二、2005年全国各地区发酵酒精产量数据分析

三、2006年1 - 6月全国各地区发酵酒精产量数据分析

第二节、2004 - 2006年6月全国各地区软饮料产量数据

一、2004年全国各地区软饮料产量数据分析

二、2005年全国各地区软饮料产量数据分析

三、2006年1 - 6月全国各地区软饮料产量数据分析

第三节、2004 - 2006年6月全国各地区精制茶产量数据

一、2004年全国各地区精制茶产量数据分析

二、2005全国各地精制茶加工产量数据分析

三、2006年1 - 6月全国各地精制茶加工产量数据分析

第十一章、中国饮料制品进出口数据分析

第一节、2001 - 2005年进出口总体数据分析

一、加味、加糖或其他甜物质的水

二、麦芽酿造的啤酒

三、浓度 < 80度的未改性乙醇蒸馏酒等酒精饮料

第二节、2004 - 2005年中国重点省份进出口总体数据

一、加味、加糖或其他甜物质的水

二、麦芽酿造的啤酒

三、浓度 < 80度的未改性乙醇蒸馏酒等酒精饮料

第三节、2004 - 2005年主要国家的进出口数据

一、加味、加糖或其他甜物资的水

二、麦芽酿造的啤酒

三、浓度 < 80度的未改性乙醇蒸馏酒等酒精饮料

第十二章、饮料行业原材料供应分析

第一节、食糖工业形势分析

一、全球食糖工业发展状况

二、中国食糖工业现状分析

三、食糖进出口政策分析

第二节、2004 - 2006年6月份水果市场分析

一、2004年水果市场走势分析

二、2005年中国水果市场分析

三、2006年上半年水果市场形势分析

第三节、2004 - 2006年6月蔬菜市场分析

一、2004年蔬菜市场分析

二、2005年蔬菜市场分析

三、2006年上半年蔬菜市场形势分析

第十三章、饮料包装行业

第一节、国际饮料包装行业总体分析

- 一、国际饮料包装工业发展回顾
- 二、世界饮料产品包装市场现状
- 三、全球饮料包装行业的新理念
- 四、饮料包装成国际饮料商关注焦点

第二节、中国饮料包装行业总体分析

- 一、饮料包装产业发展回顾
- 二、饮料包装产业的多元化发展
- 三、饮料包装业应围绕环保问题发展

第三节、中国饮料包装市场发展状况

- 一、国内饮料包装市场发展态势
- 二、中国饮料包装市场竞争格局
- 三、儿童饮料包装市场分析

第四节、饮料包装业发展趋势分析

- 一、国际饮料包装发展趋势
- 二、中国饮料包装市场的发展趋势
- 三、中国饮料酒塑料包装前景乐观
- 四、国内茶饮料包装前景广阔

第十四章、中国饮料行业营销分析

第一节、中国饮料行业营销策略分析

- 一、国内饮料营销的五大派系
- 二、国内饮料业营销策略的潜规则
- 三、饮料市场营销方略深度分析
- 四、饮料业终端销售策略分析
- 五、国内饮料业营销的突围之道

