

2008-2010年中国饮料酒市场调查与产业投资分析 预测报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2008-2010年中国饮料酒市场调查与产业投资分析预测报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/2855028550.html>

报告价格：电子版: 6700元 纸介版：6800元 电子和纸介版: 7200

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

英文版：17000 元	日本の版：23000元	第一章 饮料酒行业发展环境分析	第一节					
国内宏观经济环境								
一、GDP历史变动轨迹								
二、固定资产投资历史变动轨迹								
三、进出口贸易历史变动轨迹								
四、2008年我国宏观经济发展预测				第二节	我国饮料酒产业政策分析			
一、我国饮料酒行业“十一五”发展规划				二、国家对饮料酒产业发展的鼓励政策				
三、我国饮料酒税收政策				四、我国饮料酒投资政策	第三节			
饮料酒行业发展的波特五力模型分析								
一、行业内竞争				二、买方侃价能力	三、卖方侃价能力	四、进入威胁	五、替代威胁	第六节
影响饮料酒行业发展的主要因素分析						第七节		
2008—2010我国饮料酒行业发展及趋势预测				第二章	中国饮料酒行业生产分析	第一节		
2004-2007年我国总产量分析				第二节	2004-2007年我国饮料酒行业产出结构变动分析	第三节		
2004-2007年我国饮料酒行业产能过剩情况分析				第四节				
2004-2007年我国饮料酒行业产销率与产品库存分析				第五节				
2004-2007年我国饮料酒行业生产成本变动分析				第六节				
2008—2010我国饮料酒行业产量预测				第三章	中国饮料酒行业消费分析	第一节		
2004-2007年我国饮料酒行业总消费量分析				第二节				
2004-2007年我国饮料酒行业消费特点与消费趋势分析				第三节				
2004-2007年我国饮料酒行业供需错位情况分析				第四节				
2004-2007年我国饮料酒行业需求满足率与潜在需求量分析				第五节				
一、2004-2007年我国饮料酒行业满足率分析				第六节				
二、2004-2007年我国饮料酒行业潜在需求量分析				第六节				
2004-2007年我国饮料酒行业市场价格变动分析				第六节				
2008—2010我国饮料酒行业消费量预测				第四章	中国饮料酒市场供需状况分析	第一节		
2001-2007年饮料酒行业供需状况				一、2001-2007年饮料酒供给状况	第二节			
二、2001-2007年饮料酒需求状况				三、2001-2007年饮料酒供需缺口分析	第二节			
2008-2010年我国饮料酒供给变化趋势预测				第三节	2008-2010年我国饮料酒需求变化趋势预测	第四节		
2008-2010年我国饮料酒供需缺口变化趋势预测				第五节				
影响饮料酒行业供需关系的主要因素				第五章	中国饮料酒行业进出口市场分析	第一节		
2004-2007年我国饮料酒行业国际贸易市场分析				第二节				
2004-2007年我国饮料酒行业进出口量分析				第三节				
2004-2007年我国国内外进出口相关政策分析				第四节				
2004-2007年我国饮料酒行业进出口特点分析				第五节				
2004-2007年我国进出口市场饮料酒行业结构变动分析				第六节				

2008—2010我国饮料酒行业进出口市场预测	第六章 中国饮料酒行业市场价格分析	第一节	
2004-2007年我国饮料酒行业平均价格走势分析		第二节	
2004-2007年我国饮料酒行业价格走势分析	第三节 价格形成机制分析	第四节	
2008—2010我国饮料酒行业价格走势预测		第五节	
2008—2010我国主要饮料酒产品价格走势预测	第七章 中国饮料酒行业地区市场分析		
第一节	2004-2007年我国不同地区产品生产分析	第二节	
2004-2007年我国不同地区产品消费分析		第三节	
2004-2007年我国主要城市产品市场价格分析		第四节	
2004-2007年我国不同地区产品竞争程度分析		第五节	
2004-2007年我国不同地区产品供需走势分析		第六节	
2008—2010我国不同地区产品发展预测	第八章 中国饮料酒行业及企业竞争格局分析		
第一节	2005-2007年国内外主要企业分析（含企业发展介绍、近期经营状况等）	第二节	
饮料酒行业历史竞争格局综述	一、饮料酒行业集中度分析	二、饮料酒行业竞争程度	第三节
饮料酒行业企业竞争状况分析	一、领导企业的市场力量	二、其他企业的竞争力	第四节
行业代表性企业经营发展模式分析	第五节	近期企业并购分析	第六节
国内外企业发展的SWOT模型分析	第七节	2007—2010 年饮料酒行业竞争格局展望	
一、饮料酒行业集中度展望		二、饮料酒行业竞争格局对产品价格的影响展望	
三、产品竞争格局有所改变	第九章 中国饮料酒行业产品技术发展分析	第一节	
当前我国饮料酒技术发展现状	第二节 我国饮料酒产品技术成熟度分析	第三节	
中外饮料酒技术差距及产生差距的主要原因分析	第四节 提高我国饮料酒技术的对策	第五节	
中外主要饮料酒生产商生产设备配置对比分析		第六节	
我国饮料酒产品研发、设计发展趋势分析	第十章 中国饮料酒行业产品营销分析	第一节	
饮料酒行业国内营销模式分析	第二节 饮料酒行业主要销售渠道分析	第三节	
饮料酒行业广告与促销方式分析	第四节 饮料酒行业价格竞争方式分析	第五节	
饮料酒行业国际化营销模式分析	第十一章 中国饮料酒行业消费者偏好调查	第一节	
饮料酒产品目标客户群体调查		一、不同收入水平消费者偏好调查	
		二、不同年龄的消费者偏好调查	
		三、不同地区的消费者偏好调查	第二节
饮料酒产品的品牌市场调查	一、消费者对饮料酒品牌认知度宏观调查	二、消费者对饮料酒产品的品牌偏好调查	
	三、消费者对饮料酒品牌的首要认知渠道	四、消费者经常购买的品牌调查	
	五、饮料酒品牌忠诚度调查	六、饮料酒品牌市场占有率调查	
	七、消费者的消费理念调研	第三节	
不同客户购买相关的态度及影响分析	一、价格敏感程度	二、品牌的影响	
	三、购买方便的影响	四、广告的影响程度	
	五、包装的影响程度	第十二章 中国饮料酒行业投资风险分析	
第一节	2007-2010年饮料酒行业投资机会	一、2007-2010年饮料酒行业主要产品投资机会	
		二、2007-2010年饮料酒行业主要出口投资机会	三、
		2007-2010年饮料酒企业的多元化投资机会	第二节
		2008-2010年饮料酒行业投资风险展望	

一、宏观调控风险 二、行业竞争风险 三、供需波动风险 四、技术风险 五、经营管理风险
六、其他风险第十三章 中国饮料酒行业投资建议分析 第一节 2007-2010年饮料酒行业投资
分析一、2007—2010年行业热点投资产品分析二、2007—2010年行业热点投资地域分析三
、2007—2010年行业热点投资方式分析第二节 2007-2010年饮料酒企业经营战略建议
一、2007-2010年饮料酒企业的标杆管理 (一) 国内企业的经验借鉴
(二) 国外企业的经验借鉴 第二节2007-2010年饮料酒企业的资本运作模式
一、饮料酒企业国内资本市场的运作建议 (一) 饮料酒企业的兼并及收购建议
(二) 饮料酒企业的融资方式选择建议 二、饮料酒企业海外资本市场的运作建议

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/2855028550.html>