

2013-2017年中国果汁饮料市场运行态势及投资趋势研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2013-2017年中国果汁饮料市场运行态势及投资趋势研究报告》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：<https://www.huaon.com/detail/135338.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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

果汁饮料是指用成熟适度的新鲜或冷藏果实为原料，经机械加工所得的果汁或混合果汁类制品。果汁饮料含有丰富的维生素、矿物质、微量元素等，具有较高的营养和保健功能。在软饮料行业里，果汁的市场规模仍是最大的一个，2011年的市场规模达1140亿元，同比增长16%。

中国果汁饮料竞争日趋激烈，市场上逐渐分化出三股竞争势力：以汇源、娃哈哈为代表的国内知名企业，以统一和康师傅为代表的台湾企业（以包装的创新和口味取胜）、以可口可乐、百事可乐为代表的跨国企业。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。

艾凯集团报告网发布的《2013-2017年中国果汁饮料市场运行态势及投资趋势研究报告》共十一章。首先介绍了果汁饮料行业的概念，接着分析了中国果汁饮料行业发展环境，然后对中国果汁饮料行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国果汁饮料行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国果汁饮料行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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。

报告目录：

第一章 果汁饮料行业概述

第一节 果汁饮料行业定义及分类

一、果汁饮料的定义

二、果汁饮料的分类

三、果汁饮料的生产工艺

第二节 果汁饮料行业特性分析

一、行业壁垒分析

二、行业生命周期分析

第三节 果汁饮料行业标准

一、果汁饮料行业标准

二、浓缩果汁卫生标准

三、HACCP系统及其应用准则

第二章 2011-2013年中国饮料行业发展概况

第一节 2012年我国饮料运行分析

一、2012年饮料制造业全国主要经济指标分析

二、2012年饮料制造业主要地区主要经济指标分析

第二节 2012年饮料产业发展情况

- 一、2012年中国饮料业的影响因素
- 二、后奥运时代的饮料业发展分析
- 三、2012年轻工业振兴规划对食品饮料业影响
- 四、2012年亚运会饮料业特色营销分析

第三节 2013-2017年我国饮料行业预测

- 一、2013-2017年食品饮料行业投资价值分析
- 二、2013-2017年中国饮料行业格局变化
- 三、2013-2017年饮料市场发展预测

第三章 2011-2013年中国水果行业运营态势

第一节 2012年我国水果市场分析

- 一、2012年主要水果的批发价格走势分析
- 二、我国水果种植加工业亟待结构调整
- 三、中国果蔬加工产业现状与发展态势

第二节 2012年我国水果市场分析

- 一、2012年我国水果产业发展预测
- 二、2012年上海水果销量预测
- 三、2012年我国水果产业发展形势分析
- 四、凭祥成我国对东盟水果进出口最大口岸

第四章 2011-2013年中国果汁饮料行业分析

第一节 全球果汁饮料市场分析

- 一、全球果汁及果汁饮料市场消费分析
- 二、全球果汁及果汁饮料市场发展趋势

第二节 2012年我国果汁饮料行业分析

- 一、中国市场果汁饮料品牌发展历程
- 二、果汁行业前景分析
- 三、果汁饮料市场潜力分析
- 四、2012年果汁及果汁饮料产量
- 五、果汁饮料市场发展现状
- 六、2012年果汁市场发展态势

第三节 2012年我国果汁饮料进出口情况

- 一、2012年果汁饮料的进出口情况
- 二、2012年果汁出口存在的问题
- 三、果汁出口企业应对金融风暴的措施

第五章 2011-2013年果汁饮料细分市场探究

第一节 浓缩果汁行业分析

- 一、世界和中国苹果、梨种植面积及产量统计
- 二、2012年中国浓缩果汁进出口分析
- 三、全球化经济形势下果汁企业的应对策略
- 四、2012年我国浓缩果汁企业发展形势

