

# 2007—2010年中国果菜汁及果菜饮料行业投资价值决策咨询及行业竞争力调查研究报告

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《2007—2010年中国果菜汁及果菜饮料行业投资价值决策咨询及行业竞争力调查研究报告》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/2863528635.html>

报告价格：电子版: 7000元 纸介版：7800元 电子和纸介版: 8500

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

【提交时间】 5个工作日【报告格式】 Word格式报告摘要近几年，我国果汁饮料产销量快速增长。2006年果汁饮料产量达到859.8万吨，比去年同期增长35.50%。2006年规模以上果汁饮料企业实现工业总产值308亿元，实现销售收入289亿元。然而果汁饮料销量与销售额并没有同步增长，果汁饮料市场销售额增长面临巨大的挑战。在销售量猛增的同时，促进果汁销售额的增长成为行业普遍面临的问题。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。在中国经济快速发展及2008年奥运会的推动下，2008年果汁及蔬菜汁生产企业产销将继续保持增长的势头。未来在品牌建设将成为各大果汁及蔬菜汁生产企业的一个重点关注领域。报告目录第一部分 果菜汁及果菜饮料行业运行情况 8第一章 中国果菜汁及果菜饮料行业企业概况 8第一节 企业性质分析 9第二节 企业规模分析 10第三节 企业区域分布 11第二章 2005-2007年中国果菜汁及果菜饮料行业生产情况 12第一节 中国果菜汁及果菜饮料行业总产量 13第二节 中国果菜汁及果菜饮料行业区域特征分析 14第三节 不同规模企业产量 15第三章 2005-2007年中国果菜汁及果菜饮料行业销售情况 16第一节 中国都制品行业销售规模变动轨迹 17第二节 中国果菜汁及果菜饮料区域特征分析 18第三节 中国果菜汁及果菜饮料行业中不同规模企业销售额 19第四章 果菜汁及果菜饮料进出口情况 20第一节 果菜汁及果菜饮料进出口总量 21第二节 果菜汁及果菜饮料进出口结构 22第五章 果菜汁及果菜饮料细分产品产销情况 23第一节 水果汁及果肉饮料 24第二节 蔬菜汁及蔬菜饮料 25第三节 其它型果菜汁及果菜饮料 26第二部分 行业竞争情况分析 27第六章 上游原料行业议价能力 27第一节 上游原材料供应量 28一、 2005-2007年果菜汁及果菜饮料主要原料产量 29二、 主要原材料区域分布 30三、 2005-2007年主要原材料进出口总量 31第二节 原材料价格 32一、 近年我国果菜汁及果菜饮料主要原料产品的价格变动趋势 33二、 不同地区果菜汁及果菜饮料主要原料产品价格 34第三节 原材料供应商议价能力 35一、 中国果菜汁及果菜饮料主要原料产品的供求对比 36二、 原材料行业与果菜汁及果菜饮料行业的议价能力 37第七章 下游行业议价能力 38第一节 果菜汁及果菜饮料消费总量分析 39一、 2005-2007年果菜汁及果菜饮料消费总量 40二、 重点地区消费量分析 41三、 果菜汁及果菜饮料消费结构 42第二节 果菜汁及果菜饮料消费影响因素 43一、 产品质量因素 44二、 产品价格因素 45三、

