



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年橙汁行业发展前景 分析及投资风险预测报告

一、调研说明

《2009-2012年橙汁行业发展前景分析及投资风险预测报告》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/140376.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，冷冻浓缩橙汁的价格（FCOJ）正在继续下跌，至今还仍然尚未看见价格早日停止下降的迹象。正如冷冻浓缩苹果汁的情况一样，冷冻浓缩橙汁的价位还将会进一步地下滑。目前，散装冷冻浓缩橙汁合同的订单价格是，每吨1300美元（cfr, 关税已付，鹿特丹）；如今这样的价位，只等于2006年后期和2007年早期的价格的一半。自2009年初以来，每吨冷冻浓缩橙汁的价格已经减少了100美元。由于当前苹果汁的价位如此之低，因此橙汁也要在十分困难的市场条件下求生存。据有关方面的记录显示，冷冻浓缩橙汁价格最高的时候，是在2007年的4—5月份期间，当时每吨的价位高达2650美元，此后的价格就开始下跌，直到2007年年底时，价格已经下降到每吨2000美元。而非冷冻浓缩橙汁的情况，与冷冻浓缩橙汁的情况是不一样的，目前非冷冻浓缩橙汁是很受欢迎的，而且价格上也是挺合算的。引起严重关注的倒是，一些东欧的国家（例如：乌克兰，特别是俄国）过去以高价签订了许多合同。那些有实力的公司还倒是能够生存下来，可是那些比较小的公司则难以维持下去了。如果他们是通过中间商，或者是第三方购买产品的，而不是直接从巴西进货的话，一旦他们不执行合同或者破产了，那么欧洲的那些贸易商们和中间商们，就将会遭受到惨重的损失。鉴于俄国的经济和果汁市场的状况，估计不履行合同的情况是会发生的。如果不履行合同的话，而冷冻浓缩橙汁的库存产品又将会推向市场，这样就将会使价格还要进一步的下跌。2009年1-4月，我国共进口冷冻浓缩橙汁1.40万吨，进口金额2517万美元，进口均价1797美元/吨。巴西、以色列是中国进口冷冻浓缩橙汁（FCOJ）的主要国家，其中从巴西进口的冷冻浓缩橙汁占到我国总进口量的85%以上，以此相反美国的冷冻橙汁在中国的市场份额正在急剧下降。

2009年的果汁行业上下游呈现不一样的发展态势，一方面是我国近期浓缩果汁量价齐降，一方面却是果汁企业发力竞争消费市场。受海外金融风暴影响，我国浓缩果汁采购订单出现大幅度的削减。其中出口浓缩苹果汁每吨价格从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。我国浓缩果汁占世界产量的50%，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。而2008年，我国浓缩果汁出口69.29万吨，比2007年下降33.55%。严重依靠出口的我国果汁企业在这次金融危机的影响下受到重创，经济的不景气，导致浓缩果汁在市场上出现需求下滑。未来，这些浓缩果汁生产商将把市场重点转向国内下游果汁加工企业。从目前果汁行业的情况来看，上下游企业联姻将成果汁行业的发展趋势。进入2009年，国内果汁市场的竞争就趋于激烈。果汁加工企业要在果汁市场站稳脚就必须要有果汁行业的制高点——原材料。08年，原材料价格曾出现了上涨，这导致一部分果汁企业的利润受到影响，随着09年各大公司抢占果汁消费市场，掌握原材料就成为果汁加工企业梦寐以求的愿望。目前，只有汇源