第二节、中国饮料业营销模式案例分析

- 一、尖叫饮料的营销模式分析
- 二、统一茶饮料营销模式浅析
- 三、乐百氏健康快车的营销模式
- 四、国内功能性饮料企业营销模式分析

第三节、中国饮料业营销发展趋势分析

一、体验式营销策略应用前景广阔

二、中国白酒产业营销趋势分析

第十五章、中国饮料业竞争分析

第一节、中国饮料业竞争形势分析

一、国内饮料市场竞争格局

二、国内饮料工业竞争的基本规则

三、饮料市场竞争明星效应大过低价策略

第二节、2006年主要地区饮料市场竞争态势

一、浙江品牌饮料竞争更趋激烈

二、上海饮料市场竞争白热化

三、郑州饮料市场竞争态势

第三节、中国饮料业竞争趋势分析

一、未来饮料行业的竞争趋势

二、饮料业竞争焦点将面临新变化

三、饮料业未来竞争与发展五大关键主题

第十六章、饮料行业重点企业介绍

第一节、娃哈哈集团有限公司

一、娃哈哈集团有限公司简介

二、娃哈哈的成功之道

三、浅析娃哈哈的经营战略

第二节、顶新国际集团

一、顶新国际集团简介

二、2005 - 2006年3月公司经营状况

三、顶新集团发展前景分析

第三节、北京汇源饮料食品集团有限公司

一、汇源饮料食品集团简介

二、汇源果汁的品牌策略

三、浅析汇源果汁营销策略的隐患

第四节、河北承德露露股份有限公司

一、露露股份有限公司简介

二、2005 - 2006年3月公司经营情况

三、承德露露的网络化战略浅析

第五节、贵州茅台股份有限公司

一、茅台股份有限公司简介

二、2005 - 2006年3月经营状况

三、贵州茅台提高产能需营销开道

第六节、宜宾五粮液股份有限公司

一、五粮液股份有限公司简介

二、2005 - 2006年3月公司经营情况

三、五粮液将提高高档酒市场份额

第七节、青岛啤酒股份有限公司

一、青岛啤酒股份有限公司简介

二、2005 - 2006年3月公司经营状况

三、青岛啤酒加强产品结构调整

第八节、燕京啤酒股份有限公司

一、燕京啤酒股份有限公司公司简介

二、2005 - 2006年3月公司经营情况

三、燕京啤酒以品牌引领市场

第九节、张裕集团

一、张裕集团简介

二、2005 - 2006年3月公司经营状况

三、张裕集团发展前景分析

第十节、通化葡萄酒股份有限公司

一、通化葡萄酒股份有限公司简介

二、2005 - 2006年3月公司经营状况

三、通化葡萄酒公司未来发展展望

第十七章、饮料行业投资及未来发展趋势分析

第一节、中国饮料行业投资分析

一、饮料行业发展的优势分析

二、饮料业发展的劣势分析

三、饮料行业投资效益分析

四、饮料市场消费趋势分析

五、2007年饮料行业投资机会分析

第二节、全球饮料行业发展趋势预测

一、世界饮料行业总体发展趋势

二、世界饮料产品研发趋势分析

三、全球保健型饮料发展前景广阔

四、全球生机饮料市场前景光明

第三节、中国饮料行业发展趋势分析

一、中国饮料业发展的总体趋势

二、未来中国饮料业的发展仍然广阔

第四节、中国饮料产品发展前景分析

一、中国饮料产品发展前景预测

二、健康型饮料产品市场前景乐观

三、森林饮料产品发展前景广阔

附录

附录一：食用酒精国家标准

附录二：出口保健茶检验通则

附录三：进出口茶叶粗纤维测定方法

附录四：进出口茶叶粉末和碎茶含量测定方法

图表目录：

图表1 啤酒的成分

图表2 中国茶叶分类

图表3 1993年-1999年世界饮料以地域别之平均每人消费量

图表4 1993年-1999年世界饮料以品目别之增减情况

图表5 2005年1 - 12月全部饮料制造企业全国合计

图表6 2005年1 - 12月大型饮料制造企业全国合计

图表7 2005年1 - 12月中型饮料制造企业全国合计

图表8 2005年1 - 12月小型饮料制造企业全国合计

图表9 2005年1 - 12月国有饮料制造企业全国合计

- 图表10 2005年1 - 12月集体饮料制造企业全国合计
