



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年苹果汁行业竞争格局与投资战略研究咨询报告

一、调研说明

《2009-2012年苹果汁行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》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/128425.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

2009年3月，浓缩苹果汁出口价格回升，3月出口量环比持平，为8万吨，1-3月累计出口21.5万吨，同比上升0.6%；08年四季度国外贸易商的观望态度造成的清淡交易使得1季度存在补货需求。值得关注的是3月出口吨价略有回升，达到860美元；二季度出口价格仍将回落。由于一季度出货量大，累计吨价达到852美元，即使二季度出口价格回落，上半年出口均价可达750美元左右。鲜苹果出口继续保持稳定：3月出口量同比上升22.5%，价格同比下滑2.4%。5月，浓缩苹果汁出口继续维持"量升价跌"的趋势，而随着果汁市场的扩大，未来浓缩苹果汁出口值得看好。目前，浓缩苹果汁出口量逐步复苏，这将对浓缩苹果汁企业产生利好。5月，浓缩苹果汁出口量8万吨，同比上升21%；单月出口价格回落至800美元以下，为780美元。1-5月累计出口量37.9万吨，同比上升4%；均价830美元。从数据来看，浓缩苹果汁的出口量继续回暖，但是价格却持续下滑。我国浓缩苹果汁主要是依靠出口市场，出口继续维持"量升价跌"是浓缩苹果汁市场去年以来的延续。受海外金融风暴影响，浓缩苹果汁出口每吨价格从08年2000美元的高位跌至800美元左右，价格大跌约60%。这导致我国大部分依靠出口的浓缩果汁企业面临严峻的亏损风暴。数据显示，我国浓缩果汁占世界产量的50%，而浓缩果汁占到饮料商品进出口贸易的80%以上，我国果汁供应商占有全球苹果浓缩果汁市场份额的70%左右。从目前的情况来看，我国出口贸易一直处于下滑，这对依靠出口的苹果浓缩果汁企业来说，影响是巨大的。目前，浓缩苹果汁出口量逐步复苏，这将对浓缩苹果汁企业产生利好。另外，2008年，我国苹果产量出现丰收，这也使得原料苹果价格也出现大幅度下降，这有助缓解新榨季企业原料成本压力。

2009年浓缩苹果汁行业展望：国际市场，据美国农业部公布数据，浓缩苹果汁的需求1997-2007年复合增长率为6.06%。目前，下游苹果汁在果汁类消费中，近几年迅速上升，是仅次于橙汁排名第二，同时也是全球贸易量第二大的果汁产品，约占果汁国际消费市场份额20%。对未来的果汁消费空间，除了自然消费增长因素外，以橙汁、苹果汁为领军的大宗果汁商品，对大幅萎缩的碳酸饮料有很大的替代前景。尽管遇到经济危机的影响，但对于果汁饮料这些低端消费品的需求还是比较刚性的，国际需求经过短暂的低迷以后还是会起来的。国内市场，实际上碳酸饮料的消费已在大幅衰退，近年来除橙汁一统果汁市场外，其他梨汁、桃汁等等较多。苹果汁饮料和美欧国家形成巨大反差，反而不及梨汁、桃汁消费，相对比较落败。除了下游饮料商的推广较少，其他诸如鲜食因素外，国外消费市场已经成熟，需求量大且价格较高吸引国内厂家纷纷出口应该是关键因素。发生经济危机出口受阻以后，价格低廉，产量巨大的浓缩苹果汁厂商寻求开发国内市场，有可能促进苹果汁饮料的消费。实际上在超市能看到，象新湖滨等等已推出纯果汁系列，进入下游果汁消费饮料终端市场。

