

# 中国果汁行业“十一五”回顾及“十二五”规划投资分析及预测报告

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《中国果汁行业“十一五”回顾及“十二五”规划投资分析及预测报告》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/yinliao/9531595315.html>

报告价格：电子版: 6800元 纸介版：7000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

2010年是中国十一五收官之年，起草和编制下一个五年发展规划已列入今年政府工作的重要议事日程。从国务院多部门前期调研透露的信息看，未来五年中国将开启经济与社会的双重转型，以转变发展方式和调整经济结构为主线，部署中国经济社会从外需向内需、从高碳向低碳，从强国向富民的三大转型。

十一五结构调整目标料难实现，转变发展方式进展缓慢，投资和出口仍是中国经济的主要推动力，经济增长严重依赖要素投入，增长效益提高不明显。贸易顺差巨大，国际收支失衡，庞大的外汇占款导致货币发行量激增，引发资产价格泡沫风险。此次国际金融危机后，国际经济环境发生了自二战以来最深刻的变化，外需难以恢复到危机前水平。因此，十二五期间必须有效扩大国内需求，特别是消费需求，减少经济增长对外部需求的过多依赖。同时工业占GDP的比重也达到极限，十二五期间工业化亦很难再提速，规模扩张的工业化模式必然要让位于质量提升的增长模式。

中国果汁饮料竞争日趋激烈，市场上存在三股竞争力量：一支是台湾背景的企业统一和康师傅，以包装的创新和口味取胜；一支是包括汇源、娃哈哈等国内知名企业；还有一支是大的跨国公司如可口可乐、百事可乐等。目前市场上集中了娃哈哈、汇源、农夫果园、统一鲜橙多、美汁源果粒橙、酷儿、露露等众多一线饮料品牌。由于大品牌的激烈竞争，使得外来品牌很难进入果汁饮料市场，同时果汁饮料的价格日益透明化，厂家和经销商的利润在不断变薄。寻找新的利润增长点，成为企业的当务之急。而要想在竞争激烈的果汁市场取得领先地位，适合市场需要的差异化经营则是关键。

中国虽人口众多，果汁饮料的消费量却较低，人均年消费量还不到1公斤，是世界平均水平的1/10，发达国家平均水平的1/40。世界人均果汁饮料消费量已达7公斤，如果按世界平均消费量计算，中国果汁饮料的市场容量应为910万吨，这表明，果汁饮料在中国仍有巨大的发展空间。随着城乡居民生活水平的逐步提高，果汁饮料的消费必将进一步增长，未来中国果汁行业的发展前景看好，与此同时也具备了非常好的投资优势。

中国报告网发布的《中国果汁行业“十一五”回顾及“十二五”规划投资分析及预测报告》共十一章。首先介绍了中国果汁行业相关概述，接着分析了中国果汁行业全球市场发展状况，然后对中国果汁行业市场运行环境及运行现状进行了重点分析，最后分析了中国果汁行业的发展趋势及投资前景，并提出相应投资策略。您若想对中国果汁行业有个系统的了解，透视行业发展现状、锚定未来、战略前瞻、科学规划，寻求技术突破、产业创新、经济发展，为引领下一轮发展打下坚实的基础，本报告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局数据，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。

## 第一章 果汁行业相关概述

### 第一节 果汁的概念与分类

- 一、果汁的概况
- 二、果汁的分类
- 三、果汁的营养成分

### 第二节 果汁生产技术分析

- 一、果汁的生产工艺简介
- 二、功能果汁的加工技术
- 三、果汁生产应注意的问题

## 第二章 “十一五”期间果汁行业全球发展状况分析

### 第一节 2009-2010年世界果汁行业政策分析

- 一、欧盟抬高果汁准入标准
- 二、美国FDA果蔬汁产品HACCP法规
- 三、英国颁布果汁饮料标签新规定
- 四、白俄罗斯规定新的果汁标准

### 第二节 2009-2010年世界果汁行业运行动态分析

- 一、2009年5月世界果汁市场简报
- 二、百事可乐占据俄罗斯果汁市场领先地位
- 三、汇源果汁复牌暴跌42% 国际大行纷纷落井下石
- 四、智利的果汁市场在全球经济衰退中仍然向上发展

### 第三节 2009-2010年世界主要国家果汁行业发展现状分析

- 一、美国
- 二、日本
- 三、韩国

## 第三章 “十一五”期间中国果汁行业发展环境分析

### 第一节 国内宏观经济情况分析

- 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、2011年中国宏观经济发展预测分析

### 第二节 中国果汁行业政策环境分析

- 一、《饮料通则》
- 二、《现榨果汁卫生标准及规范》
- 三、《现榨果（果）汁通用技术条件》
- 四、果汁饮料行业标准
- 五、原果汁浓缩果汁果汁饮料判定标准