- 图表11 2005年1 - 12月股份合作饮料制造企业全国合计
- 图表12 2005年1 - 12月股份制饮料制造企业全国合计
- 图表13 2005年1 - 12月私营饮料制造企业全国合计
- 图表14 2005年1 - 12月外商和港澳台投资饮料制造企业全国合计
- 图表15 2006年1 - 6月全部饮料制造企业全国合计
- 图表16 2006年1 - 6月大型饮料制造企业全国合计
- 图表17 2006年1 - 6月中型饮料制造企业全国合计
- 图表18 2006年1 - 6月小型饮料制造企业全国合计
- 图表19 2006年1 - 6月国有饮料制造企业全国合计
- 图表20 2006年1 - 6月集体饮料制造企业全国合计
- 图表21 2006年1 - 6月股份合作饮料制造企业全国合计
- 图表22 2006年1 - 6月股份制饮料制造企业全国合计
- 图表23 2006年1 - 6月私营饮料制造企业全国合计
- 图表24 2006年1 - 6月外商和港澳台投资饮料制造企业全国合计
- 图表25 2004年12月饮料制造业前十家企业
- 图表26 2004年12月饮料制造业前十家企业销售收入
- 图表27 2004年12月饮料制造业前十家企业利润额
- 图表28 2004年12月饮料制造业前十家企业的人数
- 图表29 2004年12月饮料制造业前十家企业资产总计
- 图表30 2005年12月饮料制造业前十家企业
- 图表31 2005年12月饮料制造业前十家企业销售收入
- 图表32 2005年12月饮料制造业前十家企业利润
- 图表33 2005年12月饮料制造业前十家企业人数
- 图表34 2005年12月饮料制造业前十家企业资产总计
- 图表35 2006年6月饮料制造业前十家企业
- 图表36 2006年6月饮料制造业前十家企业销售收入
- 图表37 2006年6月饮料制造业前十家企业利润额
- 图表38 2006年6月饮料制造业前十家企业人数
- 图表39 2006年6月饮料制造业前十家企业资产总计
- 图表40 消费者最经常喝的饮料
- 图表41 消费者购买饮料的价格分析

- 图表42 消费者最经常购买饮料的地点
- 图表43 消费者经常或喜欢饮用的饮料
- 图表44 消费者经常或喜欢饮用的饮料品牌
- 图表45 高校学生饮料饮用状况
- 图表46 液态奶类品牌透析
- 图表47 瓶装水类品牌透析
- 图表48 茶饮料类品牌透析
- 图表49 果汁类品牌透析
- 图表50 功能性饮料类品牌透析
- 图表51 碳酸饮料类品牌透析
- 图表52 高校学生对液态奶类饮料评价
- 图表53 高校学生对瓶装水类饮料评价
- 图表54 高校学生对茶饮料类饮料评价
- 图表55 高校学生对果汁类知名产品评价
- 图表56 高校学生对功能性饮料知名产品评价
- 图表57 高校学生对功能性饮料评价
- 图表58 2005年华北地区市场（北京、天津、河北、山西）品牌状况
- 图表59 2005年华中地区市场（河南、湖南、湖北）品牌状况
- 图表60 2005年华东地区市场（上海、山东、江苏、浙江、安徽、江西）品牌状况
- 图表61 2005年华南地区市场（广东、福建、海南）品牌状况
- 图表62 2005年西南地区市场（四川、广西、重庆、云南、西藏、贵州）品牌状况
- 图表63 2005年西北地区市场（甘肃、陕西、新疆、宁夏、青海、内蒙古）品牌状况
- 图表64 2005年东北地区市场（辽宁、黑龙江、吉林）品牌状况
- 图表65 2005年中国软饮料四省市市场分析
- 图表66 2004 - 2005年云南省统一、康师傅价格比较
- 图表67 2005年饮料行业龙头企业市场动态
- 图表68 2005年饮料行业新品回顾
- 图表69 2006年北京消费者经常饮用的饮料类型
- 图表70 2006年北京消费者经常饮用的饮料品牌
- 图表71 2006年北京市场消费者对个品牌的印象
- 图表72 2006年北京饮料市场影响消费者购买的因素
- 图表73 2006年北京饮料市场消费者购买饮料的场所

