2014-2018年中国可乐行业研究及发展战略咨询报告

报告大纲

智研咨询
www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2014-2018年中国可乐行业研究及发展战略咨询报告》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/201402/228532.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

可乐(Cola)是黑褐色、甜味、含咖啡因的碳酸饮料，有咖啡因但不含酒精，非常流行。可乐主要口味包括有香草、肉桂、柠檬香味等。名称来自可乐早期的材料之一：最知名的可乐品牌有可口可乐和百事可乐。2011年可口可乐在中国销量增长，全年总营收465.42亿美元，同比增长33%。过去10年中，可口可乐在华已9年实现两位数增长。目前印度人平均每年消费的可乐量只有12瓶，相比之下巴西人年均消费可乐高达240瓶。可口可乐公司2011年曾宣布计划未来五年在印度投资20亿美元开发市场，新计划的投资额远远超出了原来的计划。相比之下，过去20年可口可乐公司在印度的投资总额仅为20亿美元。2012年1-5月，中国软饮料产量4752.44万吨，同比增长了10.69%，比2012年1-4月产量增速下降0.34个百分点，比2011年同期增速下降16.34个百分点；其中5月份单月产量达到1099.86万吨，同比增长10.31%，比4月份产量增速回升1.04个百分点，比2011年同期增速下降19.51个百分点。总体来看，除了包装饮用水累计产量增速较2011年快速上升之外，各品种软饮料累计产量增速与2011年同期比较均有不同程度有降。

中国可乐市场上可口可乐和百事可乐的占有率分别为57.6%和21.3%，两者之和接近80%。而国产可乐一直在奋力争夺将所剩无几的市场占有率。

在中国可乐市场，缺乏国有品牌。20世纪80年代，我国的一些碳酸饮料品牌，如天府可乐、昌宁可乐、奥林可乐等，一时间踌躇满志，可最终还是在可口可乐、百事可乐的收购、兼并、联合风中败下阵来；90年代初，崂山可乐、中国可乐等，或合资后产品改用外国品牌，将市场拱手让给外国产品；或产品无人问津，造成经营亏损、资不抵债，自动退出历史舞台。20年的国产可乐之路，是一支可乐的悲歌。

产业信息网发布的《2014-2018年中国可乐行业研究及发展战略咨询报告》共十五章。首先介绍了中国可乐行业的概念，接着分析了中国可乐行业发展环境，然后对中国可乐行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国可乐行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国可乐行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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。

报告目录：

第一章 可乐行业相关概述
第一节 可乐的定义
第二节 可乐分类介绍
第三节 各类可乐主要用途
第二章 中国可乐行业运行环境分析

第一节 2013年中国经济环境分析
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、2014年中国宏观经济发展预测分析
第二节 2013年中国可乐行业政策环境分析
一、可乐行业标准
二、可乐行业政策
第三节 2013年中国可乐行业社会环境分析
一、人口环境分析
二、教育环境分析
三、文化环境分析
四、生态环境分析
五、中国城镇化率
六、居民的各种消费观念和习惯
第三章 中国可乐行业发展现状分析
第一节 2013年可乐行业发展现状
一、可乐行业发展概况
二、可乐行业生产状况分析
第二节 2013年可乐企业发展分析
一、可乐企业发展动态分析
二、可乐企业发展存在的问题
三、可乐企业战略发展分析
第三节 2013年可乐行业经济运行分析
一、2013年可乐行业产值分析
二、2013年可乐行业效益分析
三、2013年可乐行业进口分析
四、2013年可乐行业出口分析
第四节 2013年可乐市场发展分析
一、2011年可乐市场分析
二、2011年可乐市场变化分析
三、2014-2018年可乐市场走势分析
第五节 可乐行业面临的挑战及发展建议
一、可乐行业发展面临的难题
二、：可乐行业发展建议
第四章 我国可乐销售市场分析

第一节 我国可乐行业采购经理人指数分析
第二节 我国可乐批发市场分析
第三节 我国可乐零售市场分析
第五章 中国可乐行业市场营销战略分析
第一节 可乐企业营销分析
一、可乐市场营销现状
二、可乐品牌成功因素分析
三、可乐企业营销战略研究
第二节 可乐营销渠道分析
一、可乐销售渠道构成
二、可乐营销渠道策略分析
第三节 可乐行业营销策略分析
第六章2010-2013年中国可乐行业数据监测
第一节 2010-2013年中国可乐行业总体数据分析
一、2009年中国可乐行业全部企业数据分析
二、2010年中国可乐行业全部企业数据分析
三、2011年中国可乐行业全部企业数据分析
第二节 2010-2013年中国可乐行业不同规模企业数据分析
一、2009年中国可乐行业不同规模企业数据分析
二、2010年中国可乐行业不同规模企业数据分析
三、2011年中国可乐行业不同规模企业数据分析
第三节 2010-2013年中国可乐行业不同所有制企业数据分析
一、2009年中国可乐行业不同所有制企业数据分析
二、2010年中国可乐行业不同所有制企业数据分析
三、2011年中国可乐行业不同所有制企业数据分析
第七章 中国可乐行业发展分析
第一节 2013年可乐行业发展现状
一、可乐行业的发展史
二、可乐市场变化分析
三、2011年可乐市场运行分析
四、2011年可乐市场发展分析
五、可乐质量情况分析
六、可乐市场现状分析
第二节 2013年可乐市场供需分析
一、可乐产值分析

