

2007中国果汁饮料市场分析及投资前景分析报告

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《2007中国果汁饮料市场分析及投资前景分析报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/2851228512.html>

报告价格：电子版: 7800元 纸介版：6800元 电子和纸介版: 8500

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

前言 近几年，我国果汁饮料产销量快速增长。我国水果资源丰富，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。2006年全国苹果总产量将达到2500万吨左右，价格总水平稳中有降；全国梨总产量将达到1200万吨左右，价格总水平相对稳定。虽然我国水果产量很高，但有些只适宜鲜食而不利于加工成果汁，加工原料缺乏。目前我国苹果产量世界第一，柑橘产量世界第三，梨、桃等产量均名列世界前茅，然而与此形成鲜明对比的是，我国虽人口众多，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1/40，现有市场容量仅为45公斤，德国46公斤日本和新加坡16-19公斤，日本和新加坡16-19公斤，世界人均消费量已达7公斤。如果按世界平均消费量计算，我国果汁饮料的市场容量应为910万吨，这表明，果汁饮料在我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曾至730亿升，在所有果汁饮料中，浓缩橙汁居世界果汁消费量的第一位。2006年上半年，我国果汁饮料产量达634万吨，同比增长29%。然而果汁饮料销量与销售额并没有同步增长，果汁饮料市场销售额增长面临巨大的挑战。在销售量猛增的同时，促进果汁销售额的增长成为行业普遍面临的问题。

果汁饮料竞争日趋激烈，市场上存在三股竞争力量：一支是台湾背景的企业统一和康师傅，以包装的创新和口味取胜；一支是包括汇源、娃哈哈等国内知名企业；还有一支是大的跨国公司如可口可乐、百事可乐等。目前市场上集中了娃哈哈、汇源、农夫果园、统一鲜橙多、美汁源果粒橙、酷儿、露露等众多一线饮料品牌。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。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。本研究报告依据国家统计局、中国饮料工业协会、中国食品工业协会、中国海关、国民经济景气监测中心、中国食品商务网、全国及海外500多种相关报纸杂志的基础信息等公布和提供的大量资料，对国际果汁饮料行业市场发展状况、我国果汁饮料行业的市场状况、果汁饮料行业的供给与需求、果汁饮料行业消费者特征等进行了深入的分析，并对果汁饮料子产业、果汁饮料地区市场发展状况、果汁饮料行业的发展趋势与策略等方面进行了探讨。是果汁饮料企业准确了解目前中国果汁饮料行业发展动态，把握果汁饮料行业现状与趋势，制定市场策略的重要决策依据之一，具有重要决策参考价值。

目 录第一章 世界果汁饮料市场概况第一节 欧洲市场第二节 亚洲市场第三节 美国市场第四节 全球果汁饮料市场发展趋势第二章 我国果汁饮料行业发展概况第一节 果汁饮料行业的界定第二节 我国果汁饮料市场概况（一）果汁饮料的销售情况分析（二）全国产品产量第三节 我国果汁饮料生产概况（一）2006年全国果汁饮料生产概况（二）2006年华北地区果汁饮料生产情况（三）2006年华中地区果汁饮料生产情况（四）2006年华东地区果汁饮料生产情况（五）2006年华南地区果汁饮料生产情况

(六) 2006年西南地区果汁饮料生产情况 (七) 2006年西北地区果汁饮料生产情况
(八) 2006年东北地区果汁饮料生产情况 第四节 浓缩果汁行业发展现状 (一) 行业概述
(二) 行业特点 (三) 龙头企业 (四) 行业瓶颈 第六节
我国果汁饮料行业面临的问题及对策 第三章 我国果汁饮料业市场结构分析第一节
果汁饮料行业集中度分析第二节 市场竞争分析第三节 地区分析第四节 经济类型分析第四章
果汁饮料业需求因素分析第一节 消费结构分析第二节 收入水平分析第三节
季节因素分析第四节 消费行为分析第五章 果汁饮料市场营销策略分析 第一节
果汁饮料销售渠道策略分析 (一) 厂家直销 (二) 网络销售 (三) 平台式销售
(四) 农贸批发市场向周边自然辐射的模式 (五) 中国果汁饮料销售渠道的变化模式
第二节 销售终端领先策略分析 (一) 终端陈列 (二) 终端设计 (三) 终端广告
(四) 终端促销 第六章 主要城市区域市场竞争格局分析第一节 北京 (一)
质量情况分析 (二) 产品产量数据统计 (三) 2007年产量预测第二节 上海 (一)
质量情况分析 (二) 产品产量数据统计 (三) 2007年产量预测第三节 广东 (一)
质量情况分析 (二) 产品产量数据统计 (三) 2007年产量预测第七章
相关行业的发展对果汁饮料的影响分析第一节 水果行业 (一)
2005年中国果品产业发展状况分析 (二) 2006年水果生产情况与市场竞争分析 (三)
2006年全国苹果产销分析 (四) 2006年全国梨产销分析 (五)
水果行业的发展对果汁饮料的影响第二节 蔬菜行业 (一) 2006年蔬菜生产与价格变化情况
(二) 2006年蔬菜出口态势 (三) 蔬菜行业的发展对果汁饮料的影响 第三节 饮料包装行业
(一) 我国饮料包装市场现状 (二) 2006年饮料包装变化趋势
(三) 国内饮料包装行业的存在问题 (四) 饮料包装行业未来的发展态势
(五) 饮料包装行业的发展对果汁饮料的影响第四节 饮料生产机械行业
(一) 中国饮料加工机械行业概述 (二) 饮料加工设备技术变革
(三) 国外饮料灌装设备发展趋向 (四) 饮料生产机械行业的发展对果汁饮料的影响第五节
2003年果汁饮料主要商品品牌市场占有率第八章 我国果汁饮料行业竞争情况第一节
中国果汁饮料市场竞争现状 一、整体竞争格局分析 二、行业竞争深度分析
三、领先品牌竞争手段分析 第二节 中国果汁饮料行业竞争特点 第三节
中国果汁饮料行业竞争策略 一、常规竞争策略 二、非常规竞争策略 三、战略转移策略
第九章 果汁饮料行业领先企业分析第一节 北京汇源饮料食品集团 第二节 河北承德露露集团
第三节 杭州娃哈哈集团 第四节 台湾统一企业集团 第五节 台湾顶新(康师傅)集团 第六节
可口可乐公司 第七节 百事可乐公司 第八节 农夫山泉股份有限公司 第十章
行业发展趋势预测第一节 发展优势第二节 发展目标第三节 发展趋势第四节
国际流行的生机饮料第十一章 果汁饮料行业风险与投资建议第一节 行业的发展趋势 (一)
果汁饮料业发展方向 (二) 果汁饮料市场的发展趋势 第二节 行业风险 (一)
长期偿债能力 (二) 行业盈利能力第三节 投资建议 (一) 债权持有人的建议 (二)

对于行业潜在进入者的建议

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/2851228512.html>