- 图表74 2006年北京饮料市场消费饮料的包装
- 图表75 2006年北京饮料市场消费者饮料消费的价格
- 图表76 2004年各大洲葡萄酒产量分布
- 图表77 2004年主要葡萄酒生产国产量
- 图表78 2004年各大洲葡萄酒消费量分布
- 图表79 2004年世界主要葡萄酒消费国
- 图表80 2003年葡萄酒人均消费量前12位的国家
- 图表81 2002-2004年主要葡萄酒生产国的产量、消费量和剩余量
- 图表82 2004年各大洲葡萄酒出口量分布
- 图表83 世界葡萄酒出口量的变化
- 图表84 2004年世界主要国家葡萄酒的出口量
- 图表85 2004年各大洲葡萄酒进口份额
- 图表86 2004年世界主要葡萄酒进口国
- 图表87 各酒类的购买力（%）
- 图表88 酒类的用途（%）
- 图表89 啤酒购买单价（%）
- 图表90 红酒购买单价
- 图表91 白酒购买单价
- 图表92 白酒不同用途的购买价格
- 图表93 啤酒不同用途的购买价格
- 图表94 选购酒类时的品牌倾向（%）
- 图表95 最吸引消费者购买的因素（%）
- 图表96 选购酒时最担忧的问题（%）
- 图表97 酒类购买渠道（%）
- 图表98 2005年白酒企业10强排名
- 图表99 2004年国内三大巨头产销规模
- 图表100 2004年国内三大巨头资本市场表现
- 图表101 1992 - 2015年黄酒行业规模发展态势
- 图表102 黄酒企业SWOT分析
- 图表103 1992 - 2004年黄酒产销量增长态势
- 图表104 1998 - 2004年黄酒产销量增长情况
- 图表105 2004年各省市黄酒市场销售规模同比增速

- 图表106 2004年销售收入千万元以上黄酒企业分布
- 图表107 2004年黄酒行业集中度
- 图表108 1998 - 2004年黄酒行业企业数量与利润率走势
- 图表109 2004 - 2005年黄酒行业上市公司比较
- 图表110 1998 - 2004年酿酒行业子行业销售费用率
- 图表111 1998年与2004年不同子行业销售费用占酿酒行业整体销售费用的比重
- 图表112 2004年黄酒企业广告费用比例
- 图表113 2004年黄酒行业广告投向
- 图表114 1998-2004年黄酒行业销售费用、销售费用率及其占酿酒行业比重
- 图表115 1998 - 2005年黄酒价格形势回顾
- 图表116 2005年中国和长三角地区人均消费水平
- 图表117 黄酒消费市场的容量
- 图表118 2005与2006年美国瓶装水销售量与人均消费量
- 图表119 2001 - 2002年软饮料增长情况
- 图表120 2005年统一、康师傅在茶饮料市场的份额比重
- 图表121 2001 - 2005年茶饮料销售量及销售额
- 图表122 2004年茶饮料品牌区域排名
- 图表123 2000 - 2004年茶饮料企业市场份额 (%)
- 图表124 2001年—2004年茶饮料品牌市场份额 (%)
- 图表125 2005年茶饮料新品
- 图表126 2000 - 2005年茶饮料与碳酸饮料市场份额 (销售量) 比较
- 图表127 2000 - 2005茶饮料与碳酸饮料市场份额 (销售额) 比较
- 图表128 2006 - 2009年茶饮料销售量销售额预测
- 图表129 主要城市消费者功能饮料饮用频率
- 图表130 2005年东部地区软饮料品牌格局
- 图表131 2005年中部地区软饮料品牌格局
- 图表132 2005年西部地区软饮料品牌格局
- 图表133 2005年全国功能饮料品牌营销
- 图表134 2005年北京桶装水品牌格局
- 图表135 1992与2001年世界茶叶产量比
- 图表136 1992与2001年世界茶叶主产国出口数据
- 图表137 1992与2001年世界茶叶进口消费量前十位变化数据

