

2007-2008年中国软饮料行业 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年中国软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/200806/1483.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、软饮料行业概述

第一节、饮料和软饮料

一、饮料的定义

二、软饮料的定义及分类

第二节、软饮料细分产品介绍

一、碳酸饮料

二、果汁（浆）及果汁饮料

三、蔬菜汁及蔬菜汁饮料

四、乳饮料

五、植物蛋白饮料

六、瓶装饮用水

七、茶饮料

八、固体饮料

九、特殊用途饮料

十、其它饮料

第二章、国际软饮料市场概况

第一节、全球软饮料市场概况

一、环球三大饮品“谁主沉浮”

二、全球软饮料业寻找新出路

三、国际软饮料业新流行产品

四、西方低糖软饮料发展时机已成熟

第二节、欧洲软饮料市场

一、欧洲运动饮料有潜力赶超美国

二、德国软饮料行业

三、意大利软饮料行业

四、保加利亚软饮料行业

第三节、美国软饮料市场

一、美国软饮料市场概况

二、美国软饮料行业压力增大

三、美国饮料行业瓶装水带来新战略

第三章、中国软饮料行业

第一节、中国软饮料行业现状分析

一、中国饮料行业概述

二、2005年中国软饮料业运行特点

三、2006年中国软饮料行业发展特点

四、中国软饮料业价格战进入“白热化”

