

2015-2020年中国饮料市场 深度调研与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2015-2020年中国饮料市场深度调研与投资前景研究报告》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.bosidata.com/yinliao1501/I09165RT0N.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-01-12

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2015-2020年中国饮料市场深度调研与投资前景研究报告》共十四章。介绍了饮料行业相关概述、中国饮料产业运行环境、分析了中国饮料行业的现状、中国饮料行业竞争格局、对中国饮料行业做了重点企业经营状况分析及中国饮料产业发展前景与投资预测。您若想对饮料产业有个系统的了解或者想投资饮料行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

中国饮料行业是改革开放以来发展起来的新兴行业，是中国消费品中的发展热点和新增长点。30多年来，饮料行业不断地发展和成熟，逐渐改变了以往规模小、产品结构单一、竞争无序的局面，饮料企业的规模和集约化程度不断提高，产品结构日趋合理。中国饮料在品牌方面的发展成果显著，全国性品牌已有十几家。

过去十余年间，在我国饮料企业规模不断扩大的同时，一批本土品牌逐渐成为或全国、或区域、或品种的主力品牌。我国饮料制造业成长迅速，发展势头良好，目前整体规模很大，盈利能力较强，发展已经非常成熟。

2012年，全国罐装饮料市场销售排名前十为加多宝、可口可乐、百事可乐、雪碧等，前十位市场占有份额合计67.16%。其中加多宝凉茶占据2012年度全国罐装饮料市场销量第一名。2013年1-12月份我国累计生产软饮料14926.9万吨，同比增长11.4%。2014年1-6月我国共生产软饮料8119.3万吨，比上年同期增长了16.28%。

由于我国目前的人均饮料消费量尚低于世界平均水平，随着国民生活水平的不断提高，饮料市场潜力巨大。目前补营养、补餐、增强体能和智能、休闲等饮料的开发会更加凸显饮料市场的未来潜力。

预计到“十二五”末期，在鼓励发展低热量饮料、健康营养饮料、冷藏果汁饮料、活菌性含乳饮料，支持优势品牌企业跨地区兼并重组、技术改造和创新能力建设，优化产业布局等政策引导下，中国饮料行业产品结构将更趋合理。

第一部分 产业环境透视

第一章 饮料行业发展综述

第一节 饮料的相关概念

一、软饮料

二、功能饮料

三、运动饮料

四、酒饮料

五、茶饮料

第二节 饮料的分类

一、软饮料的分类

二、酒饮料的分类

三、茶饮料分类

第三节 最近3-5年中国饮料行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒 / 退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 饮料行业市场环境及影响分析（PEST）