- 图表138 1992与2001年世界绿茶产量数据
- 图表139 1992与2001年世界绿茶出口数据
- 图表140 国际部分国家茶叶贸易价格
- 图表141 1971 - 1981年科威特茶叶进口总量和人均消费量
- 图表142 1950 - 2002年茶类比例变化 (%)
- 图表143 1979 - 1995年茶叶市场的6个阶段
- 图表144 1998-2001年茶叶供求关系
- 图表145 2002年全国茶叶主产省生产情况
- 图表146 1957 - 1967年主要地区普洱茶出口数据
- 图表147 1984 - 2001年中国名优茶发展情况
- 图表148 不同部位芽叶化学成分
- 图表149 2002年杭州市民茶叶消费情况调查表
- 图表150 1985 - 2001年中国出口茶类品种的比率 (%)
- 图表151 2004年1 - 12月发酵酒精全国合计
- 图表152 2004年1 - 12月发酵酒精山东省合计
- 图表153 2004年1 - 12月发酵酒精吉林省合计
- 图表154 2004年1 - 12月发酵酒精黑龙江合计
- 图表155 2004年1 - 12月发酵酒精河南省合计
- 图表156 2004年1 - 12月发酵酒精江苏省合计
- 图表157 2004年1 - 12月发酵酒精广西区合计
- 图表158 2005年1 - 12月发酵酒精全国合计
- 图表159 2005年1 - 12月发酵酒精吉林省合计
- 图表160 2005年1 - 12月发酵酒精山东省合计
- 图表161 2005年1 - 12月发酵酒精河南省合计
- 图表162 2005年1 - 12月发酵酒精江苏省合计
- 图表163 2005年1 - 12月发酵酒精黑龙江合计
- 图表164 2005年1 - 12月发酵酒精广西区合计
- 图表165 2006年1 - 6月发酵酒精全国合计
- 图表166 2006年1 - 6月发酵酒精吉林省合计
- 图表167 2006年1 - 6月发酵酒精安徽省合计
- 图表168 2006年1 - 6月发酵酒精江苏省合计
- 图表169 2006年1 - 6月发酵酒精山东省合计

图表170 2006年1 - 6月发酵酒精河南省合计
图表171 2006年1 - 6月发酵酒精广西区合计
图表172 2004年1 - 12月软饮料全国合计
图表173 2004年1 - 12月软饮料广东省合计
图表174 2004年1 - 12月软饮料浙江省合计
图表175 2004年1 - 12月软饮料江苏省合计
图表176 2004年1 - 12月软饮料山东省合计
图表177 2004年1 - 12月软饮料上海市合计
图表178 2004年1 - 12月软饮料河北省合计
图表179 2005年1 - 12月软饮料全国合计
图表180 2005年1 - 12月软饮料广东省合计
图表181 2005年1 - 12月软饮料浙江省合计
图表182 2005年1 - 12月软饮料江苏省合计
图表183 2005年1 - 12月软饮料山东省合计
图表184 2005年1 - 12月软饮料上海市合计
图表185 2005年1 - 12月软饮料河北省合计
图表186 2006年1 - 6月软饮料全国合计
图表187 2006年1 - 6月软饮料广东省合计
图表188 2006年1 - 6月软饮料浙江省合计
图表189 2006年1 - 6月软饮料江苏省合计
图表190 2006年1 - 6月软饮料山东省合计
图表191 2006年1 - 6月软饮料上海市合计
图表192 2006年1 - 6月软饮料河北省合计
图表193 2004年1-12月精制茶全国合计
图表194 2004年1-12月精制茶浙江省合计
图表195 2004年1-12月精制茶湖南省合计
图表196 2004年1-12月精制茶安徽省合计
图表197 2004年1-12月精制茶福建省合计
图表198 2004年1-12月精制茶四川省合计
图表199 2004年1-12月精制茶湖北省合计
图表200 2005年1-12月精制茶全国合计
图表201 2005年1-12月精制茶浙江省合计