五、中国软饮料业增长迅速

第二节、软饮料行业安全与健康

一、食品饮料行业面对健康和赢利难以选择

二、食品饮料业面临安全考验

三、迫切建立食品饮料安全保障体系

四、管理问题是中国饮料行业发展的重要问题

第三节、中国软饮料行业面临的挑战及对策

一、中国“饮料”企业将面临八大考验

二、中国本土软饮料企业又遭受新品牌挑战

三、国内企业应对品牌竞争对策

四、中国饮料企业攻克技术壁垒的途径

第四节、软饮料的前景预测

一、2007年中国软饮料产业发展趋势分析

二、中国软饮料行业发展潜力巨大

三、中国“软饮料”市场最新发展趋势分析

四、国内软饮料品种发展方向

五、“汤饮料”成为饮料业发展的下一个目标

第四章、2005-2007年5月软饮料制造业经济数据分析

第一节、2005年-2007年5月中国软饮料制造企业总体数据分析

一、2005年1-12月中国软饮料制造企业总体数据分析

二、2006年1-12月中国软饮料制造企业总体数据分析

三、2007年1-5月中国软饮料制造企业总体数据分析

第二节、2006年1-12月中国软饮料制造企业数据分析

一、2006年1-12月中国软饮料制造不同所有制企业数据分析

二、2006年1-12月中国软饮料制造不同规模企业数据分析

第三节、2007年1-5月中国软饮料制造企业数据分析

一、2007年1-5月中国软饮料制造不同所有制企业数据分析

二、2007年1-5月中国软饮料制造不同规模企业数据分析

第四节、2005年-2007年5月软饮料销售收入前十家企业分析

一、2005年1-12月软饮料销售收入前十家企业分析

二、2006年1-12月软饮料制造业销售收入前十家企业分析

三、2007年1-5月软饮料制造业销售收入前十家企业分析

第五章、茶饮料市场

第一节、国际茶饮料市场

一、日本茶饮料发展十分迅速

二、韩国茶叶市场概况

三、美国茶及茶饮料市场

四、哈萨克斯坦茶饮料市场容量大

第二节、中国茶饮料市场现状

一、中国茶饮料健康发展

二、中国茶饮料市场发展概况

三、中国茶饮料市场形势综述

四、2006年茶饮料成为中国饮料市场新主流

五、茶饮料使中国饮料市场竞争呈现多元化

第三节、茶饮料行业分析

一、中国茶饮料行业的宏观环境与行业瓶颈

二、中国“茶饮料”行业特点

三、中国“茶饮料”行业的发展及销量回顾

四、中国“茶饮料”行业产品和企业综合实力比拼

第四节、中国茶叶出口状况

一、2006年中国茶叶出口主要市场分析

二、2006年中国茶叶出口品种与地区分析

三、2007年1-5月中国茶叶出口形势分析

四、中国茶叶出口遭遇的技术壁垒与影响

第五节、中国茶饮料市场的问题与对策

一、中国茶饮料市场三大问题解析

- 二、中国茶饮料市场开辟须规范
- 三、利用茶饮料国家标准整治市场混乱格局
- 四、2007年中国茶饮料期待突破瓶颈
- 五、中国茶业应实现可持续发展
- 第六节、茶饮料的发展趋势分析
 - 一、2007年底茶饮料新国家标准将出台
 - 二、茶饮料的发展趋势
 - 三、茶饮料发展方向
 - 四、无糖茶饮料市场发展前景乐观

第六章、果汁行业

第一节、国际果汁市场概况

- 一、欧洲果汁市场状况
- 二、欧盟浓缩苹果汁供应数量上升
- 三、北美地区有机果汁市场销售额上涨
- 四、国际酸果汁市场凸显竞争优势

第二节、中国果汁行业现状分析

- 一、出口与消费双向并轨拉动果汁行业
- 二、果汁行业“冷”时代已起跑
- 三、国内果汁饮料行业概况

第三节、果汁市场分析

- 一、2007年果汁饮料市场惊现拐点
- 二、纯果汁成为果汁市场热点
- 三、饮料市场剑拔弩张的背后隐藏重重危机

第四节、果汁行业的发展前景与趋势

- 一、世界果汁饮料行业发展趋势预测
- 二、中国果汁业的前进方向
- 三、中国果汁饮料业发展方向分析
- 四、中国功能性果汁及果汁饮料呈持续增长态势
- 五、纯鲜果汁市场发展迅猛

第七章、功能饮料市场

第一节、功能饮料的相关概念

一、功能性饮料的定义

二、功能性饮料的分类

三、解析功能饮料

第二节、国际功能饮料市场现状

一、国际功能饮料发展现状

二、全球功能饮料市场高速发展

三、功能饮料掀起全球热潮

第三节、中国功能饮料的市场分析

一、中国功能饮料市场解读

二、“时势”推动功能饮料市场细分

三、高利润引发功能饮料市场大战

四、2007年二线功能饮料发展状况

第四节、中国功能饮料市场面临的挑战与对策

一、标准难确定制约功能饮料发展

二、功能饮料发展缓慢原因分析

三、功能饮料市场品牌雷同严重

四、品牌和品质决定功能饮料未来发展

五、功能饮料打造理想品牌日趋重要

第五节、功能饮料的发展前景预测

一、功能饮料市场前景

二、功能性饮料正在蓬勃发展

三、功能型饮料发展前景广阔

第八章、含乳饮料市场

第一节、含乳饮料相关概念

一、含乳饮料定义

二、各类含乳饮料

三、营养强化乳饮料

第二节、中国乳业现状

一、中国乳业发展现状

二、中国乳业品牌开始整合

三、中国乳业冠军解读

四、2006年中国乳业市场竞争“白热化”