第一节 饮料行业政治法律环境（P）

一、行业主要政策法规

二、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析（E）

一、宏观经济形势分析

二、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 行业社会环境分析（S）

一、饮料产业社会环境

二、社会环境对行业的影响

第四节 行业技术环境分析（T）

一、行业主要技术发展趋势

二、技术环境对行业的影响

第三章 国际饮料行业发展分析及经验借鉴

第一节 全球饮料市场总体情况分析

一、全球饮料行业发展概况

二、全球饮料市场产品结构

三、全球饮料行业发展特征

四、全球饮料行业竞争格局

五、全球饮料市场区域分布

六、国际重点饮料企业运营分析

第二节 全球主要国家（地区）市场分析

一、欧洲饮料市场的发展

1、欧洲饮料市场整体发展综况

2、塞浦路斯软饮料生产状况

3、德国啤酒销售情况

4、俄罗斯酒精饮料进口情况

5、法国酒精饮料出口增长

二、亚洲饮料市场的发展

1、日本饮料行业的竞争格局

2、韩国啤酒进口贸易情况

3、越南饮料市场呈快速增长态势

三、美国饮料市场的发展

1、美国饮料市场运行概述

2、美国碳酸饮料市场的品牌格局

3、浓缩能量饮料受美国市场青睐

第二部分 行业深度分析

第四章 我国饮料行业运行现状分析

第一节 中国饮料行业分析

一、中国饮料行业总体概述

1、中国饮料行业的发展历程

2、中国饮料行业的十年发展变迁

3、饮料行业发展的新特征解析

4、中国饮料行业运行状况

二、饮料行业成本上升及对策分析

1、我国饮料行业成本大幅上升

2、生产成本上升对企业生产经营的影响

3、企业采取的应对措施

4、饮料企业的发展出路

三、饮料行业存在的问题及策略

1、我国饮料生产企业面临八大挑战

2、新国标出台运动饮料和茶饮料遇新门槛

3、国内饮料企业制胜策略

4、饮料企业抢占市场创新是关键

第二节 中国饮料市场分析

一、中国饮料市场概况

1、中国饮料市场格局发展综述

2、中国饮料市场的显著特征

3、饮料市场运作规律分析

4、中国饮料市场盛行高端风潮

5、饮料市场产品发展的特性与走向

二、中国饮料行业品牌分析

1、中国饮料市场品牌格局剖析

2、软饮料消费者品牌满意度调查情况

3、国内饮料品牌的发展战略解析

4、本土饮料企业品牌突围策略分析

三、中国饮料市场消费者购买行为分析

1、消费者购买意愿和品牌爱好

2、消费者选择饮料关注的因素

3、饮料消费者的购买习惯

第五章 我国饮料行业整体运行指标分析

第一节 中国饮料行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、人员规模状况分析

三、行业资产规模分析

四、行业市场规模分析

第二节 中国饮料行业产销情况分析

一、我国饮料行业工业总产值

二、我国饮料行业工业销售产值

三、我国饮料行业产销率

第三节 中国饮料行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

1、我国饮料行业销售利润率

2、我国饮料行业成本费用利润率

3、我国饮料行业亏损面

二、行业偿债能力分析

1、我国饮料行业资产负债比率

2、我国饮料行业利息保障倍数

三、行业营运能力分析

1、我国饮料行业应收帐款周转率

2、我国饮料行业总资产周转率

3、我国饮料行业流动资产周转率

四、行业发展能力分析

1、我国饮料行业总资产增长率

2、我国饮料行业利润总额增长率

3、我国饮料行业主营业务收入增长率

4、我国饮料行业资本保值增值率

第三部分 市场全景调研

第六章 我国饮料细分市场分析及预测

第一节 软饮料市场分析

一、碳酸饮料

1、碳酸饮料的利与弊

2、中国碳酸饮料生产与消费情况

3、中国碳酸饮料市场发展状况分析

4、碳酸饮料巨头缩减包装变相涨价

5、本土碳酸饮料企业发展路径选择

二、果汁饮料

1、中国果汁饮料市场发展概况

- 2、果汁饮料品牌受欢迎程度比较
- 3、中国果汁和蔬菜汁饮料的生产状况
- 4、国内首款清真果汁饮料上市
- 5、我国饮料企业开发沙棘果汁新品

三、乳饮料

- 1、我国乳饮料市场发展综述
- 2、我国乳酸菌饮料市场高低端格局分析
- 3、中国含乳饮料市场争议不断
- 4、含乳饮料的市场定位与品牌塑造策略
- 5、我国含乳饮料市场前景展望
- 6、未来我国乳饮料企业发展趋势

四、功能饮料

- 1、我国功能饮料行业发展总况
- 2、中国功能饮料步入加速细分时期
- 3、中国功能饮料市场发展现况
- 4、饮料巨头挥师进军功能饮料市场
- 5、中国功能饮料市场发展潜力分析

五、饮用水

- 1、中国饮用水行业发展历程
- 2、中国饮用水行业步入成熟阶段
- 3、体育营销成为饮用水行业竞争焦点
- 4、我国饮用水监测体系建设概况
- 5、高端饮用水市场发展概况及走向分析