浓缩苹果汁厂家的并购将可能提前到来。在近年以来，有先知先觉的企业已经开始行动起

来。可口可乐并购汇源之前，其实该跨国公司已在美国通过并购当地最大的果汁生产商占领本土果汁饮料市场。而从被并购方汇源总裁朱新礼透露的战略动向看，一旦被并购后，有可能携带巨额资金进入原料基地和浓缩果汁领域，肯定会包括浓缩苹果汁行业。国投中鲁收购新湖滨，统一巨资参股安德利。上述案例都是双方主动性战略并购。发生经济危机和高价存货是否压垮中小企业的现象若在09年上半年可能出现，届时，破产重组、拍卖以及股权转让等被动性的被并购有可能发生，相比较2003年以前的并购，浓缩苹果汁行业将可能出现历史上第二轮深度并购潮。从各种信息渠道也了解到，中小果汁厂出让信息已多起来，据此判断，行业新一轮的洗牌不可避免，认为极有可能提前到来。08年浓缩苹果汁上下各半年时间的变局之快是行业内无法预料的，市场因素让行业进一步深度整合机会来临。不管是行业内龙头企业、还是下游饮料商及新进的投资者，提供历史上绝佳的商机。对于本地企业战略并购的优势来讲，首先是陕西的浓缩苹果汁行业在国际国内市场主导优势地位已是无法撼动的。其次，陕西的苹果种植面积和产量国内首屈一指，受众群体广且关乎农民增收是政府重点支持产业，易获取政策倾斜和资金支持。第三，位于陕西的地缘优势，若成为本地区规模型企业即拥有了该行业国际国内贸易的一定定价权，也拥有走向国际市场的名片，且将能够获得长期超额的垄断利润。第四，浓缩苹果汁行业是个大产值高现金流行业，在农产品深加工行业中行业利润率较高。据了解，国内仍有部分躲过高价存货劫难的企业在大量生产攒货。其实以08/09榨季原料充足且价格低廉估算，目前的开工的直接生产成本620美元以上，以目前的报价800-900美元计算，在整个经济不景气的大背景下仍有较高的利润。综合上述各方面因素，建议应当高度关注浓缩苹果汁行业在09年中下一步的发展趋向，可进一步考虑进行战略布局的可能性。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、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、国内外相关报刊杂志的基础信息以及苹果汁专业研究单位等公布和提供的大量资料。对我国苹果汁的行业现状、市场各类经营指标的发展变化、关联产业的发展状况、重点区域市场状况、消费者策略、产业竞争格局等内容进行详细的阐述和深入的分析，着重对2009年的饮料市场发展动向作了详尽深入的分析，并根据苹果汁行业的发展轨迹及多年的实践经验对苹果汁未来的发展趋势作了审慎的判断，为饮料产业投资者寻找新的投资亮点。最后阐明苹果汁行业的投资空间，指明投资方向，提出研究者的战略创新建议，以供投资决策者参考。报告还揭示了2009年饮料流行趋势，并深入研究了苹果汁行业优势企业的发展、经营状况，是苹果汁生产企业、科研单位、销售企业准确了解苹果汁行业发展动态，把握市场机会，作正确的企业定位和明确企业发展方向不可多得的精品。

目录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状

第一章 苹果汁行业发展概述

第一节 苹果汁的定义及分类

一、苹果汁的定义

二、苹果汁的分类

三、苹果汁的特性

第二节 苹果汁产业链分析

一、市场特点

二、行业经济特性

三、产业链结构分析

第三节 苹果汁行业发展成熟度分析

一、行业发展周期分析

二、行业中外市场成熟度对比

三、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 全球苹果汁市场发展分析

第一节 2008年全球苹果汁市场分析

一、2008年全球苹果汁市场回顾

二、2008年全球苹果汁市场环境

三、2008年全球苹果汁销售分析

四、2008年全球苹果汁市场规模

第二节 2009年全球苹果汁市场分析

一、2009年全球苹果汁需求分析

二、2009年全球苹果汁市场规模

三、2009年全球苹果汁品牌分析

四、2009年中外苹果汁市场对比

第三节 主要国家地区苹果汁市场分析

一、2008-2009年美国苹果汁市场分析

二、2008-2009年欧洲苹果汁市场分析

- 三、2008-2009年日本苹果汁市场分析
- 四、2008-2009年韩国苹果汁市场分析
- 五、2008-2009年其他国家苹果汁市场

第三章 我国苹果汁行业发展现状

第一节 我国苹果汁行业发展现状

- 一、苹果汁行业品牌发展现状
- 二、苹果汁行业消费市场现状
- 三、苹果汁市场消费层次分析
- 四、我国苹果汁市场走向分析

第二节 2007-2009年苹果汁业发展情况分析

- 一、2007年苹果汁行业发展情况分析
- 二、2008年苹果汁行业发展情况分析
- 三、2009年苹果汁行业发展特点分析
- 四、2009年上半年苹果汁行业发展情况

