

中国柠檬饮料市场调查与发展策略研究报告（2015-2020）

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《中国柠檬饮料市场调查与发展策略研究报告（2015-2020）》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/201114201114.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

柠檬为芸香科常绿小乔木，原产马来西亚，目前地中海沿岸、东南亚和美洲等地都有分布，中国台湾、福建、广东、广西等地也有栽培。美国和意大利是柠檬的著名产地，而法国则是世界上食用柠檬最多的国家。国内果汁领军人物汇源在与可口可乐的并购失败后，迅速推出“柠檬me”低果汁饮料作为其重新布局市场的重要一步。留意2012年果汁市场，不难发现，柠檬成为现在果汁饮料的流行指标。低浓度果汁饮料市场正掀起一场以维C柠檬果汁为概念的争夺战。最新市场调查数据显示，以补充维生素C为概念的柠檬饮料产品，已经取代接近市场饱和的橙汁饮料成为市场新宠。公开资料显示，农夫山泉“水溶C100”自08年夏天上市的半年后，率先在中国市场开创了一个补充维C的柠檬饮料新品类。这款后来被众多竞争对手竞相模仿的产品，在半年内就获得超过1亿元的销售额。在这款柠檬饮料大获全胜之后，无论是产品口味、包装设计、容量价格都相差无几的同类饮料纷纷上市，甚至连名称都是采用了中英结合的方式。娃哈哈率先加入战局，娃哈哈“HELLO-C”的宣传攻势在2012年春节期达到了高潮，铺天盖地的宣传让不少消费者记住了这款以健康和补充维C为卖点的柠檬汁饮料。更值得注意的是，汇源在和可口可乐联姻不成后，启动的“亮剑行动”就是以同质的柠檬饮料“柠檬me”作为突破口的。不过，市场渠道是柠檬me的软肋，这款新产品目前仍是雷声大雨点小，还未全国大面积铺货。

此外，还有天喔茶庄的“C满全能”也占据该细分市场的不小份额。此举是企业的竞争策略，目前橙汁市场几近饱和，要进一步开拓市场就必须采取非同质化的竞争策略，增加卖点。而显然目前企业都纷纷把目光瞄准柠檬果汁市场。从最先进军柠檬果汁市场的水溶C100，到后继者HELLO-C、柠檬me、C满全能等，不难发现他们有很多共同点。都采用最新的灌装技术，拥有时尚的外观，新潮的中英结合饮料名称，同属补充维C的柠檬饮料类功能饮料。同时，市场定位以时尚白领一族和学生族为主。而即使差异也体现得十分细微。水溶C100作为先行者，定位很高，从它每瓶4.5元的售价就可以看出，再加上时尚的外观带给人的耳目一新，瞬间掠走了消费者的芳心。HELLO-C标明柠檬汁含量12%，比水溶C100多一点，售价每瓶4元/瓶少一点，添加蜂蜜力图在果汁含量、售价和口味方面胜过水溶C100。柠檬me500毫升的瓶装容量，每瓶3.9元的售价，15%的果汁含量更是超越水溶C100和HELLO-C，加入蜂蜜，中和柠檬酸性，令口味更清新，无疑柠檬me在主打自己物美价廉，充分发挥汇源果汁在品牌、果汁饮料产能、原料供应方面的优势。在柠檬果汁领域，水溶C100、HELLO-C和新品柠檬me之间的一场恶战似乎已难避免。

中国报告网发布的《中国柠檬饮料市场调查与发展策略研究报告（2015-2020）》内容严谨、数据翔实，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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业

发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资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 中国柠檬饮料行业发展概述