渠道因素 46四、 品牌因素 47五、 包装因素 48第三节 果菜汁及果菜饮料的主要渠道分析  
49一、 便利店 50二、 批发商 51三、 超市、大卖场 52四、 出口贸易 53第四节  
下游议价能力综述（消费者、经销商） 54第八章 果菜汁及果菜饮料市场厂商竞争分析  
55第一节 国内果菜汁及果菜饮料市场竞争主体 56一、 中小果菜汁及果菜饮料加工企业  
57二、 果菜汁及果菜饮料加工集团 58第二节 果菜汁及果菜饮料企业之间的竞争程度  
59一、 行业集中度 60二、 产品差异化程度 61三、 不同竞争主体的盈利对比 62四、  
重点地区果菜汁及果菜饮料竞争格局 63五、 不同种类产品竞争格局 64第三节  
果菜汁及果菜饮料企业竞争因素分析 65一、 原料采购与制造 66二、 市场营销 67三、  
品牌竞争 68第四节 果菜汁及果菜饮料企业竞争行为总结 69第九章  
果菜汁及果菜饮料潜在进入者威胁 70第一节 果菜汁及果菜饮料行业进入壁垒 71一、  
市场准入机制 72二、 市场竞争状况 73三、 渠道资源问题 74第二节  
新进入者主要群体竞争力 75一、 中小果菜汁及果菜饮料加工企业 76二、  
果菜汁及果菜饮料加工集团 77第三节 新进入者将对市场的影响 78一、 供求关系 79二、  
竞争激烈程度 80第十章 果菜汁及果菜饮料替代产品的发展 81第一节  
果菜汁及果菜饮料的替代品发展 82一、 茶饮料 83二、 碳酸饮料 84三、 纯净水 85四、  
固体饮料 86第二节 替代品发展对果菜汁及果菜饮料市场的影响 87第三节  
针对替代品影响提出的改进策略 88第三部分 行业内重点企业分析 89第十一章 汇源  
90第一节 公司基本情况 90一、 企业组织结构 90二、 企业业务结构 91三、 企业经营策略  
92第二节 公司经营情况 93一、 2005-2007年公司产销情况 93二、 公司财务指标分析  
94第三节 公司未来发展规划及发展前景分析 95一、 企业发展战略规划 95二、  
企业发展前景 96第十二章 农夫果园 97第一节 公司基本情况 97一、 企业组织结构 97二、  
企业业务结构 98三、 企业经营策略 99第二节 公司经营情况 100一、  
2005-2007年公司产销情况 100二、 公司财务指标分析 101第三节  
公司未来发展规划及发展前景分析 102一、 企业发展战略规划 102二、 企业发展前景  
103第十三章 牵手 104第一节 公司基本情况 104一、 企业组织结构 104二、 企业业务结构  
105三、 企业经营策略 106第二节 公司经营情况 107一、 2005-2007年公司产销情况  
107二、 公司财务指标分析 108第三节 公司未来发展规划及发展前景分析 109一、  
企业发展战略规划 109二、 企业发展前景 110第十四章 统一 111第一节 公司基本情况  
111一、 企业组织结构 111二、 企业业务结构 112三、 企业经营策略 113第二节  
公司经营情况 114一、 2005-2007年公司产销情况 114二、 公司财务指标分析 115第三节  
公司未来发展规划及发展前景分析 116一、 企业发展战略规划 116二、 企业发展前景  
117第十五章 康师傅 118第一节 公司基本情况 118一、 企业组织结构 118二、  
企业业务结构 119三、 企业经营策略 120第二节 公司经营情况 121一、  
2005-2007年公司产销情况 121二、 公司财务指标分析 122第三节  
公司未来发展规划及发展前景分析 123一、 企业发展战略规划 123二、 企业发展前景

124	第十六章 娃哈哈	125	第一节 公司基本概况	125	一、 企业组织结构	125	二、 企业业务结构	126	三、 企业经营策略	127	第二节 公司经营情况	128	一、 2005-2007年公司产销情况	128	二、 公司财务指标分析	129	第三节 公司未来发展规划及发展前景分析	130	一、 企业发展战略规划	130	二、 企业发展前景	131		
131	第十七章 椰树	132	第一节 公司基本概况	132	一、 企业组织结构	132	二、 企业业务结构	133	三、 企业经营策略	134	第二节 公司经营情况	135	一、 2005-2007年公司产销情况	135	二、 公司财务指标分析	136	第三节 公司未来发展规划及发展前景分析	137	一、 企业发展战略规划	137	二、 企业发展前景	138		
139	第十八章 果菜汁及果菜饮料行业发展外部环境分析	140	第一节 中国果菜汁及果菜饮料所处的政策环境	141	一、 中国饮料行业“十一五”发展规划	142	二、 果蔬饮料标准建设	143	三、 中国果菜汁及果菜饮料贸易政策	144	第二节 中国果菜汁及果菜饮料行业所处的经济环境	145	一、 2008年中国经济走势	146	二、 居民食品消费支出	147								
147	第十九章 果菜汁及果菜饮料行业发展趋势预测	148	第一节 果菜汁及果菜饮料市场预测	149	一、 2008-2010年中国果菜汁及果菜饮料生产规模预测	150	二、 2008-2010年中国果菜汁及果菜饮料销售规模预测	151	三、 果菜汁及果菜饮料产品结构预测	152	四、 2008-2010年果菜汁及果菜饮料贸易情况	153	第二节 果菜汁及果菜饮料行业发展趋势预测	154	一、 果菜汁及果菜饮料消费需求动向	155	二、 果菜汁及果菜饮料行业生命周期分析	156	三、 果菜汁及果菜饮料制造技术动向	157	四、 果菜汁及果菜饮料品牌发展趋势	158	五、 果菜汁及果菜饮料行业竞争趋势分析	159
159	第二十章 果菜汁及果菜饮料企业经营策略及报告总结	160	第一节 果菜汁及果菜饮料企业经营策略	161	一、 品牌策略	162	二、 营销策略	163	三、 产品策略	164	第二节 报告总结	165												

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/2863528635.html>