六、其它软饮料

- 1、谷物饮料成发展新热点
- 2、鲜花饮料引领饮料市场新潮流
- 3、汤饮料的兴起与发展
- 4、森林饮料概述

第二节 酒饮料市场分析

一、啤酒

- 1、我国啤酒行业发展特点分析
- 2、中国啤酒行业运行简况

- 3、中国啤酒行业发展态势
- 4、“十二五”我国啤酒行业发展展望
- 5、未来我国啤酒产业发展趋势分析

二、白酒

- 1、我国白酒市场整合步伐加速
- 2、我国白酒市场运行状况
- 3、上半年我国白酒市场发展态势
- 4、中国白酒在国际市场的发展状况分析
- 5、中国白酒行业快速扩张下的隐患分析

三、葡萄酒

- 1、葡萄酒行业准入政策实施
- 2、中国葡萄酒行业运行分析
- 3、我国葡萄酒行业发展现状
- 4、我国葡萄酒行业发展动态
- 5、“十二五”我国葡萄酒行业发展规划

四、黄酒

- 1、中国黄酒行业发展解析
- 2、黄酒行业运行分析
- 3、我国葡萄酒行业发展动态
- 4、“十二五”我国黄酒行业发展规划
- 5、黄酒行业新进入者的市场策略探析

第三节 茶饮料市场分析

一、中国茶产业分析

- 1、中国茶区及茶市场消费流通概述
- 2、中国茶产业发展现状分析
- 3、中国茶产业发展特点
- 4、中国茶行业发展的制约因素
- 5、“十二五”茶产业的发展目标与方向

二、中国茶饮料市场总体概况

- 1、中国茶饮料市场发展综述
- 2、我国茶饮料市场发展的特点
- 3、茶饮料市场消费者需求特征分析

三、茶饮料市场发展分析

1、中国茶饮料市场发展状况

2、中国茶饮料市场运行分析

3、中国茶饮料市场发展动态

四、中国茶饮料市场的问题与对策

1、中国茶饮料产业存在的主要问题

2、茶饮料工业生产的问题与对策分析

3、推动我国茶饮料市场发展的建议

4、茶饮料品牌营销策略探讨

五、茶饮料行业发展前景及趋势

1、我国茶饮料市场前景广阔

2、茶饮料市场的发展趋势

3、无糖茶饮料市场发展前景乐观

4、中草药保健茶未来发展前景广阔

第七章 我国饮料行业营销趋势及策略分析

第一节 饮料营销发展概述

一、国内饮料营销的五大派系

二、饮料行业的销售渠道分析

三、饮料营销策略探索

四、饮料业网络营销战略分析

第二节 中国饮料市场营销状况分析

一、饮料产业网络广告投放状况

二、饮料业践行大平台大营销策略

三、饮料业营销模式的创新

四、国内高端饮料营销模式尚未成熟

五、理性营销成为饮料业营销趋势

第三节 饮料细分产品营销分析

一、传统养生饮料营销途径选择

二、功能饮料营销的三大要点

三、谷物饮料的营销模式探析

四、果醋饮料的创新营销与关联定位策略探讨

五、植物蛋白饮料营销的问题及解决对策

第四节 中国饮料行业营销案例分析

一、娃哈哈的营销模式分析

二、蒙牛的营销策划

三、农夫果园的差异化营销策略分析

四、王老吉的亚运营销发展解析

五、红牛改变营销对象开始向大众营销转型

第五节 软饮料市场的差异化营销策略分析

一、产品差异化策略分析

二、品牌形象差异化策略分析

三、促销差异化策略分析

四、中国软饮料市场差异化营销策略的误区与风险

五、中国软饮料市场差异化营销策略的建议

第四部分 竞争格局分析

第八章 饮料行业区域市场分析

第一节 行业总体区域结构特征及变化

一、行业区域结构总体特征

二、行业区域集中度分析

三、行业区域分布特点分析

四、行业规模指标区域分布分析

五、行业效益指标区域分布分析

六、行业企业数的区域分布分析

第二节 饮料区域市场分析

一、东北地区饮料市场分析

1、黑龙江省饮料市场分析

2、吉林省饮料市场分析

3、辽宁省饮料市场分析

二、华北地区饮料市场分析

1、北京市饮料市场分析

2、天津市饮料市场分析

3、河北省饮料市场分析

三、华东地区饮料市场分析

- 1、山东省饮料市场分析
- 2、上海市饮料市场分析
- 3、江苏省饮料市场分析
- 4、浙江省饮料市场分析
- 5、福建省饮料市场分析
- 6、安徽省饮料市场分析

