

中国果汁饮料市场规模现状及未来五年竞争战略 分析报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国果汁饮料市场规模现状及未来五年竞争战略分析报告》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/219365219365.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

果汁，指以新鲜或冷藏水果为原料，经加工制得的果汁液制品，以及在果汁或浓缩果汁中加入水、糖液、酸味剂等，经调制而成的可直接饮用的饮品（果汁含量不低于10%）。根据国家统计局制定的《国民经济行业分类与代码》，中国把果汁归入饮料制造业（国统局代码15）中的软饮料制造（C153），其统计4级码为C1533。

果汁（浆）及果汁饮料（品）类。它的定义为用新鲜或冷藏水果为原料，经加工制成的制品。果汁（浆）及果汁饮料（品）类也可以细分为果汁、果浆、浓缩果浆、果肉饮料、果汁饮料、果粒果汁饮料、水果饮料浓浆、水果饮料等9种类型，其大都采用打浆工艺将水果或水果的可食部分加工制成未发酵但能发酵的浆液或在浓缩果浆中加入果浆在浓缩时失去的天然水分等量的水，制成的具有原水果果肉的色泽、风味和可溶性固形物含量的制品。

果汁饮料是指从新鲜水果榨汁而成的一种饮料。各种不同水果的果汁含有不同的维生素等营养，而被视为是一种对健康有益的饮料，但其缺乏水果所有的纤维素和过高的糖分有时被视为其缺点。

报告大纲：

第一章 果汁饮料行业投资特性分析

LC1.1 果汁饮料的定义及分类

1.1.1 果汁饮料的定义

1.1.2 果汁饮料的分类

1.1.3 果汁饮料的生产引用的标准及要求

1.2 果汁饮料的产品市场特征与投资特性

1.2.1 果汁饮料产品与市场特征

1.2.2 中国市场果汁饮料品牌发展历程

1.2.3 果汁饮料市场进入门槛

1.3 2014果汁饮料行业集中度分析

1.3.1 2014果汁饮料行业企业集中度

1.3.2 2014果汁饮料行业地区集中度

1.4 2014年果汁饮料行业偿债能力分析

1.5 2014年果汁饮料行业盈利能力分析

第二章 果汁饮料市场现状分析

2.1 全球果汁饮料市场发展现状

2.1.1 国际果汁饮料市场现状

2.1.2 2014年全球果汁饮料消费量

2.1.3 中国将成为全球最大果汁供应国

2.2 美国果汁饮料市场分析

- 2.2.1 美国果汁饮料市场规模及预测
- 2.2.2 美国果汁饮料市场口味分布
- 2.2.3 美国果汁饮料市场主要品牌及占有率
- 2.3 英国果汁饮料市场分析
 - 2.3.1 英国果汁饮料市场规模及预测
 - 2.3.2 英国果汁饮料市场口味分布
 - 2.3.3 英国果汁饮料市场主要品牌及占有率
- 2.4 法国果汁饮料市场分析
 - 2.4.1 法国果汁饮料市场规模及预测
 - 2.4.2 法国果汁饮料市场口味分布
 - 2.4.3 法国果汁饮料市场主要品牌及占有率
- 2.5 日本果汁饮料市场分析
 - 2.5.1 日本果汁饮料市场规模及预测
 - 2.5.2 日本果汁饮料市场口味分布
 - 2.5.3 日本果汁饮料市场主要品牌及占有率
- 2.6 2014年中国果汁饮料行业市场分析
 - 2.6.1 2014年中国果汁饮料行业发展现状分析
 - 2.6.2 2014年中国果汁饮料行业市场销售及利润规模
 - 2.6.3 2014年中国果汁饮料企业排名
- 2.7 中国果汁饮料市场重要资讯分析
 - 2.7.1 2014年主要饮料厂商新产品分析
 - 2.7.2 果汁饮料行业重要资讯
- 2.8 中国果汁饮料进出口分析
 - 2.8.1 中国浓缩苹果汁产品国际贸易市场份额分析
 - 2.8.2 中国果汁出口面临的问题
 - 2.8.3 中国水果汁进出口统计
 - 2.8.4 中国蔬菜汁进出口统计
 - 2.8.5 中国苹果汁进出口统计
 - 2.8.6 中国橙汁进出口统计
 - 2.8.7 中国番茄汁进出口统计
- 第三章 2014-2014年中国果汁饮料供给分析
 - 3.1 中国果汁饮料产品生产情况
 - 3.2 中国果汁饮料区域产量统计
 - 3.2.1 华北地区
 - 3.2.2 东北地区