等小部分企业拥有上下游资源，其他企业都是仅在上游或下游占据优势。随着金融危机的影响以及果汁市场的扩大，打造上下游产业链将成为果汁行业的一个趋势。

2009年6月1日起果汁等农业深加工产品的出口退税率提高到15%。退税率的提高，对于企业的影响非常大，假设以一个企业年出口额2亿美元计算，就能多退回约400万美元，对于当下流动资金紧张的果汁企业来说，这笔资金非常可观。虽然这两个点的提高无法将企业从亏损中带出来，但是至少能帮助企业挽回一部分损失。值得注意的是，尽管目前总体形势回暖，但是由于行业内部小环境未能同步改善，真正的价格复苏尚待行业先练好内功。此外，过去将90%的精力投入到开发国际市场的浓缩果汁业，当今也应该考虑开拓国内市场，以更好抵御外需骤降的风险。浓缩苹果汁是我国重要的果蔬加工品之一。2007年，我国浓缩苹果汁出口量达到104万吨，出口总金额12.4亿美元，消化苹果700多万吨，约占我国苹果总量的1/3。浓缩苹果汁行业收购果农苹果近100亿元，使700余万户果农直接受益。然而，进入2008年以来，在全球金融危机的影响下，完全依赖出口的果汁行业遭遇出口受阻，业绩严重下滑的困境，出口总量下跌至68.3万吨，出口总额11.2亿美元，分别比2007年下滑了34%和10%。果汁企业订单量急剧减少，市场价格也随之大幅度下跌，从2008年9月份的FOB1100美元/吨跌至目前不到FOB700美元/吨。企业库存量大增，占用过多资金，以及国家偏紧的金融政策，导致企业的流通压力加大，2008/09产季产量比去年减少了20%，原料收购量也大幅减少，进而引发果农卖果难问题突显。2009年前4个月我国浓缩果汁出口量继续下滑，与去年同期相比，大约减少了1/3左右，目前企业的库存仍未消化完毕，整个行业的累计库存量到目前还有20多万吨。受产品价格暴涨暴跌影响，08年浓缩果汁行业大约亏损了28亿元，基本上所有的企业都在亏损，越是大企业，生产越多，库存越多，亏损越严重。在此关头，国家提高果汁的出口退税率，无疑是给企业打了一剂活血针。这两个点的提高，虽然无法将企业从亏损中带出来，但是至少能帮助企业挽回一部分损失，而且给企业增加了流动资金。目前总体形势回暖，但是由于行业内部小环境未能同步改善，真正的价格复苏尚待行业先练好内功。只有行业内部协调一致，防止产品价格大涨大落，行业才能健康发展。此外，过去将90%的精力投入到开发国际市场的浓缩果汁业，当今也应该考虑开拓国内市场，拉动内需，只有内外兼顾，才能更好抵御外需骤降的风险。

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、国内外相关刊物杂志的基础信息以及橙汁研究单位等公布和提供的大量资料，结合对橙汁相关企业的实地调查，对我国橙汁行业发展现状与前景、市场竞争格局与形势、赢利水平与企业发展、投资策略与风险预警、发展趋势与规划建议等进行深入研究，并重点分析了橙汁行业的前景与风险。报告揭示了橙汁市场潜在需求与

潜在机会，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。

目录

CONTENTS

第一部分 发展现状与前景分析

第一章 全球橙汁市场发展分析

第一节 2008年全球橙汁市场分析

一、2008年全球橙汁市场回顾

二、2008年全球橙汁市场环境

三、2008年全球橙汁销售分析

四、2008年全球橙汁市场规模

第二节 2009年全球橙汁市场分析

一、2009年全球橙汁需求分析

二、2009年全球橙汁市场规模

三、2009年全球橙汁品牌分析

四、2009年中外橙汁市场对比

第三节 主要国家地区橙汁市场分析

一、2008-2009年美国橙汁市场分析

二、2008-2009年欧洲橙汁市场分析

三、2008-2009年日本橙汁市场分析

四、2008-2009年韩国橙汁市场分析

五、2008-2009年其他国家橙汁市场

第二章 我国橙汁行业发展现状

第一节 我国橙汁行业发展现状

一、橙汁行业品牌发展现状

二、橙汁行业消费市场现状

三、橙汁市场消费层次分析

四、我国橙汁市场走向分析

第二节 2008-2009年我国橙汁行业发展状况

- 一、2008年中国橙汁行业发展回顾
- 二、2008年橙汁行业发展情况分析
- 三、2008年我国橙汁市场特点分析
- 四、2009年我国橙汁市场发展分析

第三节 2008-2009年中国橙汁行业供需分析

- 一、2008年中国橙汁市场供给总量分析
- 二、2008年中国橙汁市场供给结构分析
- 三、2009年中国橙汁市场需求总量分析
- 四、2009年中国橙汁市场需求结构分析
- 五、2009年中国橙汁市场供需平衡分析

