

2015-2020年中国咖啡饮料市场深度评估及投资策略 略报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2015-2020年中国咖啡饮料市场深度评估及投资策略报告》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：<https://www.chyxx.com/research/201501/301960.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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

报告目录：

第一章 咖啡饮料概述 12

1.1 咖啡概述 12

1.1.1 咖啡简介 12

1.1.2 咖啡的品种分类 13

1.1.3 咖啡的市场分类 16

1.2 咖啡软饮料概述 16

1.2.1 软饮料相关简介 16

1.2.2 咖啡软饮料简介 17

1.3 咖啡软饮料的市场特点 17

1.3.1 咖啡软饮料的消费人群 17

1.3.2 咖啡软饮料的产品特点 17

1.3.3 咖啡软饮料的宣传渠道 18

1.3.4 咖啡软饮料的消费因素 18

第二章 2007-2014年全球及中国咖啡饮料市场发展分析 19

2.1 2007-2014年全球及咖啡主产国咖啡产量统计 19

2.1.1 2007-2014年全球咖啡产量统计 19

2.1.2 2007-2014年巴西咖啡产量统计 21

2.1.3 2007-2014年越南咖啡产量统计 23

2.1.4 2007-2014年印尼咖啡产量统计 25

2.1.5 2007-2014年哥伦比亚咖啡产量统计 27

2.1.6 2014年伦敦商品市场咖啡价格走高 29

2.2 2014年中国咖啡市场发展分析 30

2.2.1 2014年中国咖啡市场供给分析 30

2.2.2 2014年中国咖啡市场需求分析 31

2.2.3 2014年云南成中国咖啡生产基地 35

2.2.4 2014年云南咖啡营销渠道分析 36

2.3 2014年中国速溶咖啡市场发展分析 37

2.3.1 2014年中国速溶咖啡市场规模统计 37

2.3.2 2014年中国速溶咖啡市场竞争状况 38

2.3.3 2014年中国速溶咖啡产品渗透率统计 39

2.3.4 2014年中国速溶咖啡品牌渗透率统计 41

2.3.5 2014年中国速溶咖啡品牌饮用比例统计 41

2.4 2014年中国罐装即饮咖啡市场发展分析	42
2.4.1 2014年中国罐装即饮咖啡市场规模统计	42
2.4.2 2014年中国罐装即饮咖啡市场竞争分析	44
2.4.3 2014年中国罐装即饮咖啡市场价格状况	46
第三章 2014年中国各地速溶咖啡消费调查	48
3.1 2014年华北地区速溶咖啡消费调查	48
3.1.1 北京速溶咖啡消费调查	48
3.1.2 天津速溶咖啡消费调查	49
3.1.3 太原速溶咖啡消费调查	50
3.2 2014年东北地区速溶咖啡消费调查	51
3.2.1 哈尔滨速溶咖啡消费调查	51
3.2.2 长春速溶咖啡消费调查	52
3.2.3 沈阳速溶咖啡消费调查	52
3.2.4 大连速溶咖啡消费调查	53
3.3 2014年华东地区速溶咖啡消费调查	54
3.3.1 济南速溶咖啡消费调查	54
3.3.2 青岛速溶咖啡消费调查	55
3.3.3 南京速溶咖啡消费调查	56
3.3.4 苏州速溶咖啡消费调查	57
3.3.5 上海速溶咖啡消费调查	58
3.3.6 杭州速溶咖啡消费调查	59
3.3.7 宁波速溶咖啡消费调查	60
3.3.8 福州速溶咖啡消费调查	61
3.3.9 厦门速溶咖啡消费调查	62
3.3.10 合肥速溶咖啡消费调查	63
3.3.11 南昌速溶咖啡消费调查	64
3.4 2014年华中地区速溶咖啡消费调查	65
3.4.1 郑州速溶咖啡消费调查	65
3.4.2 长沙速溶咖啡消费调查	66
3.4.3 武汉速溶咖啡消费调查	67
3.5 2014年华南地区速溶咖啡消费调查	68
3.5.1 广州速溶咖啡消费调查	68
3.5.2 深圳速溶咖啡消费调查	69
3.5.3 佛山速溶咖啡消费调查	70
3.5.4 南宁速溶咖啡消费调查	71