第三节、含乳饮料市场分析

一、创新性含乳饮料市场具有增长性

二、乳饮料的市场创新

三、乳酸菌饮品掀起饮料市场竞争

四、2007年鲜奶涨价引发国内乳饮料竞争加剧

五、中国乳酸菌饮料行业需要更科学的标准

第四节、乳饮料发展前景预测

一、乳酸菌饮品是乳饮料的发展趋势

二、乳酸饮料发展前景利好

第九章、饮用水市场

第一节、国际饮用水市场

一、国际开始第三次饮用水革命

二、国外矿泉水市场发展分析

三、“天然水”成国际饮料市场新选择

第二节、中国饮用水市场状况

一、中国饮用水市场现状

二、饮用水市场服务制胜

三、饮用水市场可能重新洗牌

四、桶装水市场竞争更激烈

五、生活饮用水新标准愈早出台愈好

第三节、中国饮用水行业分析

一、中国饮用水行业发展四阶段

二、中国饮用水行业分析

三、矿泉水、纯净水行业解析

第四节、饮用水市场的发展趋势

一、饮用水产业将结合生命科学和营养学

二、中国矿泉水业的发展前景

三、“太空水”将是未来饮用水的趋势

四、矿物质水成为目前饮料市场的新竞争热点

第十章、碳酸饮料市场

第一节、碳酸饮料的相关介绍

一、碳酸饮料的定义

二、碳酸饮料的分类

三、碳酸饮料的利与弊

第二节、可口可乐与百事可乐

一、回顾可口可乐在中国的发展

二、永葆竞争活力的百事可乐

三、百事可乐与可口可乐的发展回顾

四、可口可乐与百事可乐的百年之战

第三节、中国碳酸饮料市场

一、透视碳酸饮料市场

二、欧洲可乐进入中国碳酸饮料市场

三、碳酸饮料更换包装点亮市场

四、“十一五”中国碳酸饮料生产比例将下降

第十一章、2005年-2007年6月软饮料产品产量数据分析

第一节、软饮料

一、2005年-2007年6月全国软饮料产量

二、2006年1-12月重点省市软饮料产量

三、2007年1-6月重点省市软饮料产量

第二节、碳酸饮料

一、2005年-2007年6月全国碳酸饮料产量

二、2006年1-12月重点省市碳酸饮料产量

三、2007年1-6月重点省市碳酸饮料产量

第三节、果汁及果汁饮料

一、2005年-2007年6月全国果汁及果汁饮料产量

二、2006年1-12月重点省市果汁及果汁饮料产量

三、2007年1-6月重点省市果汁及果汁饮料产量

第四节、液体乳

一、2005年-2007年6月全国液体乳产量

二、2006年1-12月重点省市液体乳产量

三、2007年1-6月重点省市液体乳产量

第五节、瓶（罐）装饮用水

一、2005年-2007年6月全国瓶（罐）装饮用水产量

二、2006年1-12月重点省市瓶（罐）装饮用水产量

三、2007年1-6月重点省市瓶（罐）装饮用水产量

第十二章、2001年-2007年6月软饮料进出口数据分析

第一节、未加糖或其他甜物质及未加味的水；冰及雪

一、2001年-2007年6月进出口总体数据分析

二、2006年-2007年6月中国重点省市进出口数据

三、2006年-2007年6月主要国家的进出口数据

第二节、加味、加糖或其他甜物质的水

一、2001年-2007年6月进出口总体数据分析

二、2006年-2007年6月中国重点省市进出口数据

三、2006年-2007年6月主要国家的进出口数据

第三节、其他发酵饮料；未列名的发酵饮料的混合物

一、2001年-2007年6月进出口总体数据分析

二、2006年-2007年6月中国重点省市进出口数据

三、2006年-2007年6月主要国家的进出口数据

第十三章、国内主要软饮料企业

第一节、杭州娃哈哈集团

一、娃哈哈企业发展历程

二、娃哈哈是中国企业成功的模范

三、娃哈哈成功创立自身品牌

四、娃哈哈的细分市场策划

第二节、广东乐百氏集团

一、乐百氏主要产品

二、乐百氏“差异化”营销

三、乐百氏在变革中前进

第三节、台湾统一企业

一、统一企业集团简介

二、台湾统一企业的营销策略

三、“统一”集团的创新管理模式