第三章 中国橙汁行业经济运行分析

第一节 2009年橙汁行业运行情况分析

- 一、2009年橙汁行业经济指标分析
- 二、2009年橙汁行业收入前十家企业

第二节 2009年橙汁行业产量分析

- 一、2009年我国橙汁产品产量分析
- 二、2009年我国橙汁产品产量预测

第三节 2009年橙汁行业进出口分析

- 一、2009年橙汁行业进口总量及价格
- 二、2009年橙汁行业出口总量及价格
- 三、2009年橙汁行业进出口数据统计
- 四、2009-2012年橙汁进出口态势展望

第四章 中国橙汁消费市场分析

第一节 橙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

第二节 橙汁市场消费需求分析

- 一、橙汁市场的消费需求变化
- 二、橙汁行业的需求情况分析

三、2009年橙汁品牌市场消费需求分析

第三节 橙汁消费市场状况分析

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

第四节 橙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、橙汁行业品牌忠诚度调查
- 六、橙汁行业品牌市场占有率调查
- 七、消费者的消费理念调研

第五章 中国橙汁行业区域市场分析

第一节 2009年华北地区橙汁行业分析

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场规模情况分析
- 三、2009-2012年市场需求情况分析
- 四、2009-2012年行业发展前景预测
- 五、2009-2012年行业投资风险预测

第二节 2009年东北地区橙汁行业分析

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场规模情况分析
- 三、2009-2012年市场需求情况分析
- 四、2009-2012年行业发展前景预测
- 五、2009-2012年行业投资风险预测

第三节 2009年华东地区橙汁行业分析

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场规模情况分析

- 三、2009-2012年市场需求情况分析
- 四、2009-2012年行业发展前景预测
- 五、2009-2012年行业投资风险预测
- 第四节 2009年华南地区橙汁行业分析
 - 一、2008-2009年行业发展现状分析
 - 二、2008-2009年市场规模情况分析
 - 三、2009-2012年市场需求情况分析
 - 四、2009-2012年行业发展前景预测
 - 五、2009-2012年行业投资风险预测
- 第五节 2009年华中地区橙汁行业分析
 - 一、2008-2009年行业发展现状分析
 - 二、2008-2009年市场规模情况分析
 - 三、2009-2012年市场需求情况分析
 - 四、2009-2012年行业发展前景预测
 - 五、2009-2012年行业投资风险预测
- 第六节 2009年西南地区橙汁行业分析
 - 一、2008-2009年行业发展现状分析
 - 二、2008-2009年市场规模情况分析
 - 三、2009-2012年市场需求情况分析
 - 四、2009-2012年行业发展前景预测
 - 五、2009-2012年行业投资风险预测
- 第七节 2009年西北地区橙汁行业分析
 - 一、2008-2009年行业发展现状分析
 - 二、2008-2009年市场规模情况分析
 - 三、2009-2012年市场需求情况分析
 - 四、2009-2012年行业发展前景预测
 - 五、2009-2012年行业投资风险预测