第三节 2008-2009年苹果汁行业运行分析

- 一、2008-2009年苹果汁业产销存运行分析
- 二、2008-2009年苹果汁行业利润情况分析
- 三、2008-2009年苹果汁行业发展周期分析
- 四、2009-2012年苹果汁行业发展机遇分析
- 五、2009-2012年苹果汁行业利润增速预测

第四章 我国苹果汁市场发展研究

第一节 2008年我国苹果汁市场发展研究

- 一、2008年1季度我国苹果汁市场研究
- 二、2008年2季度我国苹果汁市场研究
- 三、2008年3季度我国苹果汁市场研究
- 四、2008年4季度我国苹果汁市场研究

第二节 2009年我国苹果汁市场情况

- 一、2009年上半年我国苹果汁产销情况
- 二、2009年上半年我国苹果汁市场价格情况
- 三、2009年上半年重点城市苹果汁市场发展情况

四、2009年上半年我国苹果汁市场发展情况

第三节 2009年我国苹果汁市场结构和价格走势分析

一、2009年上半年我国苹果汁市场结构和价格走势概述

二、2009年上半年我国苹果汁市场结构分析

三、2009年上半年我国苹果汁市场价格走势分析

第四节 2009年我国苹果汁业市场发展特点分析

一、2009年上半年我国苹果汁市场格局特点

二、2009年上半年我国苹果汁产品创新特点

三、2009年上半年我国苹果汁市场服务特点

四、2009年上半年我国苹果汁市场品牌特点

第五章 我国苹果汁市场调查分析

第一节 2008年我国苹果汁市场调查分析

一、主要观点

二、市场结构分析

三、价格走势分析

四、整体市场关注度

五、品牌关注度格局

六、产品关注度调查

七、厂商分析

第二节 2009年1季度我国苹果汁市场调查分析

一、主要观点

二、市场结构分析

三、价格走势分析

四、整体市场关注度

五、品牌关注度格局

六、产品关注度调查

七、厂商分析

第三节 2009年2季度中国苹果汁市场调查分析

一、主要观点

二、市场结构分析

三、价格走势分析

- 四、整体市场关注度
- 五、品牌关注度格局
- 六、产品关注度调查
- 七、厂商分析

第六章 苹果汁行业经济运行分析

第一节 2008-2009年苹果汁产量分析

- 一、2008年苹果汁产量分析
- 二、2009年1-5月苹果汁产量分析

第二节 2008-2009年果汁饮料行业主要经济指标分析

- 一、销售收入前十家企业分析
- 二、2008年果汁饮料行业主要经济指标分析
- 三、2009年1-5月果汁饮料行业主要经济指标分析

第三节 2008-2009年我国苹果汁行业绩效分析

- 一、2008-2009年行业产销情况
- 二、2008-2009年行业规模情况
- 三、2008-2009年行业盈利能力
- 四、2008-2009年行业经营发展能力
- 五、2008-2009年行业偿债能力分析

第七章 我国苹果汁行业进出口分析

第一节 我国苹果汁进口分析

- 一、2008年进口总量分析
- 二、2008年进口结构分析
- 三、2008年进口区域分析

第二节 我国苹果汁出口分析

- 一、2008年出口总量分析
- 二、2008年出口结构分析
- 三、2008年出口区域分析

第三节 我国苹果汁进出口预测

- 一、2009年1季度进口分析
- 二、2009年1季度出口分析

三、2009年苹果汁进口预测

四、2009年苹果汁出口预测

第八章 苹果汁区域市场情况分析

第一节 华北地区

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场需求情况分析

三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2008-2009年消费者的偏好分析

六、2009-2012年行业发展趋势分析

第二节 东北地区

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场需求情况分析

三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2008-2009年消费者的偏好分析

六、2009-2012年行业发展趋势分析

第三节 华东地区

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场需求情况分析

三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2008-2009年消费者的偏好分析

六、2009-2012年行业发展趋势分析

第四节 华南地区

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场需求情况分析

三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2008-2009年消费者的偏好分析

六、2009-2012年行业发展趋势分析

第五节 中南地区

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析
- 四、2008-2009年行业竞争格局分析
- 五、2008-2009年消费者的偏好分析
- 六、2009-2012年行业发展趋势分析

