

中国浓缩果汁市场分析与发展战略研究报告（2014-2019）

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《中国浓缩果汁市场分析与发展战略研究报告（2014-2019）》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/195279195279.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

浓缩果汁是在水果榨成原汁后再采用低温真空浓缩的方法，蒸发掉一部分水分做成的，在配制100%果汁时须在浓缩果汁原料中还原进去果汁在浓缩过程中失去的天然水分等量的水，制成具有原水果果肉的色泽、风味和可溶性固形物含量的制品。12月份，我国生产果汁和蔬菜汁饮料162.99万吨，同比增长11.16

%。数据显示:1-12月，全国果汁和蔬菜汁饮料的产量达1920万吨，同比增长8.66 %。从各省市的产量来看，1-12月，广东省果汁和蔬菜汁饮料的产量达326万吨，同比增长11.53 %，占全国总产量的16.99%。紧随其后的是河南、四川和重庆，分别占总产量的8.60%、7.95%和7.22%。果汁饮料是以水果为原料经过物理方法如压榨、离心、萃取等得到的汁液产品，一般是指纯果汁或100%果汁。果汁按形态分为澄清果汁和混浊果汁。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。各种常见果汁：苹果汁、葡萄柚汁、奇异果汁、芒果汁、凤梨汁、西瓜汁、葡萄汁、蔓越莓汁、柳橙汁、椰子汁、柠檬汁、哈密瓜汁、草莓汁、木瓜汁。

中国水果资源丰富，其中，苹果产量是世界第一，柑桔产量世界第三，梨、桃等产量居世界前列。近年来，中国果汁饮料市场呈高速发展态势，果汁市场的迅速崛起与消费者的健康意识增强密不可分，果汁饮料，尤其是纯果汁里富含身体必需的维生素和微量元素，也因此，健康美味成为果汁吸引消费者的主因。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。国际市场方面，到2020年，全球果汁及碳酸饮料将增至730亿升。未来中国果汁行业的发展空间非常广阔，与此同时也具备了非常好的投资优势。将果蔬汁与牛奶有机结合生产出真正意义上的果汁奶，在未来我国乳品饮料及果蔬汁饮料市场上也将生产巨大的消费空间。