第六章 橙汁行业投资与发展前景分析

第一节 2009年上半年橙汁行业投资情况分析

- 一、2009年上半年总体投资结构
- 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

第二节 橙汁行业投资机会分析

一、橙汁投资项目分析

二、可以投资的橙汁模式

三、2009年橙汁投资机会

四、2009年橙汁细分行业投资机会

五、2009年橙汁投资新方向

第三节 橙汁行业发展前景分析

一、橙汁市场发展前景分析

二、我国橙汁市场蕴藏的商机

三、金融危机下橙汁市场的发展前景

四、2009年橙汁市场面临的发展商机

五、2009-2012年橙汁市场面临的发展商机

第二部分 市场竞争格局与形势

第七章 橙汁行业竞争格局分析

第一节 橙汁行业集中度分析

一、橙汁市场集中度分析

二、橙汁企业集中度分析

三、橙汁区域集中度分析

第二节 橙汁行业主要企业竞争力分析

一、重点企业资产总计对比分析

二、重点企业从业人员对比分析

三、重点企业全年营业收入对比分析

四、重点企业利润总额对比分析

五、重点企业综合竞争力对比分析

第三节 橙汁行业竞争格局分析

一、2008年橙汁行业竞争分析

二、2008年中外橙汁产品竞争分析

三、2008-2009年国内外橙汁竞争分析

- 四、2008-2009年我国橙汁市场竞争分析
- 五、2008-2009年我国橙汁市场集中度分析
- 六、2009-2012年国内主要橙汁企业动向

第八章 2009-2012年中国橙汁行业发展形势分析

第一节 橙汁行业发展概况

- 一、橙汁行业发展特点分析
- 二、橙汁行业投资现状分析
- 三、橙汁行业总产值分析
- 四、橙汁行业技术发展分析

第二节 2008-2009年橙汁行业市场情况分析

- 一、橙汁行业市场发展分析
- 二、橙汁市场存在的问题
- 三、橙汁市场规模分析

第三节 2008-2009年橙汁产销状况分析

- 一、橙汁产量分析
- 二、橙汁产能分析
- 三、橙汁市场需求状况分析

第四节 产品发展趋势预测

- 一、产品发展新动态
- 二、技术新动态
- 三、产品发展趋势预测

第三部分 赢利水平与企业分析

第九章 中国橙汁行业整体运行指标分析

第一节 2009年中国橙汁行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业生产规模分析

第二节 2009年中国橙汁行业产销分析

- 一、行业产成品情况总体分析
- 二、行业产品销售收入总体分析

第三节 2009年年中国橙汁行业财务指标总体分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

第十章 橙汁行业赢利水平分析

第一节 成本分析

- 一、2008-2009年橙汁原材料价格走势
- 二、2008-2009年橙汁行业人工成本分析

第二节 产销运存分析

- 一、2008-2009年橙汁行业产销情况
- 二、2008-2009年橙汁行业库存情况
- 三、2008-2009年橙汁行业资金周转情况

第三节 盈利水平分析

- 一、2008-2009年橙汁行业价格走势
- 二、2008-2009年橙汁行业营业收入情况
- 三、2008-2009年橙汁行业毛利率情况
- 四、2008-2009年橙汁行业赢利能力
- 五、2008-2009年橙汁行业赢利水平
- 六、2009-2012年橙汁行业赢利预测

第十一章 橙汁行业盈利能力分析

第一节 2009年中国橙汁行业利润总额分析

- 一、利润总额分析
- 二、不同规模企业利润总额比较分析
- 三、不同所有制企业利润总额比较分析

第二节 2009年中国橙汁行业销售利润率

- 一、销售利润率分析
- 二、不同规模企业销售利润率比较分析
- 三、不同所有制企业销售利润率比较分析

第三节 2009年中国橙汁行业总资产利润率分析

- 一、总资产利润率分析

- 二、不同规模企业总资产利润率比较分析
- 三、不同所有制企业总资产利润率比较分析
- 第四节 2009年中国橙汁行业产值利税率分析
 - 一、产值利税率分析
 - 二、不同规模企业产值利税率比较分析
 - 三、不同所有制企业产值利税率比较分析

第十二章 橙汁重点企业发展分析

第一节 企业一

- 一、企业概况
- 二、2009年经营状况
- 三、2009-2012年盈利能力分析
- 四、2009-2012年投资风险

第二节 企业二

- 一、企业概况
- 二、2009年经营状况
- 三、2009-2012年盈利能力分析
- 四、2009-2012年投资风险

第三节 企业三

- 一、企业概况
- 二、2009年经营状况
- 三、2009-2012年盈利能力分析
- 四、2009-2012年投资风险

第四节 企业四

- 一、企业概况
- 二、2009年经营状况
- 三、2009-2012年盈利能力分析
- 四、2009-2012年投资风险

第五节 企业五

- 一、企业概况
- 二、2009年经营状况
- 三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第六节 企业六