第六节 西南地区

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析
- 四、2008-2009年行业竞争格局分析
- 五、2008-2009年消费者的偏好分析
- 六、2009-2012年行业发展趋势分析

第七节 西北地区

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析
- 四、2008-2009年行业竞争格局分析
- 五、2008-2009年消费者的偏好分析
- 六、2009-2012年行业发展趋势分析

第九章 中国苹果汁行业消费市场分析

第一节 中国苹果汁消费者收入分析

- 一、中国人口、人民生活分析
- 二、2008-2009年消费者收入水平
- 三、2009年消费者信心指数分析

第二节 苹果汁行业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
- 三、不同地区的消费者偏好调查

第三节 苹果汁市场消费需求分析

- 一、苹果汁市场的消费需求变化
- 二、苹果汁行业的需求情况分析
- 三、2009年苹果汁品牌市场消费需求分析

第四节 苹果汁消费市场状况分析

- 一、苹果汁行业消费特点
- 二、苹果汁消费者分析
- 三、苹果汁消费结构分析
- 四、苹果汁消费的市场变化
- 五、苹果汁市场的消费方向

第五节 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

第六节 苹果汁行业产品的品牌市场调查

- 一、消费者对行业品牌认知度宏观调查
- 二、消费者对行业产品的品牌偏好调查
- 三、消费者对行业品牌的首要认知渠道
- 四、消费者经常购买的品牌调查
- 五、苹果汁行业品牌忠诚度调查
- 六、苹果汁行业品牌市场占有率调查
- 七、消费者的消费理念调研