- 3.5.5 海口速溶咖啡消费调查 72
- 3.6 2014年西南、西北地区速溶咖啡消费调查 73
 - 3.6.1 成都速溶咖啡消费调查 73
 - 3.6.2 重庆速溶咖啡消费调查 74
 - 3.6.3 昆明速溶咖啡消费调查 75
 - 3.6.4 西安速溶咖啡消费调查 76
- 第四章 中国咖啡饮料重点企业分析 78
 - 4.1 雀巢(中国)有限公司 78
 - 4.1.1 企业基本情况 78
 - 4.1.2 企业咖啡软饮料业务概况 78
 - 4.1.3 企业咖啡软饮料经营情况 79
 - 4.1.4 雀巢咖啡营销经验分析 80
 - 4.1.5 2014年雀巢咖啡东莞增资5亿扩生产线 83
 - 4.1.6 2014年雀巢咖啡在沪启动新生产线建设 84
 - 4.2 广州卡夫食品有限公司 85
 - 4.2.1 企业基本情况 85
 - 4.2.2 企业咖啡软饮料业务概况 85
 - 4.2.3 企业咖啡软饮料经营情况 86
 - 4.3 可口可乐(中国)有限公司 87
 - 4.3.1 企业基本情况 87
 - 4.3.2 企业咖啡软饮料业务概况 87
 - 4.3.3 企业咖啡软饮料经营情况 88
 - 4.4 统一企业 89
 - 4.4.1 企业基本情况 89
 - 4.4.2 企业咖啡软饮料业务概况 89
 - 4.4.3 企业咖啡软饮料经营情况 90
 - 4.5 上海锦江麒麟饮料食品有限公司 91
 - 4.5.1 企业基本情况 91
 - 4.5.2 企业咖啡软饮料业务概况 91
 - 4.5.3 企业咖啡软饮料经营情况 92
 - 4.6 江苏摩卡食品有限公司 93
 - 4.6.1 企业基本情况 93
 - 4.6.2 企业咖啡软饮料业务概况 93
 - 4.6.3 企业咖啡软饮料经营情况 93
 - 4.7 百佳四洲(苏州)食品有限公司 96

- 4.7.1 企业基本情况 96
- 4.7.2 企业咖啡软饮料业务概况 96
- 4.7.3 企业咖啡软饮料经营情况 96
- 4.8 海南力神股份有限公司 98
 - 4.8.1 企业基本情况 98
 - 4.8.2 企业咖啡软饮料业务概况 98
 - 4.8.3 企业咖啡软饮料经营情况 99
 - 4.8.4 2014年力神咖啡出口量逆市上升 101
- 4.9 旺旺集团 101
 - 4.9.1 企业基本情况 101
 - 4.9.2 企业咖啡软饮料业务概况 101
 - 4.9.3 企业咖啡软饮料经营情况 102
- 4.10 大连UCC上岛咖啡有限公司 103
 - 4.10.1 企业基本情况 103
 - 4.10.2 企业发展历程 103
 - 4.10.3 企业咖啡软饮料业务概况 106
 - 4.10.4 企业咖啡软饮料经营情况 106
- 4.11 星巴克（中国）有限公司 108
 - 4.11.1 企业基本情况 108
 - 4.11.2 星巴克咖啡品牌管理经验分析 109
 - 4.11.3 星巴克咖啡品牌文化营销分析 111
 - 4.11.4 2014年星巴克进军速溶咖啡市场 113
- 4.12 汕头金味食品工业有限公司 114
 - 4.12.1 企业基本情况 114
 - 4.12.2 企业咖啡软饮料业务概况 114
 - 4.12.3 企业咖啡软饮料经营情况 114
- 4.13 捷荣咖啡有限公司 115
 - 4.13.1 企业基本情况 115
 - 4.13.2 企业咖啡软饮料业务概况 115
 - 4.13.3 企业咖啡软饮料经营情况 116
- 第五章 2015-2020年中国咖啡饮料发展趋势及投资分析 117
 - 5.1 2015-2020年中国咖啡软饮料市场发展预测 117
 - 5.1.1 2015-2020年中国咖啡市场规模预测 117
 - 5.1.2 2015-2020年中国速溶咖啡市场预测 120
 - 5.1.3 2015-2020年中国罐装即饮咖啡市场预测 122