第二节 浓缩苹果汁市场分析

- 一、中国苹果浓缩汁企业面临的挑战
- 二、金融危机对中国浓缩苹果汁出口的影响
- 三、2012年浓缩苹果汁出口量预测

第三节 柑橘橙汁产业

- 一、2012年中国冷冻橙汁进口情况分析
- 二、2012年我国柑橘产销形势分析
- 三、2012年柑橘销售影响因素及建议

第六章 其他饮料行业分析

第一节 茶饮料分析

- 一、2012年精制茶产量分析
- 二、2012年茶饮料市场格局变化
- 三、2012年茶饮料国家标准实施情况
- 四、2012年茶饮料市场流行趋势
- 五、中国传统茶饮料行业发展趋势

第二节 纯牛奶分析

- 一、2011年牛奶行业受欢迎程度调查
- 二、三聚氰胺事件对乳业的影响
- 三、2013-2017年奶业格局变化预测
- 四、2013-2017年我国奶业发展速度预测

第三节 乳酸饮料分析

- 一、2012年液体乳产量分析
- 二、2011年乳业准入门槛分析
- 三、乳品行业进入日益细分阶段
- 四、2012年乳品价格预测
- 五、2012年乳品行业发展困境分析
- 六、2013-2017年乳制品工业发展预测

第四节 冷饮市场分析

- 一、2011年我国冷饮市场分析

二、2012年冷冻饮品产量分析

三、2011年饮料冷饮市场热点分析

四、2013-2017年我国冷饮行业发展趋势

第五节 豆奶市场分析

一、我国豆奶产业发展现状

二、中国豆奶行业存在问题

三、三聚氰胺事件对豆奶业的影响

四、2012年豆奶市场发展情况

五、2013-2017年我国豆奶业发展形势分析

第六节 碳酸饮料分析

一、2012年碳酸饮料产量分析

二、碳酸饮料市场份额变化

三、我国碳酸饮料业发展问题及未来趋势分析

四、碳酸饮料瓶包装技术发展迅速

第七章 饮料包装行业分析

第一节 行业概述

一、果汁饮料的包装

二、饮料包装的种类

三、我国饮料包装市场特点

四、包装促销与消费心理分析

第二节 我国饮料包装行业发展分析

一、国内外四大饮料包装市场发展现状

二、国内饮料包装市场分析

三、饮料包装行业市场格局

四、饮料包装行业风险分析

五、中国食品饮料包装市场分析

六、玻璃瓶在饮料包装市场发展现状

第三节 饮料包装行业发展趋势

一、饮料包装发展新趋势

二、饮料包装环保化趋势分析

三、从包装材料分析饮料包装发展趋势

四、从包装理念分析饮料包装发展趋势

第八章 中国果汁行业市场竞争分析

第一节 行业竞争分析

一、果汁饮料行业竞争力分析

二、果汁饮料与茶饮料的消费需求差异对比分析

三、2012年饮料业竞争格局

四、各巨头斗法果汁饮料市场

五、2012年我国果汁行业竞争状况

第二节 国内果汁饮料业中外品牌竞争现状

一、国内果汁饮料市场发展概况

二、我国果汁饮料行业外资进入现状

三、外资进入对国内果汁行业的影响

四、国内果汁饮料业竞争趋势分析

第三节 果汁饮料市场各品牌竞争简析

一、统一：鲜橙多

二、康师傅：鲜橙汁和鲜的每日C

三、可口可乐：果粒橙和酷儿

四、百事可乐：果缤纷

五、汇源：家庭装和高浓度装

六、第五季：番石榴和阳光果葩

七、娃哈哈：非常果汁,水果C系列

八、农夫：农夫果园

第四节 现今果汁饮料市场的卖点分析

一、综合分析

二、另类思路

三、挖掘卖点

四、未来市场预测

第五节 高端饮料营销及案例探析

一、高端风的源起

二、与收益并存的风险

三、“高端风”准确定位

四、K可高端商务饮料营销

五、邓老凉茶以“道”制胜

第六节 果汁饮料营销分析

一、与其他饮料对比分析

二、消费者细分策略分析

三、饮料销售的卖点分析

四、果汁饮料营销的策略

第九章 2011-2013年果汁饮料行业重点企业研究

第一节 国投中鲁果汁股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2012年经营状况分析
- 四、2013-2017年公司发展战略分析