四、华南地区饮料市场分析

- 1、广东省饮料市场分析
- 2、广西省饮料市场分析
- 3、海南省饮料市场分析

五、华中地区饮料市场分析

- 1、湖北省饮料市场分析
- 2、湖南省饮料市场分析
- 3、河南省饮料市场分析

六、西南地区饮料市场分析

- 1、四川省饮料市场分析
- 2、云南省饮料市场分析
- 3、贵州省饮料市场分析

七、西北地区饮料市场分析

- 1、甘肃省饮料市场分析
- 2、新疆自治区饮料市场分析
- 3、陕西省饮料市场分析

第九章 2015-2020年饮料行业竞争形势

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、饮料行业竞争结构分析

- 1、现有企业间竞争
- 2、潜在进入者分析
- 3、替代品威胁分析
- 4、供应商议价能力
- 5、客户议价能力

6、竞争结构特点总结

二、饮料行业企业间竞争格局分析

1、不同地域企业竞争格局

2、不同规模企业竞争格局

3、不同所有制企业竞争格局

三、饮料行业集中度分析

1、市场集中度分析

2、企业集中度分析

3、区域集中度分析

4、各子行业集中度

5、集中度变化趋势

四、饮料行业SWOT分析

1、饮料行业优势分析

2、饮料行业劣势分析

3、饮料行业机会分析

4、饮料行业威胁分析

第二节 中国饮料行业竞争格局综述

一、饮料行业竞争概况

1、中国饮料行业品牌竞争格局

2、饮料业未来竞争格局和特点

3、饮料市场进入及竞争对手分析

二、中国饮料行业竞争力分析

1、我国饮料行业竞争力剖析

2、我国饮料企业市场竞争的优势

3、民企与外企比较分析

4、国内饮料企业竞争能力提升途径

三、中国饮料产品竞争力优势分析

1、整体产品竞争力评价

2、产品竞争力评价结果分析

3、竞争优势评价及构建建议

四、饮料行业主要企业竞争力分析

1、重点企业资产总计对比分析

- 2、重点企业从业人员对比分析
- 3、重点企业营业收入对比分析
- 4、重点企业利润总额对比分析
- 5、重点企业综合竞争力对比分析

第三节 饮料行业竞争格局分析

- 一、国内外饮料竞争分析
- 二、我国饮料市场竞争分析
- 三、我国饮料市场集中度分析
- 四、国内主要饮料企业动向
- 五、国内饮料企业拟在建项目分析

第四节 饮料行业并购重组分析

- 一、行业并购重组现状及其重要影响
- 二、跨国公司在华投资兼并与重组分析
- 三、本土企业投资兼并与重组分析
- 四、企业升级途径及并购重组风险分析
- 五、行业投资兼并与重组趋势分析

第十章 2015-2020年饮料行业领先企业经营形势分析

第一节 中国饮料企业总体发展状况分析

- 一、饮料企业主要类型
- 二、饮料企业资本运作分析
- 三、饮料企业创新及品牌建设
- 四、饮料企业国际竞争力分析
- 五、2014年饮料行业企业排名分析

第二节 中国领先饮料企业经营形势分析

一、维维集团股份有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业产品结构分析
- 3、企业产销能力分析
- 4、企业发展规模分析
- 5、企业品牌及消费群分析
- 6、企业竞争优势分析