第二部分 行业竞争格局

第十章 苹果汁行业竞争格局分析

第一节 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

第二节 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 中国苹果汁行业竞争格局综述

一、2008年苹果汁行业集中度

二、2008年苹果汁行业竞争程度

三、2008年苹果汁企业与品牌数量

四、2008年苹果汁行业竞争格局分析

第四节 2008-2009年苹果汁行业竞争格局分析

一、2008-2009年国内外苹果汁竞争分析

二、2008-2009年我国苹果汁市场竞争分析

三、2008-2009年我国苹果汁市场集中度分析

四、2009-2012年国内主要苹果汁企业动向

五、2009年国内苹果汁拟在建项目分析

第十一章 苹果汁企业竞争策略分析

第一节 苹果汁市场竞争策略分析

一、2009年苹果汁市场增长潜力分析

二、2009年苹果汁主要潜力品种分析

三、现有苹果汁产品竞争策略分析

四、潜力苹果汁品种竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 苹果汁企业竞争策略分析

一、金融危机对苹果汁行业竞争格局的影响

二、金融危机后苹果汁行业竞争格局的变化

三、2009-2012年我国苹果汁市场竞争趋势

四、2009-2012年苹果汁行业竞争格局展望

五、2009-2012年苹果汁行业竞争策略分析

六、2009-2012年苹果汁企业竞争策略分析

第十二章 主要苹果汁企业竞争分析

第一节 企业一

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第二节 企业二

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第三节 企业三

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第四节 企业四

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第五节 企业五

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第六节 企业六

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第七节 企业七

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第八节 企业八

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第九节 企业九

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第十节 企业十

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第三部分 行业前景预测

第十三章 苹果汁行业发展趋势分析

第一节 我国苹果汁行业前景与机遇分析

一、我国苹果汁行业发展前景

二、我国苹果汁发展机遇分析

三、2009年苹果汁的发展机遇分析

四、金融危机对苹果汁行业的影响分析

第二节 2009-2012年中国苹果汁市场趋势分析

一、2008-2009年苹果汁市场趋势总结

二、2009-2012年苹果汁发展趋势分析

三、2009-2012年苹果汁市场发展空间

四、2009-2012年苹果汁产业政策趋向

五、2009-2012年苹果汁技术革新趋势

- 六、2009-2012年苹果汁价格走势分析
- 七、2009-2012年国际环境对行业的影响

第十四章 未来苹果汁行业发展预测

第一节 未来苹果汁需求与消费预测

- 一、2009-2012年苹果汁产品消费预测
- 二、2009-2012年苹果汁市场规模预测
- 三、2009-2012年苹果汁行业总产值预测
- 四、2009-2012年苹果汁行业销售收入预测
- 五、2009-2012年苹果汁行业总资产预测

第二节 2009-2012年中国苹果汁行业供需预测

- 一、2008-2012年中国苹果汁供给预测
- 二、2009-2012年中国苹果汁产量预测
- 三、2009-2012年中国苹果汁需求预测
- 四、2009-2012年中国苹果汁供需平衡预测
- 五、2009-2012年中国苹果汁产品价格预测
- 六、2009-2012年主要苹果汁产品进出口预测

第四部分 投资战略研究

第十五章 苹果汁行业投资现状分析

第一节 2008年苹果汁行业投资情况分析

- 一、2008年总体投资及结构
- 二、2008年投资规模情况
- 三、2008年投资增速情况
- 四、2008年分行业投资分析
- 五、2008年分地区投资分析
- 六、2008年外商投资情况

第二节 2009年上半年苹果汁行业投资情况分析

- 一、2009年上半年总体投资及结构
- 二、2009年上半年投资规模情况
- 三、2009年上半年投资增速情况
- 四、2009年上半年分行业投资分析

五、2009年上半年分地区投资分析

六、2009年上半年外商投资情况

第十六章 苹果汁行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

一、2008-2009年我国宏观经济运行情况

二、2009-2012年我国宏观经济形势分析

三、2009-2012年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

一、2009年苹果汁行业政策环境分析

二、2009年国内宏观政策对其影响

三、2009年行业产业政策对其影响

第三节 技术发展环境分析

一、国内苹果汁技术现状

二、2009年苹果汁技术发展分析

三、2009-2012年苹果汁技术发展趋势分析

第四节 社会发展环境分析

一、国内社会环境发展现状

二、2009年社会环境发展分析

三、2009-2012年社会环境对行业的影响分析

第十七章 苹果汁行业投资机会与风险

第一节 行业活力系数比较及分析

一、2009年相关产业活力系数比较

二、2007-2008行业活力系数分析

第二节 行业投资收益率比较及分析

一、2009年相关产业投资收益率比较

二、2007-2008行业投资收益率分析

第三节 苹果汁行业投资效益分析

一、2008-2009年苹果汁行业投资状况分析

二、2009-2012年苹果汁行业投资效益分析

三、2009-2012年苹果汁行业投资趋势预测

四、2009-2012年苹果汁行业的投资方向

五、2009-2012年苹果汁行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第四节 影响苹果汁行业发展的主要因素

一、2009-2012年影响苹果汁行业运行的有利因素分析

二、2009-2012年影响苹果汁行业运行的稳定因素分析

三、2009-2012年影响苹果汁行业运行的不利因素分析

四、2009-2012年我国苹果汁行业发展面临的挑战分析

五、2009-2012年我国苹果汁行业发展面临的机遇分析

第五节 苹果汁行业投资风险及控制策略分析

一、2009-2012年苹果汁行业市场风险及控制策略

二、2009-2012年苹果汁行业政策风险及控制策略

三、2009-2012年苹果汁行业经营风险及控制策略

四、2009-2012年苹果汁行业技术风险及控制策略

五、2009-2012年苹果汁行业同业竞争风险及控制策略

六、2009-2012年苹果汁行业其他风险及控制策略

第十八章 苹果汁行业投资战略研究

第一节 苹果汁行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国苹果汁品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、苹果汁实施品牌战略的意义

