

2013-2017年中国果汁饮料 市场竞争格局及投资趋势研究报告

报告目录及图表目录

一、报告报价

《2013-2017年中国果汁饮料市场竞争格局及投资趋势研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.chinairr.org/report/R07/R0702/201304/16-128924.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、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。

中国产业研究报告网发布的《2013-2017年中国果汁饮料市场竞争格局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公析
- 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竞争格局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：<http://www.chinairr.org/report/R07/R0702/201304/16-128924.html>