3.2.3 华东地区

3.2.4 华中地区

3.2.5 华南地区

3.2.6 西南地区

第四章 消费者调研

4.1.2 北京不同性别、年龄、收入层消费者饮用果汁饮料的频率

4.1.3 北京消费者最常饮用的果汁饮料品牌

4.1.4 北京不同性别、年龄、收入层消费者饮用果汁饮料的品牌消费习惯

4.1.5 北京消费者选择果汁饮料考虑的因素分析

4.1.6 北京不同性别、年龄、收入层消费者最常饮用果汁饮料的包装形式

4.1.7 北京不同性别、年龄、收入层消费者最常饮用果汁饮料的场合

4.1.8 重度消费者分析

4.2 上海果汁饮料消费调查分析

4.2.1 饮用和购买果汁饮料的频率

4.2.2 上海不同性别、年龄、收入层消费者饮用果汁饮料的频率

4.2.3 上海消费者最常饮用的果汁饮料品牌

4.2.4 上海不同性别、年龄、收入层消费者饮用果汁饮料的品牌消费习惯

4.2.5 上海消费者选择果汁饮料考虑的因素分析

4.2.6 上海不同性别、年龄、收入层消费者最常饮用果汁饮料的包装形式

4.2.7 上海不同性别、年龄、收入层消费者最常饮用果汁饮料的场合

4.2.8 重度消费者分析

4.3 广州果汁饮料消费调查分析

4.3.1 饮用和购买果汁饮料的频率

4.3.2 广州不同性别、年龄、收入层消费者饮用果汁饮料的频率

4.3.3 广州消费者最常饮用的果汁饮料品牌

4.3.4 广州不同性别、年龄、收入层消费者饮用果汁饮料的品牌消费习惯

4.3.5 广州消费者选择果汁饮料考虑的因素分析

4.3.6 广州不同性别、年龄、收入层消费者最常饮用果汁饮料的包装形式

4.3.7 广州不同性别、年龄、收入层消费者最常饮用果汁饮料的场合

第五章 果汁饮料行业市场竞争分析

5.1 2014年果汁饮料市场变化趋势

5.2 2014年果汁饮料行业竞争结构

5.2.1 2014年果汁饮料行业企业规模竞争状况

5.2.2 2014年果汁饮料行业企业资本结构性竞争

5.3 区域竞争分析

- 5.4 果汁饮料市场品牌竞争分析
- 5.5 果汁饮料市场品牌市场占有率
- 5.6 主要果汁企业市场份额
- 5.7 纯果汁市场竞争趋势
 - 5.7.1 果汁厂商瞄准纯果汁
 - 5.7.2 纯果汁市场前景广阔
 - 5.7.3 纯果汁市场竞争趋势
 - 5.7.4 蔬果汁饮料大有可为
- 5.8 浓缩苹果汁行业分析
 - 5.8.1 浓缩果汁的市场需求旺盛
 - 5.8.2 我国浓缩果汁竞争优势明显
 - 5.8.3 生产能力不断向优势企业集中
 - 5.8.4 外国浓缩果汁生产能力向我国转移
 - 5.8.5 我国浓缩果汁产业面临原料约束
- 5.9 2014年中国水果行业发展状况分析
 - 5.9.1 2014年我国水果生产与价格变化情况
 - 5.9.2 2014年我国水果进出口贸易情况
- 第六章 果汁饮料产业竞争者研究分析
 - 6.1 2012年-2014年中国饮料行业分析
 - 6.1.1 2014年中国饮料行业总体发展状况
 - 6.1.2 2014年中国软饮料行业偿债能力
 - 6.1.3 2014年中国软饮料行业盈利能力
 - 6.1.4 中国饮料各子行业对比分析
 - 6.2 中国碳酸饮料市场分析
 - 6.2.1 碳酸饮料市场发展概况
 - 6.2.2 碳酸饮料主要品种类型
 - 6.2.3 碳酸饮料行业生产状况
 - 6.2.4 2014年碳酸饮料行业市场销售规模
 - 6.2.5 2014年碳酸饮料行业偿债能力分析
 - 6.2.6 2014年碳酸饮料行业盈利能力分析
 - 6.2.7 碳酸饮料市场竞争状况
 - 6.2.8 碳酸饮料市场的发展趋势
 - 6.3 中国瓶装饮用水市场分析
 - 6.3.1 饮用水市场概况
 - 6.3.2 桶装水市场分析