三、苹果汁企业品牌的现状分析

四、我国苹果汁企业的品牌战略

五、苹果汁品牌战略管理的策略

第三节 苹果汁经营策略分析

一、苹果汁市场细分策略

二、苹果汁市场创新策略

三、饮料品牌定位与品类规划

四、苹果汁新产品差异化战略

第四节 苹果汁行业投资战略研究

一、2009年果汁饮料业投资战略

二、2009年苹果汁行业投资战略

三、2009-2012年苹果汁行业投资战略

四、2009-2012年细分行业投资战略

图表目录

图表：苹果汁产业链分析

图表：国际苹果汁市场规模

图表：国际苹果汁生命周期

图表：2003-2008年中国苹果汁行业市场规模

图表：2002-2008年全球苹果汁产业市场规模

图表：2006-2008年苹果汁重要数据指标比较

图表：2003-2008年中国苹果汁行业销售情况分析

图表：2003-2008年中国苹果汁行业利润情况分析

图表：2003-2008年中国苹果汁行业资产情况分析

图表：2008-2009年中国苹果汁发展能力分析

图表：2008-2009年中国苹果汁竞争力分析

图表：2009-2012年中国苹果汁产能预测

图表：2009-2012年中国苹果汁消费量预测

图表：2009-2012年中国苹果汁市场前景预测

图表：2009-2012年中国苹果汁市场价格走势预测

图表：2009-2012年中国苹果汁发展前景预测

图表：2008年1-12月苹果汁产量全国合计

图表：2008年1-12月苹果汁产量北京市合计

图表：2008年1-12月苹果汁产量天津市合计

图表：2008年1-12月苹果汁产量河北省合计

图表：2008年1-12月苹果汁产量山西省合计

图表：2008年1-12月苹果汁产量辽宁省合计

图表：2008年1-12月苹果汁产量吉林省合计

图表：2008年1-12月苹果汁产量黑龙江合计

图表：2008年1-12月苹果汁产量上海市合计

图表：2008年1-12月苹果汁产量江苏省合计

图表：2008年1-12月苹果汁产量浙江省合计

图表：2008年1-12月苹果汁产量安徽省合计

图表：2008年1-12月苹果汁产量福建省合计

图表：2008年1-12月苹果汁产量江西省合计

图表：2008年1-12月苹果汁产量山东省合计

图表：2008年1-12月苹果汁产量河南省合计

图表：2008年1-12月苹果汁产量湖北省合计

图表：2008年1-12月苹果汁产量湖南省合计

图表：2008年1-12月苹果汁产量广东省合计

图表：2008年1-12月苹果汁产量广西区合计

图表：2008年1-12月苹果汁产量海南省合计

图表：2008年1-12月苹果汁产量重庆市合计

图表：2008年1-12月苹果汁产量四川省合计

图表：2008年1-12月苹果汁产量贵州省合计

图表：2008年1-12月苹果汁产量云南省合计

图表：2008年1-12月苹果汁产量陕西省合计

图表：2008年1-12月苹果汁产量甘肃省合计

图表：2008年1-12月苹果汁产量新疆区合计

图表：2008年1-12月苹果汁产量内蒙古合计

图表：2009年1-5月苹果汁产量全国合计

图表：2009年1-5月苹果汁产量北京市合计

图表：2009年1-5月苹果汁产量天津市合计

图表：2009年1-5月苹果汁产量河北省合计

图表：2009年1-5月苹果汁产量山西省合计

图表：2009年1-5月苹果汁产量辽宁省合计

图表：2009年1-5月苹果汁产量吉林省合计

图表：2009年1-5月苹果汁产量黑龙江合计

图表：2009年1-5月苹果汁产量上海市合计

图表：2009年1-5月苹果汁产量江苏省合计

图表：2009年1-5月苹果汁产量浙江省合计

图表：2009年1-5月苹果汁产量安徽省合计

图表：2009年1-5月苹果汁产量福建省合计

图表：2009年1-5月苹果汁产量江西省合计

图表：2009年1-5月苹果汁产量山东省合计

图表：2009年1-5月苹果汁产量河南省合计