- 图表202 2005年1-12月精制茶湖南省合计
- 图表203 2005年1-12月精制茶安徽省合计
- 图表204 2005年1-12月精制茶福建省合计
- 图表205 2005年1-12月精制茶四川省合计
- 图表206 2005年1-12月精制茶湖北省合计
- 图表207 2006年1 - 6月精制茶全国合计
- 图表208 2006年1 - 6月精制茶浙江省合计
- 图表209 2006年1 - 6月精制茶湖南省合计
- 图表210 2006年1 - 6月精制茶安徽省合计
- 图表211 2006年1 - 6月精制茶福建省合计
- 图表212 2006年1 - 6月精制茶四川省合计
- 图表213 2006年1 - 6月精制茶湖北省合计
- 图表214 2001年 - 2005年中国加味、加糖或其他甜物质的水进口的总值
- 图表215 2001年 - 2005年中国加味、加糖或其他甜物质的水出口的总值
- 图表216 2001年 - 2005年麦芽酿造的啤酒进口的总值
- 图表217 2001年 - 2005年麦芽酿造的啤酒出口的总值
- 图表218 2001年 - 2005年浓度 < 80度的未改性乙醇蒸馏酒等酒精饮料进口的总值
- 图表219 2001年 - 2005年浓度 < 80度的未改性乙醇蒸馏酒等酒精饮料出口的总值
- 图表220 2004年1 - 12月中国加味、加糖或其他甜物质的水主要省市进口的数据
- 图表221 2004年1 - 12月中国加味、加糖或其他甜物质的水主要省市出口的数据
- 图表222 2005年1 - 12月中国加味、加糖或其他甜物质的水主要省市进口的数据
- 图表223 2005年1 - 12月中国加味、加糖或其他甜物质的水主要省市出口的数据
- 图表224 2004年1 - 12月中国麦芽酿造的啤酒主要省市进口的数据
- 图表225 2004年1 - 12月中国麦芽酿造的啤酒主要省市出口的数据
- 图表226 2005年1 - 12月中国麦芽酿造的啤酒主要省市进口的数据
- 图表227 2005年1 - 12月中国麦芽酿造的啤酒主要省市出口的数据
- 图表228 2004年1 - 12月中国浓度 < 80度的未改性乙醇蒸馏酒等酒精饮料主要省市进口的数据
- 图表229 2004年1 - 12月中国浓度 < 80度的未改性乙醇蒸馏酒等酒精饮料主要省市出口的数据
- 图表230 2005年1 - 12月中国浓度 < 80度的未改性乙醇蒸馏酒等酒精饮料主要省市进口的数据

- 图表231 2005年1 - 12月中国浓度 < 80度的未改性乙醇蒸馏酒等酒精饮料主要省市出口的数据
- 图表232 2004年1 - 12月中国加味、加糖或其他甜物质的水主要国家的进口数据
- 图表233 2004年1 - 12月中国加味、加糖或其他甜物质的水主要国家的出口数据
- 图表234 2005年1 - 12月中国加味、加糖或其他甜物质的水主要国家的进口数据
- 图表235 2005年1 - 12月中国加味、加糖或其他甜物质的水主要国家的出口数据
- 图表236 2004年1 - 12月中国麦芽酿造的啤酒主要国家的进口数据
- 图表237 2004年1 - 12月中国麦芽酿造的啤酒主要国家的出口数据
- 图表238 2005年1 - 12月中国麦芽酿造的啤酒主要国家的进口数据
- 图表239 2005年1 - 12月中国麦芽酿造的啤酒主要国家的出口数据
- 图表240 2004年1 - 12月中国浓度 < 80度的未改性乙醇蒸馏酒等酒精饮料主要国家的进口数据
- 图表241 2004年1 - 12月中国浓度 < 80度的未改性乙醇蒸馏酒等酒精饮料主要国家的出口数据
- 图表242 2005年1 - 12月中国浓度 < 80度的未改性乙醇蒸馏酒等酒精饮料主要国家的进口数据
- 图表243 2005年1 - 12月中国浓度 < 80度的未改性乙醇蒸馏酒等酒精饮料主要国家的出口数据
- 图表244 世界食糖产量前十国(地区)产量占总产量比例
- 图表245 2005年中国水果批发（平均）价格表
- 图表246 2006年1 - 6月中国水果出口情况
- 图表247 2006年1 - 6月中国水果各省份进出口数据
- 图表248 2006年1 - 6月中国水果出口分国别
- 图表249 2006年1 - 6月中国水果进口分国别
- 图表250 2006年1 - 6月中国与东盟水果贸易分国别
- 图表251 2003 - 2006年广柑批发价格
- 图表252 2003 - 2006年蜜桔批发价格
- 图表253 2003 - 2006年甜橙批发价格
- 图表254 2003 - 2006年鸭梨批发价格
- 图表255 2003 - 2006年国光苹果批发价格
- 图表256 2003 - 2006年富士苹果批发价格
- 图表257 2003 - 2006年香蕉批发价格