- 6.3.3 瓶装水的发展历程及其基本状况
 - 6.3.4 瓶装饮用水行业生产状况
 - 6.3.5 2014年瓶装饮用水行业市场销售规模
 - 6.3.6 2014年瓶装饮用水行业偿债能力分析
 - 6.3.7 2014年瓶装饮用水行业盈利能力分析
 - 6.3.8 瓶装饮用水市场竞争分析
 - 6.4 中国固体饮料市场分析
 - 6.4.1 固体饮料市场发展概况
 - 6.4.2 固体饮料主要品种类型
 - 6.4.3 2014年固体饮料行业市场销售规模
 - 6.4.4 2014年固体饮料行业偿债能力分析
 - 6.4.5 2014年固体饮料行业盈利能力分析
 - 6.4.6 固体饮料市场竞争分析
 - 6.5 中国含乳饮料及植物蛋白饮料市场分析
 - 6.5.1 含乳饮料市场发展概况
 - 6.5.2 植物蛋白饮料市场发展概况
 - 6.5.3 2014年含乳饮料及植物蛋白饮料行业市场销售规模
 - 6.5.4 2014年含乳饮料及植物蛋白饮料行业偿债能力分析 351
 - 6.5.5 2014年含乳饮料及植物蛋白饮料行业盈利能力分析
 - 6.6 中国茶饮料市场分析
 - 6.6.1 茶饮料定义及分类
 - 6.6.2 茶饮料市场发展概况
 - 6.6.3 2014年茶饮料行业市场销售规模及获利状况分析
 - 6.6.4 2014年茶饮料行业盈利能力分析
 - 6.6.5 2014年茶饮料行业偿债能力分析
 - 6.6.6 茶饮料市场竞争分析
 - 6.6.7 茶饮料行业市场发展趋势分析
 - 6.7 中国功能饮料市场分析
 - 6.7.1 功能饮料定义和分类
 - 6.7.2 世界功能饮料市场规模及预测
 - 6.7.3 中国功能饮料市场规模及增长预测
 - 6.7.4 中国功能饮料消费状况
 - 6.7.5 中国功能饮料市场竞争状况
 - 6.7.6 奥运会将高速拉动功能饮料的发展
- 第七章 果汁饮料行业营销分析