第四节、台湾康师傅

一、品牌简介

二、康师傅在大陆的发展回顾

三、康师傅靠渠道取胜

第五节、北京汇源果汁

一、汇源果汁企业简介

二、汇源果汁的发展之路

三、汇源果汁的品牌计划

四、浅析汇源市场细分

第十四章、软饮料营销分析

第一节、营销渠道分析

一、营销渠道的概念、类型与动态

二、营销渠道的发展阶段

三、营销渠道的策划分析

第二节、软饮料的营销策略

一、饮料营销策略探讨

二、饮料行业应塑造国际品牌

三、体验营销是饮料营销新动向

四、功能饮料的营销模式

第三节、案例分析

一、可口可乐的营销武器

二、百事可乐在中国的营销

三、蒙牛的营销策划

四、王老吉营销全案简析

第十五章、中国软饮料业竞争分析

第一节、软饮料行业竞争力分析-五力分析模型

一、现有竞争者分析

二、潜在进入者分析

三、供应商议价能力

四、替代品分析

五、消费者分析

第二节、软饮料行业竞争特点

一、外资企业在行业竞争中占重要地位

二、产品向中西部转移

三、软饮料品牌竞争日益成熟

四、软饮料行业的广告竞争更激烈

第三节、中国软饮料业竞争趋势

一、软饮料品类格局演变预测分析

二、未来竞争和发展的五大关键主题

三、中国软饮料行业竞争未来发展趋势

四、饮料市场竞争日趋多元化

第十六章、中国软饮料业投资分析

第一节、中国软饮料行业SWOT分析

一、劣势/威胁点

二、优势/机会点

第二节、投资风险

一、国内饮料行业竞争门槛提高

二、企业新产品开发力度加大

三、食品饮料行业成本压力过大

第三节、投资策略与建议

一、充分发挥资源优势进行产品创新

二、关键在于品牌培养与经营

三、放缓扩张速度加强结构调整

第四节、软饮料市场投资前景预测

一、软饮料市场前景商机大

二、果汁饮料行业投资前景广阔

三、投资浓缩苹果汁产业利润高

四、中国蔬菜汁生产发展前景诱人

附录

- 附录一：中华人民共和国食品卫生法
- 附录二：中华人民共和国农产品质量安全法
- 附录三：饮料产品生产许可证审查细则
- 附录四：中国调整碳酸饮料管理办法
- 附录五：出口饮料加工企业注册卫生规范
- 附录六：含乳饮料卫生标准
- 附录七：茶、咖啡、植物饮料允许使用添加剂的原则

图表目录：

- 图表1 2007年第一季度保加利亚软饮料消费增长趋势
- 图表2 2005年美国软饮料市场分布
- 图表3 1999-2003年瓶装水和碳酸水的增量对比
- 图表4 2005年1-11月中国软饮料运行情况
- 图表5 2005年上半年“两乐”合资合作企业与“十强”饮料企业对比
- 图表6 2006年1-3月农夫山泉各地区增长速度对比
- 图表7 1997-2004年软饮料销量增长对比
- 图表8 2005年1-12月中国全部软饮料制造企业工业数据
- 图表9 2006年1-12月中国全部软饮料制造企业工业数据
- 图表10 2007年1-5月中国全部软饮料制造企业工业数据
- 图表11 2006年1-12月中国全部软饮料制造国有企业工业数据
- 图表12 2006年1-12月中国全部软饮料制造集体企业工业数据
- 图表13 2006年1-12月中国全部软饮料制造股份合作企业工业数据
- 图表14 2006年1-12月中国全部软饮料制造股份制企业工业数据
- 图表15 2006年1-12月中国全部软饮料制造私营企业工业数据
- 图表16 2006年1-12月中国全部软饮料制造外商及港澳台投资企业工业数据
- 图表17 2006年1-12月中国全部软饮料制造其他所有制企业工业数据
- 图表18 2006年1-12月中国不同所有制软饮料制造企业累计工业总产值对比
- 图表19 2006年1-12月中国不同所有制软饮料制造企业累计产品销售收入对比
- 图表20 2006年1-12月中国不同所有制软饮料制造企业累计资产总计对比
- 图表21 2006年1-12月中国不同所有制软饮料制造企业累计利润总额对比