5.2 2015-2020年中国咖啡软饮料市场投资风险分析 124

5.2.1 环保风险 124

5.2.2 竞争风险 124

5.2.3 原材料风险 124

5.2.4 产品替代风险 125

5.2.5 食品安全风险 125

5.3 2015-2020年中国咖啡饮料市场投资策略分析 125

5.3.1 中国咖啡软饮料产品投资分析 125

5.3.2 中国软饮料投资区域选择分析 126

5.3.3 中国软饮料投资价格选择分析 126

图表目录：

图表 1 咖啡的主要成分 12

图表 2 咖啡按品种分类情况 13

图表 3 咖啡按市场分类情况 15

图表 4 咖啡软饮料的产品分类 16

图表 5 2003-2007年全球咖啡产量 18

图表 6 2003-2007年全球咖啡产量增长趋势图 18

图表 7 2007年全球咖啡及咖啡主产国产量排名 19

图表 8 2013-2014年全球咖啡产量统计 20

图表 9 2003-2007年巴西咖啡产量 21

图表 10 2003-2007年巴西咖啡产量增长趋势图 21

图表 11 2003-2007年巴西咖啡产量市场份额统计 21

图表 12 2003-2007年巴西咖啡产量市场份额变化趋势图 22

图表 13 2013-2014年巴西咖啡产量统计 22

图表 14 2003-2007年越南咖啡产量 23

图表 15 2003-2007年越南咖啡产量增长趋势图 23

图表 16 2003-2007年越南咖啡产量市场份额统计 23

图表 17 2003-2007年越南咖啡产量市场份额变化趋势图 24

图表 18 2013-2014年越南咖啡产量统计 24

图表 19 2003-2007年印尼咖啡产量 25

图表 20 2003-2007年印尼咖啡产量增长趋势图 25

图表 21 2003-2007年印尼咖啡产量市场份额统计 25

图表 22 2003-2007年印尼咖啡产量市场份额变化趋势图 26

图表 23 2013-2014年印尼咖啡产量统计 26

- 图表 24 2003-2007年哥伦比亚咖啡产量 27
- 图表 25 2003-2007年哥伦比亚咖啡产量增长趋势图 27
- 图表 26 2003-2007年哥伦比亚咖啡产量市场份额统计 27
- 图表 27 2003-2007年哥伦比亚咖啡产量市场份额变化趋势图 28
- 图表 28 2013-2014年哥伦比亚咖啡产量统计 28
- 图表 29 2003-2007年中国咖啡产量 29
- 图表 30 2003-2007年中国咖啡产量增长趋势图 30
- 图表 31 2003-2007年中国咖啡产量市场份额统计 30
- 图表 32 2003-2007年中国咖啡产量市场份额变化趋势图 30
- 图表 33 2003-2014年中国咖啡市场销售总量统计 (Volume) 31
- 图表 34 2014年中国咖啡产品市场份额分布图 (Volume) 31
- 图表 35 2003-2014年中国咖啡市场销售总量增长趋势图 (Volume) 31
- 图表 36 2003-2014年中国原汁咖啡市场销售统计 (Volume) 32
- 图表 37 2003-2014年中国原汁咖啡市场销售量增长趋势图 (Volume) 32
- 图表 38 2003-2014年中国咖啡市场销售总额统计 (Value) 32
- 图表 39 2014年中国咖啡产品市场份额分布图 (Value) 33
- 图表 40 2003-2014年中国咖啡市场销售总额增长趋势图 (Value) 33
- 图表 41 2003-2014年中国原汁咖啡市场销售额统计 (Value) 33
- 图表 42 2003-2014年中国原汁咖啡市场销售额增长趋势图 (Value) 34
- 图表 43 2003-2014年中国速溶咖啡市场销售统计 (Volume) 36
- 图表 44 2003-2014年中国速溶咖啡市场销售量增长趋势图 (Volume) 36
- 图表 45 2003-2014年中国速溶咖啡市场销售额统计 (Value) 37
- 图表 46 2003-2014年中国速溶咖啡市场销售额增长趋势图 (Value) 37
- 图表 47 2006-2013中国咖啡企业市场份额统计 (Value) 38
- 图表 48 2006-2013中国咖啡品牌市场份额统计 (Value) 38
- 图表 49 2014年中国主要城市速溶咖啡产品渗透率 39
- 图表 50 2014年中国主要城市速溶咖啡整体品牌渗透率 40
- 图表 51 2014年中国主要城市速溶咖啡整体各品牌饮用比例 41
- 图表 52 2003-2014年中国罐装即饮咖啡销售统计 (Volume) 41
- 图表 53 2003-2014年中国罐装即饮咖啡销售统计 (Volume) 42
- 图表 54 2003-2014年中国罐装即饮咖啡销售统计 (Value) 42
- 图表 55 2003-2014年中国罐装即饮咖啡销售统计 (Value) 42
- 图表 56 2006-2013中国罐装即饮咖啡企业市场份额统计 (volume) 43
- 图表 57 2007-2013中国罐装即饮咖啡品牌市场份额统计 (volume) 43
- 图表 58 2003-2013中国罐装即饮咖啡按口味分市场份额 (volume) 44

