



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009年中国果汁行业市场分析及 发展前景预测报告

一、调研说明

《2009年中国果汁行业市场分析及发展前景预测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/10432.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

第一章 2009年年中国果汁行业运行环境分析

一、2009年中国经济发展环境分析

- (一) 2009年前三季度经济运行情况
- (二) 全球金融危机对中国产业格局影响
- (三) 中国应对金融危机的措施

二、2009年中国果汁行业发展政策环境分析

- (一) 五项饮料新过半正式实施
- (二) 果汁产业政策分析
- (三) 相关法律法规分析

三、2009年中国果汁行业发展社会环境分析

第二章 2009年全球果汁行业市场运行形势解析

一、2009年全球果汁市场发展状况分析

- (一) 全球果汁和饮料销售情况分析
- (二) 全球果汁需求量分析
- (三) 全球柑桔汁市场发展状况分析

二、2009年全球浓缩果汁行业市场分析

- (一) 全浓缩果汁市场发展状况分析
- (二) 全球浓缩苹果汁主产国产销状况分析
- (三) 全球浓缩果汁行业运行特点分析

三、2009-2012年全球果汁行业发展趋势分析

第三章 2009年全球主要国家及地区果汁行业运营态势透析

一、欧洲

- (一) 欧盟的果汁饮料标准
- (二) 欧洲果汁消费量呈增长态势
- (三) 欧盟浓缩果汁进口格局发生的变化
- (四) 欧洲果汁饮料市场发展趋势

二、俄罗斯

- (一) 俄罗斯果汁市场发展总体回顾
- (二) 俄罗斯果汁消费稳定增长

- (三) 2009年俄罗斯果汁市场状况分析
- (四) 俄罗斯果汁市场百事可乐将占领领先地位

三、其他国家

- (一) 智利果汁行业发展概况
- (二) 波兰果汁行业发展分析
- (三) 菲律宾果汁市场生机盎然
- (四) 2009年日本浓缩果汁进口情况
- (五) 2009年加拿大果汁进口情况分析

第四章 2009年中国果汁行业运行现状浅析

一、2009年中国果汁行业总体概况

- (一) 中国果汁行业发展回顾
- (二) 中国果汁饮料行业发展状况分析
- (三) 中国果汁饮料行业的特点
- (四) 中国果汁产业回击质量门

二、2009年中国果汁企业发展与策略分析

- (一) 解析传统果汁企业增长领域的选择
- (二) 果汁企业反倾销问题与对策分析
- (三) 果汁企业进入餐饮渠道的策略分析

三、2009年中国果汁行业面临的问题与对策

- (一) 制约果汁饮料行业发展的瓶颈
- (二) 影响中国果汁出口的若干因素
- (三) 加速发展果汁加工业的主要措施

第五章 2009年中国果汁行业市场运行动态分析

一、2009年中国果汁市场发展总体概述

- (一) 中国果汁饮料品牌发展历程
- (二) 中国果汁市场发展现状
- (三) 果汁饮料市场的发展特点
- (四) 三大因素推动国内果汁市场稳步增长
- (五) 国内知名果汁品牌区域性市场分析

二、2007-2009年中国果菜汁及果菜汁饮料制造行业相关数据分析

- (一) 中国果菜汁及果菜汁饮料制造业总体数据分析
 - (二) 中国果菜汁及果菜汁饮料制造业不同规模企业数据分析
 - (三) 中国果菜汁及果菜汁饮料制造业不同所有制企业数据分析
- 三、2007-2009年全国及重点省市果汁及果汁饮料产量数据
- (一) 2007年全国及主要省份果汁及果汁饮料产量分析
 - (二) 2009年全国及主要省份果汁及果汁饮料产量分析

第六章 2009年中国浓缩果汁行业运行走势分析

一、2009年中国浓缩果汁行业总体概述

- (一) 浓缩果汁的相关介绍
- (二) 浓缩果汁行业发展概况
- (三) 浓缩果汁行业龙头企业盘点

二、2009年中国浓缩苹果汁行业分析

- (一) 浓缩苹果汁行业发展历程
- (二) 浓缩苹果汁行业发展概况
- (三) 国内浓缩苹果汁行业的特点
- (四) 2009年中国浓缩苹果汁出口创记录

三、2009年中国浓缩苹果汁行业存在的问题及对策

- (一) 浓缩苹果汁行业危机四伏
- (二) 浓缩苹果汁企业应确保产品的质量
- (三) 浓缩苹果汁行业稳步发展需把握好的问题

第七章 2009年中国其他果汁品种发展局势分析

一、纯果汁

- (一) 全球纯鲜果汁市场发展状况分析
- (二) 中国纯果汁消费市场凸现商机
- (三) 促进纯果汁消费的建议

二、鲜榨果汁

- (一) 鲜榨果汁产品市场概况
- (二) 中国鲜榨果汁消费状况分析
- (三) 鲜榨果汁行业亟需树立品牌打造核心竞争力
- (四) 国内鲜榨果汁发展趋势分析

三、复合果汁

- (一) 复合芹菜果汁饮料的制作流程及要点
- (二) 复合果汁和果蔬复合果汁成果汁健康新理念
- (三) 2009年浙江宁波市鄞州区复合果汁饮料出口实现零的突破

