2011-2015年中国果汁饮料行业竞争格局及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司
www.cction.com

一、报告报价

《2011-2015年中国果汁饮料行业竞争格局及投资前景研究报告》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.cction.com/report/201112/79648.html

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司
订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838
海外报告销售: 010-69365838
Email: kefu@gonyn.com
联系人：李经理

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

果汁饮料因为具有天然、健康、营养等特性，现已逐渐成为日常消费品和碳酸饮料的主要替代品，我国果汁饮料市场将保持高速增长的势头。随着消费者对健康化、天然化的需求与日俱增，未来100%纯果汁饮料将成为这个市场的主流。然而果汁市场前途并不平坦，果汁饮料的几大卖点之一是适合家庭饮用，或者可以直接佐餐，但是奶品对果汁饮料继续高速度的发展无疑是一个障碍。而另一方面，碳酸、纯净水和势头未减的茶饮料也是果汁饮料的强力竞争者。虽然碳酸饮料和纯净水的增长率不高，但其在量上还有很大增长。这些都使果汁饮料的发展之路充满了坎坷。

目前，全国果汁饮料厂商多达4000余家，并呈现出三股势力：其一是汇源集团等企业，其二是具有中国台湾背景的企业统一和康师傅；其三是跨国公司如可口可乐、百事可乐等。随着参与者的增加，一方面势必会引起市场竞争的加剧，另一方面众企业共同培育市场，提高消费者的接受几率。而我国目前人均消费果汁量不到1.5公升，这与欧美国家人均30公升相比还非常低，而且内地人口超过13亿，市场容量巨大。所以，世界各大饮料公司都加快脚步进军内地，内地诸多饮料企业也纷纷把重心转移到该行业上。

果汁市场或成为饮料巨头之间博弈的焦点，市场竞争也会愈发激烈。因此，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。

未来几年，我国饮料行业生产总量将继续提高，重点发展果蔬汁饮料、植物蛋白饮料和茶饮料等产品，适度发展瓶（罐）装饮用矿泉水，逐步降低可乐等碳酸类饮料的发展，而软饮料行业如功能饮料、果汁饮料、茶饮料等健康饮料将组成新的框架结构的主体。结合国外果汁饮料市场的发展规律及中国消费者的消费能力和消费习惯，我国果汁饮料市场的发展将会呈现下列特征：纯天然、高果汁含量是发展方向；复合果汁及复合果蔬汁大有市场；功能型果汁饮料值得期待；果汁奶饮料发展潜力巨大。我国果汁饮料的市场容量将达到年产910万吨，果汁饮料市场前景被看好。

中国产业信息网发布的《2011-2015年中国果汁饮料行业竞争格局及投资前景研究报告》主要依据国家统计局、国家海关总署、国家商务部、国务院发展研究中心、国家经济信息中心、国家农业部、中国饮料工业协会、中国食品工业协会、全国商业信息中心、国内外相关刊物的基础信息以及果汁饮料行业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调查资料，对中国果汁饮料行业的发展情况、经济运行数据、主要细分市场、关联产业的发展状况、重点区域市场状况、市场营销、竞争格局等进行了分析及预测，并对未来果汁饮料行业发展的整体环境及发展趋势进行探讨和研判，最后在前面大量分析、预测的基础上，研究了果

汁饮料行业今后的发展与投资策略。

果汁饮料行业报告，为果汁饮料生产、销售等企业在激烈的市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

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 中国饮料行业分析

第一节 2011年我国饮料运行分析

一、2011年饮料制造业全国主要经济指标分析

二、2011年饮料制造业主要地区主要经济指标分析

第二节 2011年饮料产业发展情况

一、2011年金融风暴对中国饮料业的影响

二、后奥运时代的饮料业发展分析

三、2011年轻工业振兴规划对食品饮料业影响

四、2011年亚运会饮料业特色营销分析

第三节 2011-2015年我国饮料行业预测

一、2011-2015年食品饮料行业投资价值分析

二、2011-2015年中国饮料行业格局变化

三、2011-2015年饮料市场发展预测

第三章 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 2011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、2011年果汁及果汁饮料产量
五、果汁饮料市场发展现状
六、2011年果汁市场发展态势
第三节 2011年我国果汁饮料进出口情况
一、2011年果汁饮料的进出口情况
二、2011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
第四章 果汁饮料细分行业分析
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、2011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、2011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、2011年浓缩苹果汁出口量预测
第三节 柑橘橙汁产业
一、2011年中国冷冻橙汁进口情况分析
二、2011年我国柑橘产销形势分析
三、2011年柑橘销售影响因素及建议
第五章 水果行业分析
第一节 2011年我国水果市场分析
一、2011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 2011年我国水果市场分析