报告目录

第一章 2013-2014年中国浓缩果汁行业发展概述

第一节 浓缩果汁行业发展情况概述

一、浓缩果汁的基本情况介绍

二、浓缩果汁的发展特点分析

第二节 浓缩果汁行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、浓缩果汁行业产业链分析

第三节 浓缩果汁行业生命周期分析

一、行业生命周期理论概述

二、浓缩果汁行业所属的生命周期分析

第四节 浓缩果汁行业经济指标分析

一、浓缩果汁行业的赢利性分析

二、浓缩果汁行业附加值的提升空间分析

三、浓缩果汁行业进入壁垒与退出机制分析

第二章 2013-2014年世界浓缩果汁行业市场发展现状分析

第一节 全球浓缩果汁行业发展历程回顾

第二节 2013-2014年全球浓缩果汁行业市场规模分析

第三节 2013-2014年全球浓缩果汁行业市场区域分布情况

第四节 2013-2014年浓缩果汁行业亚洲地区市场分析

第五节 2013-2014年浓缩果汁行业欧盟主要国家市场分析

第六节 2013-2014年浓缩果汁行业北美地区主要国家市场分析

第七节 2014-2019年世界浓缩果汁发展走势预测

第八节 2014-2019年全球浓缩果汁行业市场规模预测

第三章 2013-2014年中国浓缩果汁产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

第三节 中国浓缩果汁行业政策环境分析

第四节 中国浓缩果汁产业社会环境发展分析

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、消费观念分析

第四章 中国浓缩果汁产业运行情况

第一节 中国浓缩果汁行业发展状况情况介绍

一、中国浓缩果汁行业发展历程回顾

二、中国浓缩果汁行业技术现状分析

三、中国浓缩果汁行业发展特点分析

第二节 中国浓缩果汁行业市场规模分析

第三节 中国浓缩果汁行业市场供需情况分析

一、中国浓缩果汁行业产能情况分析

二、中国浓缩果汁行业产值分析

三、中国浓缩果汁行业产量统计与分析

四、中国浓缩果汁行业需求量分析

第四节 中国浓缩果汁行业发展趋势分析

第五章 中国浓缩果汁市场格局分析

第一节 中国浓缩果汁行业竞争现状分析

第二节 中国浓缩果汁行业集中度分析

一、中国浓缩果汁行业市场集中度分析

二、中国浓缩果汁行业企业集中度分析

三、中国浓缩果汁行业区域集中度分析

第三节 中国浓缩果汁行业存在的问题

第六章 2011-2013年中国浓缩果汁所属行业经济指标统计

第一节 2011-2013年浓缩果汁所属行业运行情况统计

一、2011-2013年浓缩果汁所属行业企业数量增长分析

二、2011-2013年浓缩果汁所属行业从业人数增长分析

三、2011-2013年浓缩果汁所属行业资产规模增长分析

第二节 2011-2013年中国浓缩果汁所属行业结构分析

一、2011-2013年浓缩果汁所属行业企业数量结构分析

二、2011-2013年浓缩果汁所属行业销售收入结构分析

第三节 2011-2013年浓缩果汁所属行业产成品增长分析

第四节 2011-2013年浓缩果汁所属行业工业销售产值分析

第五节 2011-2013年浓缩果汁所属行业成本费用分析

一、2011-2013年浓缩果汁所属行业销售成本统计

二、2011-2013年浓缩果汁所属行业费用统计分析

第六节 2011-2013年中国浓缩果汁所属行业主要盈利指标

第七章 中国浓缩果汁行业竞争情况

第二节 中国浓缩果汁行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第三节 中国浓缩果汁行业SWOT分析

一、中国浓缩果汁行业优势分析

二、中国浓缩果汁行业劣势分析

三、中国浓缩果汁行业机会分析

四、中国浓缩果汁行业威胁分析

第四节 中国浓缩果汁行业竞争力优势分析

第八章 中国浓缩果汁行业重点生产企业分析

第一节 国投中鲁

- 一、企业概况
- 二、经营状况
- 三、公司发展动向

第二节 海升果汁

- 一、企业概况
- 二、经营状况
- 三、公司发展动向

第三节 安德利果汁股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、经营状况
- 三、公司发展动向

第四节 陕西通达果汁集团

- 一、企业概况
- 二、经营状况
- 三、公司发展动向

第五节 陕西恒兴果汁饮料有限公司

- 一、企业概况
- 二、经营状况
- 三、公司发展动向

第九章 2014-2019年中国浓缩果汁行业发展前景分析与预测

第一节 2014-2019年中国浓缩果汁行业未来发展前景分析

- 一、2014-2019年中国浓缩果汁行业国内投资环境分析
- 二、2014-2019年中国浓缩果汁行业市场机会分析
- 三、2014-2019年中国浓缩果汁行业投资增速预测

第二节 2014-2019年中国浓缩果汁行业未来发展趋势预测

第三节 2014-2019年中国浓缩果汁行业市场发展预测

- 一、2014-2019年中国浓缩果汁行业市场规模预测
- 二、2014-2019年中国浓缩果汁行业市场规模增速预测
- 三、2014-2019年中国浓缩果汁行业产值规模预测
- 四、2014-2019年中国浓缩果汁行业产值增速预测

第四节 2014-2019年中国浓缩果汁行业盈利走势预测

- 一、2014-2019年中国浓缩果汁行业毛利润同比增速预测
- 二、2014-2019年中国浓缩果汁行业利润总额同比增速预测

第十章 2014-2019年中国浓缩果汁行业投资风险与营销分析

第一节2014-2019年中国浓缩果汁行业进入壁垒分析

- 一、2014-2019年中国浓缩果汁行业技术壁垒分析
- 二、2014-2019年中国浓缩果汁行业规模壁垒分析
- 三、2014-2019年中国浓缩果汁行业品牌壁垒分析
- 四、2014-2019年中国浓缩果汁行业其他壁垒分析

第三节 2014-2019年中国浓缩果汁行业投资风险分析

- 一、2014-2019年中国浓缩果汁行业政策风险分析
- 二、2014-2019年中国浓缩果汁行业技术风险分析
- 三、2014-2019年中国浓缩果汁行业竞争风险分析
- 四、2014-2019年中国浓缩果汁行业其他风险分析

第十一章 2014-2019年中国浓缩果汁行业发展策略及投资建议

第一节2014-2019年中国浓缩果汁行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第一节2014-2019年中国浓缩果汁行业发展策略分析

第三节 观研天下专家投资建议

- 一、2014-2019年中国浓缩果汁行业投资区域分析
- 二、2014-2019年中国浓缩果汁行业投资产品分析

图表详见正文.....

特别说明：报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yinliao/195279195279.html>