第一节 行业发展情况概述

一、基本情况介绍

二、发展特点分析

第二节 行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、行业产业链分析

第三节 行业生命周期分析

一、行业生命周期理论概述

二、行业所属的生命周期分析

第四节 行业经济指标分析

一、行业的赢利性分析

二、行业附加值的提升空间分析

三、行业进入壁垒与退出机制分析

第二章 世界柠檬饮料行业市场发展现状分析

第一节 全球柠檬饮料行业发展历程回顾

第二节 全球柠檬饮料行业市场规模分析

第三节 全球柠檬饮料行业市场区域分布情况

第四节 亚洲地区市场分析

第五节 欧盟主要国家市场分析

第六节 北美地区主要国家市场分析

第七节 世界柠檬饮料发展走势预测

第八节 2015-2020年全球市场规模预测

第三章 中国柠檬饮料产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

第三节 中国柠檬饮料行业政策环境分析

第四节 中国柠檬饮料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 中国柠檬饮料市场消费状况调研

第一节 柠檬饮料消费者分析

一、柠檬饮料消费者构成及其营养需求

二、柠檬饮料消费者及消费特点分析

三、柠檬饮料市场消费结构分析

第二节 柠檬饮料市场产品的品牌市场调查

一、消费者对市场品牌认知度宏观调查

二、消费者对市场产品的品牌偏好调查

三、消费者对市场品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

第三节 不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

五、包装的影响程度

第五章 中国柠檬饮料市场格局分析

第一节 中国柠檬饮料行业竞争现状分析

第二节 中国柠檬饮料行业集中度分析

一、行业市场集中度分析

二、行业企业集中度分析

三、行业区域集中度分析

第三节 行业存在的问题

第六章 中国柠檬饮料行业竞争情况

第二节 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 行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第四节 行业竞争力优势分析

第七章 柠檬饮料制造所属行业数据监测

第一节 中国柠檬饮料所属行业规模分析

一、企业数量分析

二、资产规模分析

三、销售规模分析

四、利润规模分析

第二节 中国柠檬饮料所属行业产值分析

第三节 中国柠檬饮料所属行业成本费用分析

第四节 中国柠檬饮料所属行业运营效益分析

第八章 柠檬饮料行业重点生产企业分析

第一节 北京汇源食品饮料有限公司

一、企业概况

二、主营产品

三、经营状况分析

第二节 新疆统一企业食品有限公司

一、企业概况

二、主营产品

三、经营状况分析

第三节 四川省安岳县盛源饮料厂

一、企业概况

二、主营产品

三、经营状况分析

第四节 四川省绿海源科技开发有限公司

一、企业概况

二、主营产品

三、经营状况分析

第五节 农夫山泉股份有限公司

一、企业概况

二、主营产品

三、经营状况分析

第六节 四川华通柠檬有限公司

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、经营状况分析

第七节 四川省安岳县柠都柠檬科技开发有限公司

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、经营状况分析

第八节 四川亿乙显生物科技有限公司

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、经营状况分析

第九节 杭州娃哈哈集团有限公司

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、经营状况分析

第十节 北京统一麒麟饮料有限公司

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、经营状况分析

第九章 2015-2020年柠檬饮料行业发展趋势及影响因素

第一节 柠檬饮料未来发展预测分析

- 一、中国柠檬饮料发展方向分析
- 二、2015-2020年中国柠檬饮料行业发展规模
- 三、2015-2020年中国柠檬饮料行业发展趋势预测

第二节 2015-2020年柠檬饮料行业供给预测

- 一、2015-2020年柠檬饮料行业供给预测
- 二、2015-2020年柠檬饮料行业需求预测

第三节 影响企业生产与经营的关键趋势

- 一、市场整合成长趋势
- 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测
- 三、企业区域市场拓展的趋势
- 四、科研开发趋势及替代技术进展
- 五、中国柠檬饮料行业SWOT分析

第十章 2015-2020年柠檬饮料行业投资方向与风险分析

第一节 产业发展的有利因素与不利因素分析

第二节 新进入者应注意的障碍因素

第三节 营销分析与营销模式推荐

一、渠道构成

二、销售贡献比率

三、覆盖率

第四节 2015-2020年中国柠檬饮料行业投资风险分析

一、市场竞争风险

二、原材料压力风险分析

三、技术风险分析

四、政策和体制风险

四、外资进入现状及对未来市场的威胁

图表详见正文•••••

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yinliao/201114201114.html>