- 图表22 2006年1-12月中国不同所有制软饮料制造企业累计工业总产值增长对比
- 图表23 2006年1-12月中国不同所有制软饮料制造企业累计产销收入增长对比
- 图表24 2006年1-12月中国不同所有制软饮料制造企业累计利润总额增长对比
- 图表25 2006年1-12月中国不同所有制软饮料制造企业产销率对比
- 图表26 2006年1-12月中国不同所有制软饮料制造企业流动资产周转次数对比
- 图表27 2006年1-12月中国不同所有制软饮料制造企业人均销售率对比
- 图表28 2006年1-12月中国不同所有制软饮料制造企业亏损面对比
- 图表29 2006年1-12月中国不同所有制软饮料制造企业销售利润率对比
- 图表30 2006年1-12月中国不同所有制软饮料制造企业资金利税率对比
- 图表31 2006年1-12月中国全部软饮料制造大型企业工业数据
- 图表32 2006年1-12月中国全部软饮料制造中型企业工业数据
- 图表33 2006年1-12月中国全部软饮料制造小型企业工业数据
- 图表34 2006年1-12月中国不同规模软饮料制造企业累计工业总产值对比
- 图表35 2006年1-12月中国不同规模软饮料制造企业累计产品销售收入对比
- 图表36 2006年1-12月中国不同规模软饮料制造企业累计利润总额对比
- 图表37 2006年1-12月中国不同规模软饮料制造企业累计全部从业人员平均人数对比
- 图表38 2006年1-12月中国不同规模软饮料制造企业累计工业总产值增长对比
- 图表39 2006年1-12月中国不同规模软饮料制造企业累计产品销售收入增长对比
- 图表40 2006年1-12月中国不同规模软饮料制造企业累计利润总额增长对比
- 图表41 2006年1-12月中国不同规模软饮料制造企业累计固定资产净值平均余额增长对比
- 图表42 2006年1-12月中国不同规模软饮料制造企业亏损面对比
- 图表43 2006年1-12月中国不同规模软饮料制造企业销售利润率对比
- 图表44 2006年1-12月中国不同规模软饮料制造企业资金利税率对比
- 图表45 2007年1-5月中国全部软饮料制造国有企业工业数据
- 图表46 2007年1-5月中国全部软饮料制造集体企业工业数据
- 图表47 2007年1-5月中国全部软饮料制造股份合作企业工业数据
- 图表48 2007年1-5月中国全部软饮料制造股份制企业工业数据
- 图表49 2007年1-5月中国全部软饮料制造私营企业工业数据
- 图表50 2007年1-5月中国全部软饮料制造外商及港澳台投资企业工业数据
- 图表51 2007年1-5月中国全部软饮料制造其他所有制企业工业数据
- 图表52 2007年1-5月中国不同所有制软饮料制造企业累计工业总产值对比
- 图表53 2007年1-5月中国不同所有制软饮料制造企业累计产品销售收入对比

- 图表54 2007年1-5月中国不同所有制软饮料制造企业累计资产总计对比
- 图表55 2007年1-5月中国不同所有制软饮料制造企业累计资产总计对比
- 图表56 2007年1-5月中国不同所有制软饮料制造企业累计工业总产值增长对比
- 图表57 2007年1-5月中国不同所有制软饮料制造企业累计产品销售收入增长对比
- 图表58 2007年1-5月中国不同所有制软饮料制造企业累计利润总额增长对比
- 图表59 2007年1-5月中国不同所有制软饮料制造企业产销率对比
- 图表60 2007年1-5月中国不同所有制软饮料制造企业流动资产周转次数对比
- 图表61 2007年1-5月中国不同所有制软饮料制造企业人均销售率对比
- 图表62 2007年1-5月中国不同所有制软饮料制造企业亏损面对比
- 图表63 2007年1-5月中国不同所有制软饮料制造企业销售利润率对比
- 图表64 2007年1-5月中国不同所有制软饮料制造企业资金利税率对比
- 图表65 2007年1-5月中国全部软饮料制造大型企业工业数据
- 图表66 2007年1-5月中国全部软饮料制造中型企业工业数据
- 图表67 2007年1-5月中国全部软饮料制造小型企业工业数据
- 图表68 2007年1-5月中国不同规模软饮料制造企业累计工业总产值对比
- 图表69 2007年1-5月中国不同规模软饮料制造企业累计产品销售收入对比
- 图表70 2007年1-5月中国不同规模软饮料制造企业累计利润总额对比
- 图表71 2007年1-5月中国不同规模软饮料制造企业累计全部从业人员平均人数对比
- 图表72 2007年1-5月中国不同规模软饮料制造企业累计工业总产值增长对比
- 图表73 2007年1-5月中国不同规模软饮料制造企业累计产品销售收入增长对比
- 图表74 2007年1-5月中国不同规模软饮料制造企业累计利润总额增长对比
- 图表75 2007年1-5月中国不同规模软饮料制造企业累计固定资产净值平均余额增长对比
- 图表76 2007年1-5月中国不同规模软饮料制造企业亏损面对比
- 图表77 2007年1-5月中国不同规模软饮料制造企业销售利润率对比
- 图表78 2007年1-5月中国不同规模软饮料制造企业资金利税率对比
- 图表79 2005年1-12月软饮料制造业销售收入前十家企业对比
- 图表80 2005年1-12月销售收入前十家软饮料制造企业产品销售收入
- 图表81 2005年1-12月销售收入前十家软饮料制造企业资产总额
- 图表82 2005年1-12月销售收入前十家软饮料制造企业利润总额
- 图表83 2005年1-12月销售收入前十家软饮料制造企业累计从业人员平均人数
- 图表84 2006年1-12月软饮料制造业销售收入前十家企业对比
- 图表85 2006年1-12月销售收入前十家软饮料制造企业产品销售收入