- 图表 59 2006-2013中国罐装即饮咖啡企业市场份额统计 (value) 44
- 图表 60 2007-2013中国罐装即饮咖啡品牌市场份额统计 (value) 45
- 图表 61 2003-2014年中国罐装即饮咖啡市场价格统计 45
- 图表 62 2003-2014年中国罐装即饮咖啡市场价格统计变化趋势图 46
- 图表 63 2014年北京速溶咖啡品牌渗透率 47
- 图表 64 2014年北京消费者饮用速溶咖啡各的比例 47
- 图表 65 2014年天津速溶咖啡品牌渗透率 48
- 图表 66 2014年天津消费者饮用速溶咖啡各的比例 48
- 图表 67 2014年太原速溶咖啡品牌渗透率 49
- 图表 68 2014年太原消费者饮用速溶咖啡各的比例 49
- 图表 69 2014年哈尔滨速溶咖啡品牌渗透率 50
- 图表 70 2014年哈尔滨消费者饮用速溶咖啡各的比例 50
- 图表 71 2014年长春速溶咖啡品牌渗透率 51
- 图表 72 2014年长春消费者饮用速溶咖啡各的比例 51
- 图表 73 2014年沈阳速溶咖啡品牌渗透率 52
- 图表 74 2014年沈阳消费者饮用速溶咖啡各的比例 52
- 图表 75 2014年大连速溶咖啡品牌渗透率 53
- 图表 76 2014年大连消费者饮用速溶咖啡各的比例 53
- 图表 77 2014年济南速溶咖啡品牌渗透率 53
- 图表 78 2014年济南消费者饮用速溶咖啡各的比例 54
- 图表 79 2014年青岛速溶咖啡品牌渗透率 55
- 图表 80 2014年青岛消费者饮用速溶咖啡各的比例 55
- 图表 81 2014年南京速溶咖啡品牌渗透率 56
- 图表 82 2014年消费者饮用速溶咖啡各的比例 56
- 图表 83 2014年苏州速溶咖啡品牌渗透率 57
- 图表 84 2014年苏州消费者饮用速溶咖啡各的比例 57
- 图表 85 2014年上海速溶咖啡品牌渗透率 58
- 图表 86 2014年上海消费者饮用速溶咖啡各的比例 58
- 图表 87 2014年杭州速溶咖啡品牌渗透率 59
- 图表 88 2014年杭州消费者饮用速溶咖啡各的比例 59
- 图表 89 2014年宁波速溶咖啡品牌渗透率 59
- 图表 90 2014年宁波消费者饮用速溶咖啡各的比例 60
- 图表 91 2014年福州速溶咖啡品牌渗透率 60
- 图表 92 2014年福州消费者饮用速溶咖啡各的比例 61
- 图表 93 2014年厦门速溶咖啡品牌渗透率 61