- 图表258 2003 - 2006年菠萝批发价格
- 图表259 2003 - 2006年龙眼批发价格
- 图表260 2003 - 2006年芒果批发价格
- 图表261 2004年12月蔬菜主要品种月平均价格
- 图表262 2006年3 - 6月份中国蔬菜部分品种的平均批发价格
- 图表263 2006年1 - 6月中国蔬菜出口分品种
- 图表264 2006年1 - 6月中国蔬菜出口分省份
- 图表265 2006年1 - 6月中国蔬菜出口分地区
- 图表266 2006年1 - 6月中国蔬菜对东盟主要国家出口情况
- 图表267 2003 - 2006年大白菜批发价格
- 图表268 2003 - 2006年洋白菜批发价格
- 图表269 2003 - 2006年土豆批发价格
- 图表270 2003 - 2006年胡萝卜批发价格
- 图表271 2003 - 2006年黄瓜批发价格
- 图表272 2003 - 2006年西红柿批发价格
- 图表273 2003 - 2006年大蒜批发价格
- 图表274 2003 - 2006年生姜批发价格
- 图表275 2003 - 2006年芹菜批发价格
- 图表276 2003 - 2006年豆角批发价格
- 图表277 2003 - 2006年青椒批发价格
- 图表278 2003 - 2006年葱头批发价格
- 图表279 2003 - 2005年康师傅控股有限公司资产负债表
- 图表280 2003 - 2005年康师傅控股有限公司综合损益表
- 图表281 2006年一季度康师傅控股有限公司主要财务数据
- 图表282 2005年度河北承德露露股份有限公司主营业务分行业、产品情况表
- 图表283 2004 - 2005年河北承德露露股份有限公司财务状况
- 图表284 2005年度河北承德露露股份有限公司主要利润指标情况
- 图表285 2005年度河北承德露露股份有限公司扣除非经常性损益项目和涉及金额
- 图表286 2003 - 2005年河北承德露露股份有限公司主要会计数据和财务指标
- 图表287 2006年一季度河北承德露露股份有限公司主要会计数据及财务指标
- 图表288 2006年一季度河北承德露露股份有限公司非经常性损益项目金额
- 图表289 2005年贵州茅台股份有限公司主营业务分行业、分产品情况表