- 图表86 2006年1-12月销售收入前十家软饮料制造企业资产总额
- 图表87 2006年1-12月销售收入前十家软饮料制造企业利润总额
- 图表88 2006年1-12月销售收入前十家软饮料制造企业累计从业人员平均人数
- 图表89 2007年1-5月软饮料制造业销售收入前十家企业对比
- 图表90 2007年1-5月销售收入前十家软饮料制造企业产品销售收入
- 图表91 2007年1-5月销售收入前十家软饮料制造企业资产总额
- 图表92 2007年1-5月销售收入前十家软饮料制造企业利润总额
- 图表93 2007年1-5月销售收入前十家软饮料制造企业累计从业人员平均人数
- 图表94 2001年日本各类饮料产量与增长
- 图表95 2001年日本各类饮料产值与增长
- 图表96 乌龙茶水与绿茶水1999-2001年的产量对比
- 图表97 乌龙茶水与绿茶水2000-2001年的产值对比
- 图表98 日本各种包装清凉饮料变化情况
- 图表99 2001年日本茶饮料包装状况
- 图表100 世界主要国家浓缩苹果汁消费量
- 图表101 果汁市场消费分析
- 图表102 人均果汁销量对比
- 图表103 2004年功能饮料市场占有率情况
- 图表104 主要城市消费者功能饮料使用频率
- 图表105 1000ML利乐包纯牛奶售价比较
- 图表106 2006年2月中国液态奶三巨头市场占有率比较
- 图表107 世界各地矿泉水年产量
- 图表108 碳酸饮料品牌提及率对比
- 图表109 碳酸饮料广告提及率对比
- 图表110 2005年1-12月软饮料全国合计
- 图表111 2006年1-12月软饮料全国合计
- 图表112 2007年1-6月软饮料全国合计
- 图表113 2006年1-12月软饮料广东省合计
- 图表114 2006年1-12月软饮料浙江省合计
- 图表115 2006年1-12月软饮料山东省合计
- 图表116 2006年1-12月软饮料上海市合计
- 图表117 2006年1-12月软饮料河南省合计