- 图表 94 2014年厦门消费者饮用速溶咖啡各的比例 62
- 图表 95 2014年合肥速溶咖啡品牌渗透率 62
- 图表 96 2014年合肥消费者饮用速溶咖啡各的比例 63
- 图表 97 2014年南昌速溶咖啡品牌渗透率 63
- 图表 98 2014年南昌消费者饮用速溶咖啡各的比例 64
- 图表 99 2014年郑州速溶咖啡品牌渗透率 64
- 图表 100 2014年郑州消费者饮用速溶咖啡各的比例 65
- 图表 101 2014年长沙速溶咖啡品牌渗透率 65
- 图表 102 2014年长沙消费者饮用速溶咖啡各的比例 66
- 图表 103 2014年武汉速溶咖啡品牌渗透率 66
- 图表 104 2014年武汉消费者饮用速溶咖啡各的比例 67
- 图表 105 2014年广州速溶咖啡品牌渗透率 67
- 图表 106 2014年广州消费者饮用速溶咖啡各的比例 68
- 图表 107 2014年深圳速溶咖啡品牌渗透率 68
- 图表 108 2014年深圳消费者饮用速溶咖啡各的比例 69
- 图表 109 2014年佛山速溶咖啡品牌渗透率 69
- 图表 110 2014年消费者饮用速溶咖啡各的比例 70
- 图表 111 2014年南宁速溶咖啡品牌渗透率 70
- 图表 112 2014年南宁消费者饮用速溶咖啡各的比例 71
- 图表 113 2014年海口速溶咖啡品牌渗透率 71
- 图表 114 2014年海口消费者饮用速溶咖啡各的比例 72
- 图表 115 2014年成都速溶咖啡品牌渗透率 72
- 图表 116 2014年成都消费者饮用速溶咖啡各的比例 73
- 图表 117 2014年重庆速溶咖啡品牌渗透率 73
- 图表 118 2014年重庆消费者饮用速溶咖啡各的比例 74
- 图表 119 2014年昆明速溶咖啡品牌渗透率 74
- 图表 120 2014年昆明消费者饮用速溶咖啡各的比例 75
- 图表 121 2014年西安速溶咖啡品牌渗透率 75
- 图表 122 2014年西安消费者饮用速溶咖啡各的比例 76
- 图表 123 雀巢（中国）主要咖啡软饮料产品 78
- 图表 124 2006-2014年雀巢（中国）速溶咖啡销售统计（Value） 78
- 图表 125 2006-2014年雀巢（中国）速溶咖啡销售额增长趋势图（Value） 78
- 图表 126 广州卡夫咖啡软饮料主要产品 85
- 图表 127 2006-2014年广州卡夫速溶咖啡销售统计（Value） 85
- 图表 128 2006-2014年广州卡夫速溶咖啡销售额增长趋势图（Value） 85

- 图表 129 2007-2014年可口可乐（中国）罐装即饮咖啡销量统计（volume） 87
- 图表 130 2007-2014年可口可乐（中国）罐装即饮咖啡销量增长趋势图（volume） 87
- 图表 131 2007-2014年可口可乐（中国）罐装即饮咖啡销量统计（value） 87
- 图表 132 2007-2014年可口可乐（中国）罐装即饮咖啡销量增长趋势图（value） 88
- 图表 133 2006-2014年统一集团罐装即饮咖啡销量统计（volume） 89
- 图表 134 2006-2014年统一集团罐装即饮咖啡销量增长趋势图（volume） 89
- 图表 135 2006-2014年统一集团罐装即饮咖啡销量统计（value） 90
- 图表 136 2006-2014年统一集团罐装即饮咖啡销量增长趋势图（value） 90
- 图表 137 2006-2014年上海锦江麒麟公司罐装即饮咖啡销量统计（volume） 91
- 图表 138 2006-2014年上海锦江麒麟公司罐装即饮咖啡销量增长趋势图（volume） 91
- 图表 139 2006-2014年上海锦江麒麟公司罐装即饮咖啡销量统计（value） 91
- 图表 140 2006-2014年上海锦江麒麟公司罐装即饮咖啡销量增长趋势图（value） 92
- 图表 141 2006-2014年江苏摩卡速溶咖啡销售统计（Value） 93
- 图表 142 2006-2014年江苏摩卡速溶咖啡销售额增长趋势图（Value） 93
- 图表 143 2006-2014年江苏摩卡罐装即饮咖啡销量统计（volume） 93
- 图表 144 2006-2014年江苏摩卡罐装即饮咖啡销量增长趋势图（volume） 94
- 图表 145 2006-2014年江苏摩卡罐装即饮咖啡销量统计（value） 94
- 图表 146 2006-2014年江苏摩卡罐装即饮咖啡销量增长趋势图（value） 94
- 图表 147 2006-2014年百佳四洲(苏州)公司罐装即饮咖啡销量统计（volume） 95
- 图表 148 2006-2014年百佳四洲(苏州)公司罐装即饮咖啡销量增长趋势图（volume） 96
- 图表 149 2006-2014年百佳四洲(苏州)公司罐装即饮咖啡销量统计（value） 96
- 图表 150 2006-2014年百佳四洲(苏州)公司罐装即饮咖啡销量增长趋势图（value） 96
- 图表 151 海南力神主要咖啡软饮料产品 97
- 图表 152 2006-2014年海南力神速溶咖啡销售统计（Value） 98
- 图表 153 2006-2014年海南力神速溶咖啡销售额增长趋势图（Value） 98
- 图表 154 2006-2014年海南力神罐装即饮咖啡销量统计（volume） 98
- 图表 155 2006-2014年海南力神罐装即饮咖啡销量增长趋势图（volume） 99
- 图表 156 2006-2014年海南力神罐装即饮咖啡销量统计（value） 99
- 图表 157 2006-2014年海南力神罐装即饮咖啡销量增长趋势图（value） 99
- 图表 158 旺旺集团主要咖啡软饮料产品 100
- 图表 159 2006-2014年旺旺集团罐装即饮咖啡销量统计（volume） 101
- 图表 160 2006-2014年旺旺集团罐装即饮咖啡销量增长趋势图（volume） 101
- 图表 161 2006-2014年旺旺集团罐装即饮咖啡销量统计（value） 101
- 图表 162 2006-2014年旺旺集团罐装即饮咖啡销量增长趋势图（value） 102
- 图表 163 大连UCC上岛咖啡软饮料产品情况 105