7.1 销售渠道的基本模式

7.1.1 厂家直销

7.1.2 网络销售

7.1.4 农贸批发市场向周边自然辐射的模式

7.1.5 销售渠道的变化模式

7.2 果汁饮料企业超市渠道管理策略

7.3 果汁饮料企业餐饮渠道管理策略

7.4 果汁饮料企业竞争情报系统构建策略

7.4.1 果汁饮料企业竞争情报系统组织网络建设策略

7.4.2 果汁饮料企业竞争情报系统信息网络建设策略

7.4.3 果汁饮料企业竞争情报系统人际网络建设策略 385

第八章 2014年果汁饮料企业经营分析

8.1 汇源集团

8.1.1 汇源集团企业简介

8.1.2 2014年度北京汇源食品饮料有限公司经营分析

1、2014年企业整体发展状况

2、2014年企业偿债能力分析

3、2014年企业盈利能力分析

8.1.3 2014年度北京新源食品饮料有限公司经营分析

1、2014年企业整体发展状况

2、2014年企业偿债能力分析

3、2014年企业盈利能力分析

8.1.4 2014年度汇源集团各分公司经营状况

8.2 统一集团

8.2.1 统一果汁饮料基本情况介绍

8.2.2 2014年度北京统一饮品有限公司经营状况分析

8.2.3 2014年度昆山统一企业食品有限公司经营状况分析

8.2.4 2014年度成都统一企业食品有限公司经营状况分析

8.2.5 2014年度武汉统一企业食品有限公司经营状况分析

8.3 康师傅

8.3.1 康师傅果汁饮料基本情况介绍

8.3.2 2014年度杭州顶津食品有限公司经营状况分析

8.3.3 2014年度西安顶津食品有限公司经营状况分析

8.3.4 2014年度福建顶津食品有限公司经营状况分析

8.3.5 2014年度重庆顶津食品有限公司经营状况分析

8.3.6 2014年度昆明顶津食品有限公司经营状况分析

8.4 娃哈哈

8.4.1 娃哈哈果汁饮料基本情况介绍

8.4.2 2014年度吉林市娃哈哈饮料有限公司经营状况分析

8.4.3

2014年度杭州娃哈哈非常可乐饮料有限公司经营状况分析（集团内部果汁饮料产量最大）

8.5 山东鲁菱果汁有限公司

8.5.1 企业基本情况简介

8.5.2 2014年度山东鲁菱果汁有限公司经营状况分析

8.6 烟台北方安德利果汁有限公司

8.6.1 企业基本情况介绍

8.6.2 2014年度烟台北方安德利果汁有限公司经营状况分析

8.7 陕西海升果业发展股份有限公司

8.7.1 企业基本情况介绍

8.7.2 2014年度陕西海升果业发展股份有限公司经营状况分析

8.8 国投中鲁果汁股份有限公司

8.8.1 企业基本情况介绍

8.8.2 2014年度山东国投中鲁果汁有限公司经营状况分析

8.9 厦门银鹭食品有限公司

8.9.1 企业基本情况介绍

8.9.2 2014年度厦门银鹭食品有限公司经营状况分析

8.10 露露集团

8.10.1 企业基本情况介绍

8.10.1 2014年度汕头高新区露露南方有限公司经营状况分析（集团内果汁饮料产量最大）

8.11 三门峡湖滨果汁有限责任公司

8.11.1 企业基本情况介绍

8.11.2 2014年度三门峡湖滨果汁有限责任公司经营状况分析

8.12 北京顺鑫牵手有限责任公司

8.12.1 企业基本情况介绍

8.12.2 2014年度北京顺鑫牵手有限责任公司经营状况分析

8.13 可口可乐装瓶商生产（东莞）有限公司

8.13.1 企业基本情况介绍

8.13.2 2014年可口可乐装瓶商生产（东莞）有限公司经营状况分析

第九章 果汁饮料行业发展趋势预测

9.1 中国果汁饮料业SWOT分析

- 9.1.1 中国果汁饮料业发展存在的优势
 - 9.1.2 中国果汁饮料发展存在的劣势
 - 9.1.3 中国果汁饮料业发展的机会分析
 - 9.1.4 中国果汁饮料业发展面临的威胁
 - 9.2 果汁饮料业发展的趋势
 - 9.2.1 生产定位向两极化
 - 9.2.2 产品开发向品牌、多样化
 - 9.2.3 产品包装越来越人性化
 - 9.2.4 企业定位向大型化方向发展
 - 9.2.5 中国资本市场看好果汁行业前景
 - 9.3 未来五年及未来中国果汁饮料产品发展趋势预测
 - 9.3.1 纯天然、高果汁含量的果汁饮料将成为必然发展方向
 - 9.3.2 复合果汁及复合果蔬汁将成为未来发展热点
 - 9.3.3 功能型果汁饮料的发展亦将成为未来的热点
 - 9.3.4 果汁奶饮料发展潜力巨大
 - 9.4 果汁饮料行业发展的建议
 - 9.4.1 包装尺寸差异化
 - 9.4.2 果汁含量差异化
 - 9.4.3 果汁口味的差异化
 - 9.5 2014年中国宏观经济发展预测
 - 9.6 2015年-2020年中国果汁饮料市场规模预测
 - 9.6.1 中国果饮料零售市场规模及预测
 - 9.6.2 中国果饮料市场口味分布
- 图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yinliao/219365219365.html>