第八章 2009年中国果汁饮料行业市场消费者偏好调查

一、中国果汁饮料产品目标客户群体调查

- (一) 不同收入水平消费者偏好调查
- (二) 不同年龄的消费者偏好调查

二、中国果汁饮料产品的品牌市场调查

- (一) 消费者对果汁饮料品牌认知度宏观调查
- (二) 消费者对果汁饮料产品的品牌偏好调查
- (三) 消费者对果汁饮料品牌的首要认知渠道
- (四) 消费者经常购买的品牌调查
- (五) 果汁饮料品牌忠诚度调查
- (六) 果汁饮料品牌市场占有率调查
- (七) 消费者的消费理念调研

三、中国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

第九章 2009年中国果汁饮料重点省市消费调查分析

一、北京果汁饮料消费调查分析

- (一) 饮用和购买果汁饮料的频率
- (二) 不同性别、年龄、收入层消费者饮用果汁饮料的频率
- (三) 消费者最常饮用的果汁饮料品牌
- (四) 不同性别、年龄、收入层消费者饮用果汁饮料的消费习惯
- (五) 消费者选择果汁饮料考虑的因素分析
- (六) 不同性别、年龄、收入层消费者饮用果汁饮料的包装形式

(七) 不同性别、年龄、收入层消费者最常饮用果汁饮料的场合

二、上海果汁饮料消费调查分析

(一) 饮用和购买果汁饮料的频率

(二) 不同性别、年龄、收入层消费者饮用果汁饮料的频率

(三) 消费者最常饮用的果汁饮料品牌

(四) 不同性别、年龄、收入层消费者饮用果汁饮料的消费习惯

(五) 消费者选择果汁饮料考虑的因素分析

(六) 不同性别、年龄、收入层消费者饮用果汁饮料的包装形式

(七) 不同性别、年龄、收入层消费者最常饮用果汁饮料的场合

三、广州果汁饮料消费调查分析

(一) 饮用和购买果汁饮料的频率

(二) 不同性别、年龄、收入层消费者饮用果汁饮料的频率

(三) 消费者最常饮用的果汁饮料品牌

(四) 不同性别、年龄、收入层消费者饮用果汁饮料的消费习惯

(五) 消费者选择果汁饮料考虑的因素分析

(六) 不同性别、年龄、收入层消费者饮用果汁饮料的包装形式

(七) 不同性别、年龄、收入层消费者最常饮用果汁饮料的场合

第十章 2009年中国果汁行业市场竞争格局分析

一、2009年中国果汁行业竞争现状分析

(一) 果汁饮料业整体竞争格局分析

(二) 果汁饮料主要品牌竞争手段分析

(三) 果汁品牌的差异化竞争

(四) 国内外企业纷纷瞄上果汁市场

(五) 外资进入中国果汁饮料市场发展分析

二、2009年中国果汁饮料营销分析

(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

三、2009年中国果汁行业竞争存在的问题分析

第十一章 中国果汁行业重点企业分析

一、深圳娃哈哈荣泰实业有限公司

- (一) 企业基本概况
- (二) 企业经营状况分析
- (三) 企业竞争力分析

二、农夫山泉浙江千岛湖有限公司

- (一) 企业基本概况
- (二) 企业经营状况分析
- (三) 企业竞争力分析

三、杭州味全食品有限公司

- (一) 企业基本概况
- (二) 企业经营状况分析
- (三) 企业竞争力分析

四、北京汇源食品饮料有限公司

- (一) 企业基本概况
- (二) 企业经营状况分析
- (三) 企业竞争力分析

五、农夫山泉杭州千岛湖饮用水有限公司

- (一) 企业基本概况
- (二) 企业经营状况分析
- (三) 企业竞争力分析

六、国投中鲁果汁股份有限公司

- (一) 企业基本概况
- (二) 企业经营状况分析
- (三) 企业竞争力分析

七、北京统一饮品有限公司

- (一) 企业基本概况
- (二) 企业经营状况分析
- (三) 企业竞争力分析

八、陕西海升果业发展股份有限公司

- (一) 企业基本概况
- (二) 企业经营状况分析

(三) 企业竞争力分析

九、山东天府集团公司

(一) 企业基本概况

(二) 企业经营状况分析

(三) 企业竞争力分析

十、烟台北方安德利果汁股份有限公司

(一) 企业基本概况

(二) 企业经营状况分析

(三) 企业竞争力分析

第十二章 2009-2012年中国果汁行业发展及投资前景分析

一、2009-2012年中国果汁行业发展前景分析

(一) 多种水果混合的果汁饮料前景分析

(二) 我国果醋饮料行业的发展前景分析

二、2009-2012年中国果汁饮料行业发展趋势分析

(一) 中国果汁饮料业发展方向

(二) 中国果汁饮料市场的发展趋势

(三) 中国果汁饮料市场的细分趋势

(四) 中国果汁饮料产品的发展预测

三、2009-2012年中国果汁行业投资分析

(一) 中国果汁行业发展的主要优势

(二) 投资浓缩苹果汁产业回报丰厚

(三) 中国柑桔果汁产业拥有巨大商机

(四) 未来浆果汁市场的前景广阔

(五) 中国果汁行业投资风险分析

图表目录 (部分) :

图表 : 2006-2009年三季度中国GDP增长情况

图表 : 2008年前三季度中国三大产业结构

图表 : 2003-2009年中国工业增加值增长率

图表 : 2005-2009年中国固定资产投资及消费品零售增长情况

图表：2007年9月-2009年9月中国CPI、PPI走势

图表：2008年1-9月中国外贸增长情况

图表：2008年1-9月份我国部分行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份我国周期性行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长（同比增长率%）

图表：近期公布的刺激经济的政策一览表

图表：提高出口退税率的商品清单

图表：略……

更多图表见报告正文

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/10432.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数

据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度, 众多新老客户。