7、企业最新发展动向

二、厦门银鹭食品有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业产品结构分析

3、企业产销能力分析

4、企业发展规模分析

5、企业品牌及消费群分析

6、企业竞争优势分析

7、企业最新发展动向

三、乐天澳的利饮料有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业产品结构分析

3、企业产销能力分析

4、企业发展规模分析

5、企业品牌及消费群分析

6、企业竞争优势分析

7、企业最新发展动向

四、河北养元智汇饮品股份有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业产品结构分析

3、企业产销能力分析

4、企业发展规模分析

5、企业品牌及消费群分析

6、企业竞争优势分析

7、企业最新发展动向

五、广州王老吉大健康产业有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业产品结构分析

3、企业产销能力分析

4、企业发展规模分析

5、企业品牌及消费群分析

6、企业竞争优势分析

7、企业最新发展动向

六、桂林娃哈哈食品有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业产品结构分析

3、企业产销能力分析

4、企业发展规模分析

5、企业品牌及消费群分析

6、企业竞争优势分析

7、企业最新发展动向

七、华润怡宝食品饮料（深圳）有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业产品结构分析

3、企业产销能力分析

4、企业发展规模分析

5、企业品牌及消费群分析

6、企业竞争优势分析

7、企业最新发展动向

八、乐百氏（广东）食品饮料有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业产品结构分析

3、企业产销能力分析

4、企业发展规模分析

5、企业品牌及消费群分析

6、企业竞争优势分析

7、企业最新发展动向

九、东莞雀巢有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业产品结构分析

3、企业产销能力分析

4、企业发展规模分析

5、企业品牌及消费群分析

6、企业竞争优势分析

7、企业最新发展动向

十、康师傅饮品投资（中国）有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业产品结构分析

3、企业产销能力分析

4、企业发展规模分析

5、企业品牌及消费群分析

6、企业竞争优势分析

7、企业最新发展动向

第五部分 发展前景展望

第十一章 2015-2020年饮料行业前景及投资价值

第一节 饮料行业五年规划现状及未来预测

一、 “十二五”期间饮料行业运行情况

二、 “十二五”期间饮料行业发展成果

三、 饮料行业“十三五”发展方向预测

第二节 2015-2020年饮料市场发展前景

一、 2015-2020年饮料市场发展潜力

二、 2015-2020年饮料市场发展前景展望

三、 2015-2020年饮料细分行业发展前景分析

第三节 2015-2020年饮料市场发展趋势预测

一、 2015-2020年饮料行业发展趋势

二、 2015-2020年饮料市场规模预测

1、 饮料行业市场容量预测

2、 饮料行业销售收入预测

三、 2015-2020年细分市场发展趋势预测

第四节 2015-2020年中国饮料行业供需预测

一、 2015-2020年中国饮料行业供给预测

二、 2015-2020年中国饮料行业产量预测

三、 2015-2020年中国饮料市场销量预测

四、 2015-2020年中国饮料行业需求预测

五、 2015-2020年中国饮料行业供需平衡预测

第五节 影响企业生产与经营的关键趋势

- 一、市场整合成长趋势
- 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测
- 三、企业区域市场拓展的趋势
- 四、科研开发趋势及替代技术进展
- 五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第六节 饮料行业投资特性分析

- 一、饮料行业进入壁垒分析
- 二、饮料行业盈利因素分析
- 三、饮料行业盈利模式分析

第七节 2015-2020年饮料行业发展的影响因素

- 一、有利因素
- 二、不利因素

第八节 2015-2020年饮料行业投资价值评估分析

- 一、行业投资效益分析
 - 1、行业活力系数比较及分析
 - 2、行业投资收益率比较及分析
 - 3、行业投资效益评估
- 二、产业发展的空白点分析
- 三、投资回报率比较高的投资方向
- 四、新进入者应注意的障碍因素