第二节 北京汇源饮料食品集团有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2012年经营状况分析
- 四、2013-2017年公司发展战略分析

第三节 河北承德露露股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2012年经营状况分析
- 四、2013-2017年公司发展战略分析

第四节 统一企业中国控股有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2012年经营状况分析
- 四、2013-2017年公司发展战略分析

第五节 康师傅控股有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2012年经营状况分析
- 四、2013-2017年公司发展战略分析

第六节 杭州娃哈哈集团有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2012年经营状况分析
- 四、2013-2017年公司发展战略分析

第七节 农夫山泉股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2012年经营状况分析
- 四、2013-2017年公司发展战略分析

第八节 陕西恒兴果汁饮料有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2012年经营状况分析
- 四、2013-2017年公司发展战略分析

第九节 烟台北方安德利果汁股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2012年经营状况分析
- 四、2013-2017年公司发展战略分析

第十节 中国海升果汁控股有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2012年经营状况分析
- 四、2013-2017年公司发展战略分析

第十章 2013-2017年果汁饮料企业营销战略

第一节 国际金融危机波及陕西苹果汁产业引发的思考

- 一、陕西苹果汁产业发展现状
- 二、不当竞争带来的危机分析
- 三、市场发展战略选择分析

第二节 饮料业创造“虚拟价值”战略分析

- 一、饮料业创造“虚拟价值”的意义
- 二、碳酸饮料：打造虚拟感觉
- 三、果汁市场：策略依浓度而定
- 四、低浓度果汁：靠“虚拟价值”支撑
- 五、纯果汁：凸显营养价值
- 六、中浓度混合果汁：虚实并重
- 七、天然水：水质至上
- 八、功能茶饮料：突出功效
- 九、乳类饮料：策略随市场定位而变
- 十、乳酸菌饮品：紧贴潮流
- 十一、高端奶：营造高端形象

第三节 野生果果汁发展战略分析

- 一、野生果果汁发展概况
- 二、野生果果汁发展问题

三、野生果果汁发展建议

第四节 高浓果汁饮料发展战略分析

一、高浓果汁饮料发展概况

二、高浓果汁与低浓果汁的差别

三、高浓果汁营销策略分析

第五节 中小饮料企业PET果汁饮料业务竞争策略

一、PET果汁饮料市场分析

二、PET果汁饮料战略选择

三、PET果汁饮料市场定位

四、PET果汁饮料市场分销

第十一章 2013-2017年行业发展趋势及战略选择分析

第一节 经济环境分析

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、2013年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2013-2017年饮料行业发展趋势

一、2013-2017年饮料市场的各品类发展预测

二、2013-2017年饮料机械发展方向分析

三、2013-2017年中国饮料总产量预测

四、2013-2017年我国饮料市场发展预测

五、2013-2017年中国饮料业发展趋势

第三节 2013-2017年果汁饮料市场的发展趋势

一、市场细分化趋势

二、品牌整合趋势

三、产品多样化趋势

四、行业竞争趋势

五、行业发展趋势

第四节 2013-2017年果汁饮料行业发展展望

一、2013-2017年我国果汁饮料业发展趋势预测

二、2013-2017年果汁饮料业的发展趋势

三、2013-2017年果汁饮料企业战略选择趋势

图表目录：

图表：2008年以来我国饮料制造业景气指数

图表：我国软饮料月度产量及同比增速

图表：2010年以来我国果汁和蔬菜汁饮料类月度产量及同比增速

图表：2010年以来我国苹果汁出口量及同比增速

图表：2010年以来我国苹果汁月度出口单价及同比增速

图表：2010年以来我国橙汁出口量及同比增速

图表：2010年以来我国橙汁出口单价及同比增速

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2012年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2012年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2013年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2013年中国GDP增速预测

通过《2013-2017年中国果汁饮料市场运行态势及投资趋势研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/135338.html>