一、2011年我国水果产业发展预测
二、2011年上海水果销量预测
三、2011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
第六章 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
五、金融危机推动下饮料瓶发展趋势
第七章 其他饮料行业分析
第一节 茶饮料分析
一、2011年精制茶产量分析
二、2011年茶饮料市场格局变化
三、2011年茶饮料国家标准实施情况
四、2011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、2010年牛奶行业受欢迎程度调查

二、2010年三聚氰胺事件对乳业的影响
三、2011-2015年奶业格局变化预测
四、2011-2015年我国奶业发展速度预测
第三节 乳酸饮料分析
一、2011年液体乳产量分析
二、2010年乳业准入门槛分析
三、乳品行业进入日益细分阶段
四、2011年乳品价格预测
五、2011年乳品行业发展困境分析
六、2011-2015年乳制品工业发展预测
第四节 冷饮市场分析
一、2010年我国冷饮市场分析
二、2011年冷冻饮品产量分析
三、2010年饮料冷饮市场热点分析
四、2011-2015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、2010年豆奶市场发展情况
五、2011-2015年我国豆奶业发展形势分析
第六节 碳酸饮料分析
一、2011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、2011年饮料业竞争格局
四、各巨头斗法果汁饮料市场

五、2011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 行业重点企业分析

第一节 国投中鲁果汁股份有限公司
一、企业概况
二、2011年公司经营情况分析
三、2011年公司财务数据分析
四、公司最新发展动态及策略
第二节 北京汇源饮料食品集团有限公司
一、公司概况
二、2011年汇源果汁营销分析
三、2011年公司经营状况
四、2011年可口可乐收购汇源进展情况
第三节 河北承德露露股份有限公司
一、企业概况
二、2011年公司经营情况分析
三、2011年公司财务数据分析
四、公司最新发展动态及策略
第四节 统一企业中国控股有限公司
一、公司概况
二、2011年公司经营情况
三、2011年公司动态
第五节 康师傅控股有限公司
一、公司概况
二、2011年公司经营情况
三、公司发展战略
第六节 杭州娃哈哈集团有限公司
一、公司概况
二、公司发展策略
三、公司发展目标
四、2010公司经营情况及2011年展望
第七节 农夫山泉股份有限公司
一、公司概况
二、公司市场策略
三、农夫山泉蓝海战略

第八节 陕西恒兴果汁饮料有限公司
一、公司概况
二、公司产品介绍
三、2011年公司发展概况
第九节 烟台北方安德利果汁股份有限公司
一、公司概况
二、公司研发中心
三、2011年公司经营情况
第十节 中国海升果汁控股有限公司
一、公司概况
二、公司优势分析
三、2011年公司经营情况
第十章 2011-2015年行业发展趋势及战略选择分析
第一节 经济环境分析
一、2011年我国宏观经济发展状况
二、金融危机对我国经济的影响与对策分析
三、2012年全球经济发展预测
四、2011-2015年中国经济增长分析预测
第二节 2011-2015年饮料行业发展趋势
一、2011-2015年饮料市场的各品类发展预测
二、2011-2015年饮料机械发展方向公析
三、2011-2015年中国饮料总产量预测
四、2011-2015年我国饮料市场发展预测
五、2011-2015年中国饮料业发展趋势
第三节 2011-2015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 2011-2015年果汁饮料行业发展展望
一、2011-2015年我国果汁饮料业发展趋势预测

二、2011-2015年果汁饮料业的发展趋势
三、2011-2015年果汁饮料企业战略选择趋势
第十一章 2011-2015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

详细请访问：http://www.cction.com/report/201112/79648.html