图表：2009年1-5月苹果汁产量湖北省合计

图表：2009年1-5月苹果汁产量湖南省合计

图表：2009年1-5月苹果汁产量广东省合计

图表：2009年1-5月苹果汁产量广西区合计

图表：2009年1-5月苹果汁产量海南省合计

图表：2009年1-5月苹果汁产量重庆市合计

图表：2009年1-5月苹果汁产量四川省合计

图表：2009年1-5月苹果汁产量贵州省合计

图表：2009年1-5月苹果汁产量云南省合计

图表：2009年1-5月苹果汁产量陕西省合计

图表：2009年1-5月苹果汁产量甘肃省合计

图表：2009年1-5月苹果汁产量新疆区合计

图表：2009年1-5月苹果汁产量内蒙古合计

图表：2008年1-12月果汁饮料行业经济指标全国合计

图表：2008年1-12月果汁饮料行业经济指标北京市合计

图表：2008年1-12月果汁饮料行业经济指标天津市合计

图表：2008年1-12月果汁饮料行业经济指标河北省合计

图表：2008年1-12月果汁饮料行业经济指标山西省合计

图表：2008年1-12月果汁饮料行业经济指标内蒙古合计

图表：2008年1-12月果汁饮料行业经济指标辽宁省合计

图表：2008年1-12月果汁饮料行业经济指标吉林省合计

图表：2008年1-12月果汁饮料行业经济指标黑龙江合计

图表：2008年1-12月果汁饮料行业经济指标上海市合计

图表：2008年1-12月果汁饮料行业经济指标江苏省合计

图表：2008年1-12月果汁饮料行业经济指标浙江省合计

图表：2008年1-12月果汁饮料行业经济指标安徽省合计

图表：2008年1-12月果汁饮料行业经济指标福建省合计

图表：2008年1-12月果汁饮料行业经济指标江西省合计

图表：2008年1-12月果汁饮料行业经济指标山东省合计

图表：2008年1-12月果汁饮料行业经济指标河南省合计

图表：2008年1-12月果汁饮料行业经济指标湖北省合计

图表：2008年1-12月果汁饮料行业经济指标湖南省合计

图表：2008年1-12月果汁饮料行业经济指标广东省合计

图表：2008年1-12月果汁饮料行业经济指标广西区合计

图表：2008年1-12月果汁饮料行业经济指标海南省合计

图表：2008年1-12月果汁饮料行业经济指标重庆市合计

图表：2008年1-12月果汁饮料行业经济指标四川省合计

图表：2008年1-12月果汁饮料行业经济指标贵州省合计

图表：2008年1-12月果汁饮料行业经济指标云南省合计

图表：2008年1-12月果汁饮料行业经济指标陕西省合计

图表：2008年1-12月果汁饮料行业经济指标甘肃省合计

图表：2008年1-12月果汁饮料行业经济指标青海省合计

图表：2008年1-12月果汁饮料行业经济指标宁夏区合计

图表：2008年1-12月果汁饮料行业经济指标新疆区合计

图表：2009年1-5月果汁饮料行业经济指标全国合计

图表：2009年1-5月果汁饮料行业经济指标北京市合计

图表：2009年1-5月果汁饮料行业经济指标天津市合计

图表：2009年1-5月果汁饮料行业经济指标河北省合计

图表：2009年1-5月果汁饮料行业经济指标山西省合计

图表：2009年1-5月果汁饮料行业经济指标内蒙古合计

图表：2009年1-5月果汁饮料行业经济指标辽宁省合计

图表：2009年1-5月果汁饮料行业经济指标吉林省合计

图表：2009年1-5月果汁饮料行业经济指标黑龙江合计

图表：2009年1-5月果汁饮料行业经济指标上海市合计

图表：2009年1-5月果汁饮料行业经济指标江苏省合计

图表：2009年1-5月果汁饮料行业经济指标浙江省合计

图表：2009年1-5月果汁饮料行业经济指标安徽省合计

图表：2009年1-5月果汁饮料行业经济指标福建省合计

图表：2009年1-5月果汁饮料行业经济指标江西省合计

图表：2009年1-5月果汁饮料行业经济指标山东省合计

图表：2009年1-5月果汁饮料行业经济指标河南省合计