- 图表290 2005年度贵州茅台股份有限公司主营业务分地区情况表
- 图表291 2005年度贵州茅台股份有限公司主要供应商、客户情况
- 图表292 2005年度贵州茅台股份有限公司主要财务数据
- 图表293 2005年度贵州茅台股份有限公司扣除非经常性损益项目和金额
- 图表294 2003 - 2005年贵州茅台股份有限公司主要会计数据和财务指标
- 图表295 2006年一季度贵州茅台股份有限公司经营状况
- 图表296 2005年度五粮液股份有限公司按行业划分的业务构成情况
- 图表297 2005年度五粮液股份有限公司按主要产品列示的经营情况
- 图表298 2005年度五粮液股份有限公司主营业务按地区构成情况
- 图表299 2005年度五粮液股份有限公司会计数据摘要
- 图表300 2005年度五粮液股份有限公司非经常性损益扣除的项目、涉及金额
- 图表301 2003 - 2005年五粮液股份有限公司主要会计数据和财务指标
- 图表302 2006年一季度五粮液股份有限公司主营业务构成情况
- 图表303 2006年一季度五粮液股份有限公司按主要产品划分的经营情况
- 图表304 2006年一季度五粮液股份有限公司主营业务分地区情况
- 图表305 2005年度青岛啤酒股份有限公司主营业务分行业、分产品情况表
- 图表306 2005年度青岛啤酒股份有限公司主营业务分地区情况表
- 图表307 2005年度青岛啤酒股份有限公司利润表
- 图表308 2005年度青岛啤酒股份有限公司经营成果
- 图表309 2004 - 2005年青岛啤酒股份有限公司现金流量表
- 图表310 2006年一季度青岛啤酒股份有限公司主要会计数据及财务指标
- 图表311 2004 - 2005年北京燕京啤酒股份有限公司主营业务
- 图表312 2005年北京燕京啤酒股份有限公司主营业务分行业、产品情况表
- 图表313 2005年北京燕京啤酒股份有限公司主营业务分地区情况表
- 图表314 2005年北京燕京啤酒股份有限公司主要供应商、客户情况
- 图表315 2004 - 2005年北京燕京啤酒股份有限公司资产情况
- 图表316 2004 - 2005年北京燕京啤酒股份有限公司主要财务数据说明
- 图表317 2005年北京燕京啤酒股份有限公司现金流量构成情况
- 图表318 2004 - 2005年北京燕京啤酒股份有限公司现金流量同比变化情况
- 图表319 2005年北京燕京啤酒股份有限公司会计数据
- 图表320 2005年北京燕京啤酒股份有限公司涉及具体项目和金额
- 图表321 2003 - 2005年北京燕京啤酒股份有限公司主要会计数据及财务指标

- 图表322 2006年一季度北京燕京啤酒股份有限公司主要会计数据及财务指标
- 图表323 2006年一季度北京燕京啤酒股份有限公司非经常性损益项目
- 图表324 2005年度公司主要经营业绩
- 图表325 按产品分类的主营业务收入和主营业务利润构成情况
- 图表326 按地区分布的主营业务收入及主营业务利润构成情况
- 图表327 2005年1 - 12月份张裕集团主要财务指标
- 图表328 2005年1 - 12月份张裕集团扣除非经常性损益的项目和涉及金额
- 图表329 2003 - 2005年末张裕集团主要会计数据和财务指标
- 图表330 2006年一季度张裕集团主要财务指标
- 图表331 2005年通化葡萄酒股份有限公司主营业务分行业情况表
- 图表332 2005年通化葡萄酒股份有限公司主营业务分产品情况表
- 图表333 2005年通化葡萄酒股份有限公司主营业务分地区情况表
- 图表334 2005年通化葡萄酒股份有限公司占主营业务收入或主营业务利润总额10%以上主要产品
- 图表335 2005年通化葡萄酒股份有限公司主要供应商、客户情况
- 图表336 2005年通化葡萄酒股份有限公司资产构成情况
- 图表337 2004 - 2005年通化葡萄酒股份有限公司主要财务数据变化情况
- 图表338 2004 - 2005年通化葡萄酒股份有限公司现金流量情况分析
- 图表339 2005年通化葡萄酒股份有限公司主要财务数据
- 图表340 2005年通化葡萄酒股份有限公司扣除非经常性损益项目和金额
- 图表341 2003 - 2005年末通化葡萄酒股份有限公司前三年主要会计数据和财务指标
- 图表342 2006年一季度通化葡萄酒股份有限公司主要会计数据及财务指标
- 图表343 1998 - 2005年中国饮料行业投资效益变化趋势
- 图表344 2005年中国饮料行业投资效益状况(一)
- 图表345 2005年中国饮料行业投资效益状况(二)
- 图表346 食用酒精的感官要求
- 图表347 食用酒精的理化指标(一)
- 图表348 食用酒精的理化指标(二)
- 图表349 出口保健茶检验理化指标(一)
- 图表350 出口保健茶检验理化指标(二)
- 图表351 出口保健茶批量定量包装净含量允许负偏差(一)
- 图表352 出口保健茶批量定量包装净含量允许负偏差(二)

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200806/1482.html>