二、可乐需求分析
三、影响可乐市场需求的因素
第三节 可乐行业生产分析
一、产品及原材料进口、自有比例
二、国内产品及原材料生产基地分布
三、2010-2012年产品及原材料产能情况分析
第四节 可乐行业产量分析
一、2010-2012年可乐产量分析
二、2014-2018年可乐产量预测
第八章 中国可乐行业发展分析
第一节 2013年可乐市场发展分析
一、可乐发展分析
二、可乐市场发展有利因素分析
三、可乐市场消费特点分析
第二节 2013年可乐出口状况分析
一、可乐出口数量及金额分析
二、可乐主要出口市场分析
第三节 2013年可乐行业存在的问题及对策
一、可乐产品问题分析
二、可乐行业存在的问题
第九章 中国可乐行业竞争格局分析
第一节 2013年可乐行业竞争结构分析
一、可乐种类品牌竞争
二、可乐技术工艺创新竞争
三、可乐销售渠道竞争
第二节 2013年可乐企业及品牌分析
一、康师傅
二、统一
三、娃哈哈
四、可口可乐
五、其他
第十章 中国可乐市场竞争分析
第一节 2013年可乐行业集中度分析
一、可乐市场集中度分析
二、可乐区域集中度分析

三、可乐企业集中度分析
第二节 2013年可乐市场竞争分析
一、可乐市场竞争现状分析
二、可乐企业竞争动态分析
三、可乐行业竞争策略研究
第十一章 可乐地区销售状况分析统计
第一节 华北地区
第二节 华南地区
第三节 华中地区
第四节 华东地区
第五节 西北地区
第六节 东北地区
第七节 西南地区
第十二章 中国可乐行业发展前景分析
第一节2014-2018年可乐市场发展前景分析
一、2014-2018年可乐市场发展潜力分析
二、2014-2018年可乐市场发展前景分析
第二节2014-2018年可乐产品市场发展前景分析
一、2012年可乐市场走势分析
二、2014-2018年可乐市场发展趋势分析
第十三章 中国可乐行业发展趋势分析
第一节 对可乐市场发展预测
一、2014-2018年可乐市场供给预测
二、2014-2018年可乐市场销量预测
三、2014-2018年可乐市场规模预测
第二节 2014-2018年可乐市场发展趋势
一、2014-2018年可乐行业发展趋势
二、2014-2018年可乐市场发展趋势
第十四章 可乐整体行业发展规划分析
第一节 2014-2018年可乐行业发展规划分析
一、可乐行业发展机会分析
二、可乐行业发展机遇分析
三、可乐行业发展规划分析
第二节 2014-2018年可乐行业投资风险分析
一、2014-2018年可乐行业市场风险预测

二、2014-2018年可乐行业政策风险预测
三、2014-2018年可乐行业经营风险预测
四、2014-2018年可乐行业竞争风险预测
五、2014-2018年可乐行业其他风险预测
第十五章 中国可乐行业投资战略研究
第一节 市场策略分析
一、可乐价格策略分析
二、可乐渠道策略分析
第二节 对我国可乐品牌的战略思考
一、企业品牌的重要性分析
二、可乐实施品牌战略的意义
三、可乐企业品牌的现状分析
四、我国可乐企业的品牌战略
五、可乐品牌战略管理的策略
第三节 可乐企业经营管理策略
一、定价策略
二、竞争策略
三、并购重组策略
四、营销策略
五、人力资源
图表目录：
图表：国内生产总值同比增长速度
图表：全国粮食产量及其增速
图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）
图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）
图表：进出口总额（亿美元）
图表：广义货币（M2）增长速度（%）
图表：居民消费价格同比上涨情况
图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）
图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）
图表：农村居民人均收入实际增长速度
图表：人口及其自然增长率变化情况
图表：2013年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）
图表：2013年房地产开发投资同比增速（%）
图表：2014年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2014年中国GDP增速预测

详细请访问：https://www.chyxx.com/research/201402/228532.html