第十二章 2015-2020年饮料行业投资机会与风险防范

第一节 饮料行业投融资情况

- 一、行业资金渠道分析
- 二、固定资产投资分析
- 三、兼并重组情况分析
- 四、饮料行业投资现状分析

第二节 2015-2020年饮料行业投资机会

- 一、产业链投资机会
- 二、细分市场投资机会
- 三、重点区域投资机会

四、饮料行业投资机遇

第三节 2015-2020年饮料行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

第四节 中国饮料行业投资建议

一、饮料行业未来发展方向

二、饮料行业主要投资建议

三、中国饮料企业融资分析

第六部分 发展战略研究

第十三章 饮料行业发展战略研究

第一节 饮料行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国饮料品牌的战略思考

一、饮料品牌的重要性

二、饮料实施品牌战略的意义

三、饮料企业品牌的现状分析

四、我国饮料企业的品牌战略

五、饮料品牌战略管理的策略

第三节 饮料经营策略分析

一、饮料市场细分策略

二、饮料市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、饮料新产品差异化战略

第四节 饮料行业投资战略研究

一、2015-2020年饮料行业投资战略

二、2015-2020年细分行业投资战略

第十四章 博思数据研究结论及发展建议

第一节 饮料行业研究结论及建议

第二节 饮料子行业研究结论及建议

第三节 饮料行业发展建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录

图表：饮料行业生命周期

图表：饮料行业产业链结构

图表：2012-2014年全球饮料行业市场规模

图表：2012-2014年中国饮料行业市场规模

图表：2012-2014年饮料行业重要数据指标比较

图表：2012-2014年中国饮料市场占全球份额比较

图表：2012-2014年饮料行业工业总产值

图表：2012-2014年饮料行业销售收入

图表：2012-2014年饮料行业利润总额

图表：2012-2014年饮料行业资产总计

图表：2012-2014年饮料行业负债总计

图表：2012-2014年饮料行业竞争力分析

图表：2012-2014年饮料市场价格走势

图表：2012-2014年饮料行业主营业务收入

图表：2012-2014年饮料行业主营业务成本

图表：2012-2014年饮料行业销售费用分析

图表：2012-2014年饮料行业管理费用分析
图表：2012-2014年饮料行业财务费用分析
图表：2012-2014年饮料行业销售毛利率分析
图表：2012-2014年饮料行业销售利润率分析
图表：2012-2014年饮料行业成本费用利润率分析
图表：2012-2014年饮料行业总资产利润率分析
图表：2012-2014年饮料行业产能分析
图表：2012-2014年饮料行业产量分析
图表：2012-2014年饮料行业需求分析
图表：2012-2014年饮料行业进口数据
图表：2012-2014年饮料行业出口数据
图表：2012-2014年饮料行业集中度
图表：2015-2020年中国饮料行业供给预测
图表：2015-2020年中国饮料行业产量预测
图表：2015-2020年中国饮料市场销量预测
图表：2015-2020年中国饮料行业需求预测
图表：2015-2020年中国饮料行业供需平衡预测
略……

本报告利用博思数据研究中心长期对饮料行业市场跟踪搜集的一手市场数据，同时依据国家统计局、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、行业协会、全国及海外专业研究机构提供的大量权威资料，采用与国际同步的科学分析模型，全面而准确地为您从行业的整体高度来架构分析体系。让您全面、准确地把握整个饮料行业的市场走向和发展趋势。

报告对中国饮料行业的内外部环境、行业发展现状、产业链发展状况、市场供需、竞争格局、标杆企业、发展趋势、机会风险、发展策略与投资建议等进行了分析，并重点分析了我国饮料行业将面临的机遇与挑战。报告将帮助饮料企业、学术科研单位、投资企业准确了解饮料行业最新发展动向，及早发现饮料行业市场的空白点，机会点，增长点和盈利点……准确把握饮料行业未被满足的市场需求和趋势，有效规避饮料行业投资风险，更有效率地巩固或者拓展相应的战略性目标市场，牢牢掌握行业竞争的主动权。形成企业良好的可持续发展优势。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/yinliao1501/I09165RT0N.html>