图表118 2006年1-12月软饮料北京市合计
图表119 2007年1-6月软饮料广东省合计
图表120 2007年1-6月软饮料浙江省合计
图表121 2007年1-6月软饮料河南省合计
图表122 2007年1-6月软饮料山东省合计
图表123 2007年1-6月软饮料上海市合计
图表124 2007年1-6月软饮料江苏省合计
图表125 2005年1-12月碳酸饮料全国合计
图表126 2006年1-12月碳酸饮料全国合计
图表127 2007年1-6月碳酸饮料全国合计
图表128 2006年1-12月碳酸饮料广东省合计
图表129 2006年1-12月碳酸饮料上海市合计
图表130 2006年1-12月碳酸饮料浙江省合计
图表131 2006年1-12月碳酸饮料北京市合计
图表132 2006年1-12月碳酸饮料江苏省合计
图表133 2006年1-12月碳酸饮料吉林省合计
图表134 2007年1-6月碳酸饮料广东省合计
图表135 2007年1-6月碳酸饮料上海市合计
图表136 2007年1-6月碳酸饮料浙江省合计
图表137 2007年1-6月碳酸饮料江苏省合计
图表138 2007年1-6月碳酸饮料辽宁省合计
图表139 2007年1-6月碳酸饮料北京市合计
图表140 2005年1-12月果汁及果汁饮料全国合计
图表141 2006年1-12月果汁及果汁饮料全国合计
图表142 2007年1-6月果汁及果汁饮料全国合计
图表143 2006年1-12月果汁及果汁饮料广东省合计
图表144 2006年1-12月果汁及果汁饮料陕西省合计
图表145 2006年1-12月果汁及果汁饮料山东省合计
图表146 2006年1-12月果汁及果汁饮料四川省合计
图表147 2006年1-12月果汁及果汁饮料北京市合计
图表148 2006年1-12月果汁及果汁饮料河南省合计
图表149 2007年1-6月果汁及果汁饮料广东省合计

图表150 2007年1-6月果汁及果汁饮料山东省合计
图表151 2007年1-6月果汁及果汁饮料浙江省合计
图表152 2007年1-6月果汁及果汁饮料河南省合计
图表153 2007年1-6月果汁及果汁饮料四川省合计
图表154 2007年1-6月果汁及果汁饮料北京市合计
图表155 2005年1-12月液体乳全国合计
图表156 2006年1-12月液体乳全国合计
图表157 2007年1-6月液体乳全国合计
图表158 2006年1-12月液体乳内蒙古合计
图表159 2006年1-12月液体乳河北省合计
图表160 2006年1-12月液体乳北京市合计
图表161 2006年1-12月液体乳山东省合计
图表162 2006年1-12月液体乳黑龙江合计
图表163 2006年1-12月液体乳辽宁省合计
图表164 2007年1-6月液体乳内蒙古合计
图表165 2007年1-6月液体乳河北省合计
图表166 2007年1-6月液体乳山东省合计
图表167 2007年1-6月液体乳黑龙江合计
图表168 2007年1-6月液体乳辽宁省合计
图表169 2007年1-6月液体乳河南省合计
图表170 2005年1-12月瓶（罐）装饮用水全国合计
图表171 2006年1-12月瓶（罐）装饮用水全国合计
图表172 2007年1-6月瓶（罐）装饮用水全国合计
图表173 2006年1-12月瓶（罐）装饮用水广东省合计
图表174 2006年1-12月瓶（罐）装饮用水浙江省合计
图表175 2006年1-12月瓶（罐）装饮用水山东省合计
图表176 2006年1-12月瓶（罐）装饮用水上海市合计
图表177 2006年1-12月瓶（罐）装饮用水四川省合计
图表178 2006年1-12月瓶（罐）装饮用水辽宁省合计
图表179 2007年1-6月瓶（罐）装饮用水广东省合计
图表180 2007年1-6月瓶（罐）装饮用水浙江省合计
图表181 2007年1-6月瓶（罐）装饮用水山东省合计