## 六、武汉出台地方标准规定:现榨果汁不得加入添加剂

### 第三节 “十一五”期间中国乳业发展社会环境分析

#### 一、人们的饮食结构分析

#### 二、人们的健康消费观念

### 第四章 “十一五”期间我国果汁行业发展现状分析

#### 第一节 2009-2010年中国果汁市场发展概况分析

##### 一、中国市场果汁饮料品牌发展历程

##### 二、浓缩果汁行业期盼信贷春风

##### 三、果汁业发展呈现4个热点

##### 四、低浓度果汁饮料市场分析

#### 第二节 2009-2010年中国饮料行业市场发展趋势分析

##### 一、2009年中国饮料产品将向多样化发展

##### 二、2009年果蔬汁饮料表现突出，果粒饮料成市场新宠

##### 三、2009年是中国饮料市场多元发展转型重组的一年

#### 第三节 2009-2010年中国果汁市场动态分析

##### 一、饮料巨头争食果汁市场今夏饮料果汁为王

##### 二、中粮PK汇源抢市场自立门户造果汁

#### 第四节 2009-2010年中国知名果汁企业发展动态分析

##### 一、康师傅：打造中国家喻户晓的知名品牌

##### 二、汇源果汁：下乡撬动农村百亿市场

##### 三、农夫果园：能不能“摇”动果汁市场

### 第五章 “十一五”期间果汁市场消费调查分析

#### 第一节 2009-2010年中国果汁消费者特征分析

##### 一、消费者性别

##### 二、消费者年龄

##### 三、消费者职业

##### 四、消费者收入

#### 第二节 2009-2010年中国果汁消费者偏好及行为分析

##### 一、口味选择

##### 二、品牌选择

##### 三、购买地点

##### 四、购买频率

##### 五、包装选择

##### 六、广告媒体选择

##### 七、促销因素

## 第六章 果汁行业“十一五”规划期间行业运行监测数据分析

### 第一节 2008-2010年中国果汁行业总体数据分析

- 一、2008年中国果汁行业全部企业数据分析
- 二、2009年中国果汁行业全部企业数据分析
- 三、2010年中国果汁行业全部企业数据分析

### 第二节 2008-2010年中国果汁行业不同规模企业数据分析

- 一、2008年中国果汁行业不同规模企业数据分析
- 二、2009年中国果汁行业不同规模企业数据分析
- 三、2010年中国果汁行业不同规模企业数据分析

### 第三节 2008-2010年中国果汁行业不同所有制企业数据分析

- 一、2008年中国果汁行业不同所有制企业数据分析
- 二、2009年中国果汁行业不同所有制企业数据分析
- 三、2010年中国果汁行业不同所有制企业数据分析

## 第七章 集团企业制定“十二五”规划指导

### 第一节 集团企业制定“十二五”规划主要内容

- 一、“十一五”战略规划回顾和效果评估
- 二、“十二五”规划编制的指导思想和发展思路
- 三、“十二五”规划编制的基本出发点
- 四、“十二五”规划编制的流程
- 五、“十二五”规划编制的基础和方法
- 六、“十二五”规划编制的成果体现
- 七、“十二五”规划编制的内容

### 第二节 制订战略规划后的战略管理

- 一、战略规划的质询、批准与公布
- 二、战略规划的执行
- 三、战略执行效果的评估
- 四、战略检讨与调整

## 第八章 果汁行业“十二五”规划期竞争格局研究

### 第一节 2009-2010年中国果汁饮料行业竞争态势分析

- 一、上游原料降价有利扩张
- 二、三大巨头排位之争
- 三、低浓度VS高浓度
- 四、华南果汁市场份额组成

### 第二节 2009-2010年中国果汁产业提升国际竞争力分析

- 一、果汁原料先天不足

二、品种结构不合理削弱我果汁竞争力

三、加强科技创新发展专用果品

第三节 2009-2010年中国主要果汁行重点品牌竞争手段分析

一、统一

二、康师傅

三、露露

四、维他

第四节 2009-2010年中国果汁市场竞争深度探析

一、消费群体各有特色

二、呈现区域市场特点

三、主要消费群生活态度分析

第九章 果汁行业“十二五”规划期重点企业竞争力分析

第一节 可口可乐装瓶商生产（东莞）有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

四、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 烟台北方安德利果汁股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

四、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 山东天府集团公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

四、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节 陕西海升果业发展股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

四、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节 北京统一饮品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

四、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节 山东鲁菱果汁有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

四、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第七节 杭州娃哈哈乐维食品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

四、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第八节 农夫山泉杭州千岛湖饮用水有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

四、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第九节 北京汇源食品饮料有限公司

一、企业概况



二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

四、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十节 重庆顶津食品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

四、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十章 “十二五”规划期中国果汁行业运行前景预测分析

第一节 “十二五”规划期中国果汁饮料行业发展趋势分析

一、消费需要向两极化方向发展

二、产品定位多样化方向发展

三、生产规模化和产品品牌化方向发展

第二节 “十二五”规划期中国果汁市场发展趋势预测分析

一、纯天然、高果汁含量是发展方向

二、复合果汁及复合果蔬汁大有市场

三、功能型果汁饮料值得期待

四、果汁奶饮料发展潜力巨大

第三节 “十二五”规划期中国果汁市场预测分析

一、果汁市场产量预测分析

二、果汁产品需求预测分析

三、果汁市场竞争格局预测分析

第四节 “十二五”规划期中国果汁行业盈利预测分析

第十一章 果汁行业“十二五”重点项目及投资机会研究

第一节 果汁行业“十二五”规划重大项目情况

第二节 果汁行业“十二五”发展趋势分析

一、技术发展预测研究

二、市场发展预测研究

第三节 果汁行业“十二五”投资重点分析

第四节 果汁行业“十二五”投资机会分析

第五节 果汁行业“十二五”投资策略研究

图表目录（部分）：

图表：2005-2010年上半年年国内生产总值

图表：2005-2010年上半年年居民消费价格涨跌幅度

图表：2010年上半年年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2010年上半年年年末国家外汇储备

图表：2005-2010年上半年年财政收入

图表：2005-2010年上半年年全社会固定资产投资

图表：2010年上半年年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2010年上半年年固定资产投资新增主要生产能力

图表：.....

更多图表详见正文.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yinliao/9531595315.html>