图表：2009年1-5月果汁饮料行业经济指标湖北省合计

图表：2009年1-5月果汁饮料行业经济指标湖南省合计

图表：2009年1-5月果汁饮料行业经济指标广东省合计

图表：2009年1-5月果汁饮料行业经济指标广西区合计

图表：2009年1-5月果汁饮料行业经济指标海南省合计

图表：2009年1-5月果汁饮料行业经济指标重庆市合计

图表：2009年1-5月果汁饮料行业经济指标四川省合计

图表：2009年1-5月果汁饮料行业经济指标贵州省合计

图表：2009年1-5月果汁饮料行业经济指标云南省合计

图表：2009年1-5月果汁饮料行业经济指标陕西省合计

图表：2009年1-5月果汁饮料行业经济指标甘肃省合计

图表：2009年1-5月果汁饮料行业经济指标青海省合计

图表：2009年1-5月果汁饮料行业经济指标宁夏区合计

图表：2009年1-5月果汁饮料行业经济指标新疆区合计

图表：2008年1-12月苹果汁进口数据

图表：2008年1季度苹果汁进口数据

图表：2008年1月苹果汁进口数据

图表：2008年2月苹果汁进口数据

图表：2008年3月苹果汁进口数据

图表：2008年2季度苹果汁进口数据

图表：2008年4月苹果汁进口数据

图表：2008年5月苹果汁进口数据

图表：2008年6月苹果汁进口数据

图表：2008年3季度苹果汁进口数据

图表：2008年7月苹果汁进口数据

图表：2008年8月苹果汁进口数据

图表：2008年9月苹果汁进口数据

图表：2008年4季度苹果汁进口数据

图表：2008年10月苹果汁进口数据

图表：2008年11月苹果汁进口数据

图表：2008年12月苹果汁进口数据

图表：2008年1-12月苹果汁出口数据

图表：2008年1季度苹果汁出口数据

图表：2008年1月苹果汁出口数据

图表：2008年2月苹果汁出口数据

图表：2008年3月苹果汁出口数据

图表：2008年2季度苹果汁出口数据

图表：2008年4月苹果汁出口数据

图表：2008年5月苹果汁出口数据

图表：2008年6月苹果汁出口数据

图表：2008年3季度苹果汁出口数据

图表：2008年7月苹果汁出口数据

图表：2008年8月苹果汁出口数据

图表：2008年9月苹果汁出口数据

图表：2008年4季度苹果汁出口数据

图表：2008年10月苹果汁出口数据

图表：2008年11月苹果汁出口数据

图表：2008年12月苹果汁出口数据

图表：2009年1-5月苹果汁进口数据

图表：2009年1季度苹果汁进口数据

图表：2009年1月苹果汁进口数据

图表：2009年2月苹果汁进口数据

图表：2009年3月苹果汁进口数据

图表：2009年2季度苹果汁进口数据

图表：2009年4月苹果汁进口数据

图表：2009年5月苹果汁进口数据

图表：2009年1-5月苹果汁出口数据

图表：2009年1季度苹果汁出口数据

图表：2009年1月苹果汁出口数据
图表：2009年2月苹果汁出口数据
图表：2009年3月苹果汁出口数据
图表：2009年2季度苹果汁出口数据
图表：2009年4月苹果汁出口数据
图表：2009年5月苹果汁出口数据
图表：苹果汁市场调查对象情况分析
图表：苹果汁消费者消费习惯调查
图表：消费者对苹果汁产品价格认同情况调查分析
图表：消费者购买渠道情况调查分析
图表：苹果汁消费者品牌状况调查分析
图表：2008-2009年中国消费者苹果汁品牌构成
图表：苹果汁消费者性别比例
图表：苹果汁消费者年龄分布
图表：苹果汁消费者购买频率分析
图表：苹果汁消费者购买苹果汁的规格
图表：苹果汁消费者购买苹果汁消费金额
图表：消费者苹果汁关注度调查分析
图表：影响消费者购买的因素调查分析

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/128425.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。