- 图表182 2007年1-6月瓶（罐）装饮用水上海市合计
- 图表183 2007年1-6月瓶（罐）装饮用水四川省合计
- 图表184 2007年1-6月瓶（罐）装饮用水辽宁省合计
- 图表185 2001年-2005年中国未加糖或其他甜物质及未加味的水；冰及雪进口的总值
- 图表186 2001年-2005年中国未加糖或其他甜物质及未加味的水；冰及雪出口的总值
- 图表187 2006年1-12月中国未加糖或其他甜物质及未加味的水；冰及雪进口的总值
- 图表188 2006年1-12月中国未加糖或其他甜物质及未加味的水；冰及雪出口的总值
- 图表189 2007年1-6月中国未加糖或其他甜物质及未加味的水；冰及雪进口的总值
- 图表190 2007年1-6月中国未加糖或其他甜物质及未加味的水；冰及雪出口的总值
- 图表191 2006年1-12月中国未加糖或其他甜物质及未加味的水；冰及雪主要省市的进口数据
- 图表192 2006年1-12月中国未加糖或其他甜物质及未加味的水；冰及雪主要省市的出口数据
- 图表193 2007年1-6月中国未加糖或其他甜物质及未加味的水；冰及雪主要省市的进口数据
- 图表194 2007年1-6月中国未加糖或其他甜物质及未加味的水；冰及雪主要省市的出口数据
- 图表195 2006年1-12月中国未加糖或其他甜物质及未加味的水；冰及雪进口主要国家的数据
- 图表196 2006年1-12月中国未加糖或其他甜物质及未加味的水；冰及雪出口主要国家的数据
- 图表197 2007年1-6月中国未加糖或其他甜物质及未加味的水；冰及雪进口主要国家的数据
- 图表198 2007年1-6月中国未加糖或其他甜物质及未加味的水；冰及雪出口主要国家的数据
- 图表199 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200 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201 2006年1-12月中国加味、加糖或其他甜物质的水进口的总值
- 图表202 2006年1-12月中国加味、加糖或其他甜物质的水出口的总值
- 图表203 2007年1-6月中国加味、加糖或其他甜物质的水进口的总值
- 图表204 2007年1-6月中国加味、加糖或其他甜物质的水出口的总值
- 图表205 2006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206 2006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207 2007年1-6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208 2007年1-6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209 2006年1-12月中国加味、加糖或其他甜物质的水进口主要国家的数据
- 图表210 2006年1-12月中国加味、加糖或其他甜物质的水出口主要国家的数据
- 图表211 2007年1-6月中国加味、加糖或其他甜物质的水进口主要国家的数据
- 图表212 2007年1-6月中国加味、加糖或其他甜物质的水出口主要国家的数据
- 图表213 2001年-2005年中国其他发酵饮料；未列名的发酵饮料的混合物进口的总值

- 图表214 2001年-2005中国其他发酵饮料；未列名的发酵饮料的混合物出口的总值
- 图表215 2006年1-12月中国其他发酵饮料；未列名的发酵饮料的混合物进口的总值
- 图表216 2006年1-12月中国其他发酵饮料；未列名的发酵饮料的混合物出口的总值
- 图表217 2007年1-6月中国其他发酵饮料；未列名的发酵饮料的混合物进口的总值
- 图表218 2007年1-6月中国其他发酵饮料；未列名的发酵饮料的混合物出口的总值
- 图表219 2006年1-12月中国其他发酵饮料；未列名的发酵饮料的混合物主要省市进口的数据
- 图表220 2006年1-12月中国其他发酵饮料；未列名的发酵饮料的混合物主要省市出口的数据
- 图表221 2007年1-6月中国其他发酵饮料；未列名的发酵饮料的混合物主要省市进口的数据
- 图表222 2007年1-6月中国其他发酵饮料；未列名的发酵饮料的混合物主要省市出口的数据
- 图表223 2006年1-12月中国其他发酵饮料；未列名的发酵饮料的混合物进口主要国家的数据
- 图表224 2006年1-12月中国其他发酵饮料；未列名的发酵饮料的混合物出口主要国家的数据
- 图表225 2007年1-6月中国其他发酵饮料；未列名的发酵饮料的混合物进口主要国家的数据
- 图表226 2007年1-6月中国其他发酵饮料；未列名的发酵饮料的混合物出口主要国家的数据
- 图表227 饮料分销渠道分析
- 图表228 2005年上半年软饮料生产企业按所有制分布
- 图表229 2005年上半年软饮料生产企业按地区分布
- 图表230 软饮料行业主要品牌竞争力
- 图表231 2003-2004年各类软饮料电视广告投入情况
- 图表232 中国饮料市场消费情况

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200806/1483.html>