- 图表 164 2006-2014年大连UCC上岛咖啡速溶咖啡销售统计 (Value) 105
- 图表 165 2006-2014年大连UCC上岛咖啡速溶咖啡销售额增长趋势图 (Value) 106
- 图表 166 2006-2014年大连UCC上岛咖啡罐装即饮咖啡销量统计 (volume) 106
- 图表 167 2006-2014年大连UCC上岛咖啡罐装即饮咖啡销量增长趋势图 (volume) 106
- 图表 168 2006-2014年大连UCC上岛咖啡罐装即饮咖啡销量统计 (value) 107
- 图表 169 2006-2014年大连UCC上岛咖啡罐装即饮咖啡销量增长趋势图 (value) 107
- 图表 170 2006-2014年汕头金味速溶咖啡市场销售统计 (Value) 113
- 图表 171 2006-2014年汕头金味速溶咖啡销售额增长趋势图 (Value) 114
- 图表 172 捷荣咖啡软饮料主要产品 115
- 图表 173 2006-2014年捷荣咖啡速溶咖啡销售统计 (Value) 115
- 图表 174 2006-2014年捷荣咖啡速溶咖啡销售额增长趋势图 (Value) 115
- 图表 175 2015-2020年中国咖啡市场销售总量预测 (Volume) 116
- 图表 176 2015-2020年中国咖啡市场销售总量增长趋势图 (Volume) 116
- 图表 177 2015-2020年中国原汁咖啡市场销售总量预测 (Volume) 117
- 图表 178 2015-2020年中国原汁咖啡市场销售总量增长趋势图 (Volume) 117
- 图表 179 2015-2020年中国咖啡市场销售总额预测 (Value) 117
- 图表 180 2015-2020年中国咖啡市场销售总额增长趋势图 (Value) 118
- 图表 181 2015-2020年中国原汁咖啡市场销售总额预测 (Value) 118
- 图表 182 2015-2020年中国原汁咖啡市场销售总额增长趋势图 (Value) 118
- 图表 183 2013-2013年中国速溶咖啡市场销售总量预测 (Volume) 119
- 图表 184 2015-2020年中国速溶咖啡市场销售总量增长趋势图 (Volume) 119
- 图表 185 2013-2013年中国速溶咖啡市场销售总额预测 (Value) 119
- 图表 186 2015-2020年中国速溶咖啡市场销售总额增长趋势图 (Value) 121
- 图表 187 2013-2013年中国罐装即饮咖啡销售总量预测 (Volume) 121
- 图表 188 2015-2020年中国罐装即饮咖啡销售总量增长趋势图 (Volume) 122
- 图表 189 2013-2013年中国罐装即饮咖啡销售总量预测 (Value) 122
- 图表 190 2015-2020年中国罐装即饮咖啡销售总量增长趋势图 (Value) 122

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201501/301960.html>