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第七节 企业七

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第八节 企业八

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第九节 企业九

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第十节 企业十

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第四部分 投资策略与风险预警

第十三章 橙汁行业投资策略分析

第一节 行业发展特征

一、行业的周期性

二、行业的区域性

三、行业的上下游

四、行业经营模式

第二节 行业投资形势分析

一、行业发展格局

二、行业进入壁垒

三、行业SWOT分析

四、行业五力模型分析

第三节 橙汁行业投资效益分析

一、2009年橙汁行业投资状况分析

二、2009年橙汁行业投资效益分析

三、2009-2012年橙汁行业投资方向

四、2009-2012年橙汁行业投资建议

第四节 橙汁行业投资策略研究

一、2008年橙汁行业投资策略

二、2009年橙汁行业投资策略

三、2009-2012年橙汁行业投资策略

四、2009-2012年橙汁细分行业投资策略

第十四章 橙汁行业投资风险预警

第一节 影响橙汁行业发展的主要因素

一、2009年影响橙汁行业运行的有利因素

二、2009年影响橙汁行业运行的稳定因素

三、2009年影响橙汁行业运行的不利因素

四、2009年我国橙汁行业发展面临的挑战

五、2009年我国橙汁行业发展面临的机遇

第二节 橙汁行业投资风险预警

一、2009-2012年橙汁行业市场风险预测

二、2009-2012年橙汁行业政策风险预测

三、2009-2012年橙汁行业经营风险预测

四、2009-2012年橙汁行业技术风险预测

五、2009-2012年橙汁行业竞争风险预测

六、2009-2012年橙汁行业其他风险预测

第五部分 发展趋势与规划建议

第十五章 橙汁行业发展趋势分析

第一节 2009-2012年中国橙汁市场趋势分析

- 一、2008-2009年我国橙汁市场趋势总结
- 二、2009-2012年我国橙汁发展趋势分析

第二节 2009-2012年橙汁产品发展趋势分析

- 一、2009-2012年橙汁产品技术趋势分析
- 二、2009-2012年橙汁产品价格趋势分析

第三节 2009-2012年中国橙汁行业供需预测

- 一、2008-2012年中国橙汁供给预测
- 二、2009-2012年中国橙汁需求预测
- 三、2009-2012年中国橙汁价格预测

第四节 2009-2012年橙汁行业规划建议

- 一、橙汁行业"十一五"整体规划
- 二、橙汁行业"十一五"发展预测
- 三、2009-2012年橙汁行业规划建议

第十六章 橙汁企业管理策略建议

第一节 市场策略分析

- 一、橙汁价格策略分析
- 二、橙汁渠道策略分析

第二节 销售策略分析

- 一、媒介选择策略分析
- 二、产品定位策略分析
- 三、企业宣传策略分析

第三节 提高橙汁企业竞争力的策略

- 一、提高中国橙汁企业核心竞争力的对策
- 二、橙汁企业提升竞争力的主要方向
- 三、影响橙汁企业核心竞争力的因素及提升途径
- 四、提高橙汁企业竞争力的策略

第四节 对我国橙汁品牌的战略思考

- 一、橙汁实施品牌战略的意义

- 二、橙汁企业品牌的现状分析
- 三、我国橙汁企业的品牌战略
- 四、橙汁品牌战略管理的策略

图表目录

- 图表：橙汁产业链分析
- 图表：橙汁行业生命周期
- 图表：2008-2009年中国橙汁行业市场规模
- 图表：2008-2009年全球橙汁产业市场规模
- 图表：2008-2009年橙汁重要数据指标比较
- 图表：2008-2009年中国橙汁行业销售情况分析
- 图表：2008-2009年中国橙汁行业利润情况分析
- 图表：2008-2009年中国橙汁行业资产情况分析
- 图表：2008-2009年中国橙汁竞争力分析
- 图表：2009-2012年中国橙汁市场前景预测
- 图表：2009-2012年中国橙汁市场价格走势预测
- 图表：2009-2012年中国橙汁发展前景预测
- 图表：2001-2008年美国橙汁市场销售规模
- 图表：2009-2012年美国橙汁市场销售规模预测
- 图表：2002-2008年英国橙汁市场规模
- 图表：2002-2008年英国橙汁市场占全球和欧洲份额比较
- 图表：2009-2012年英国橙汁市场规模预测
- 图表：2008-2012年英国橙汁市场规模及其预测趋势图
- 图表：2002-2008年德国橙汁市场规模
- 图表：2002-2008年德国橙汁市场占全球和欧洲份额比较
- 图表：2009-2012年德国橙汁市场规模预测
- 图表：2008-2012年德国橙汁市场规模及其预测趋势图
- 图表：2002-2008年日本橙汁市场规模
- 图表：2002-2008年日本橙汁市场占全球和亚洲份额比较
- 图表：2009-2012年日本橙汁市场规模预测
- 图表：2009-2012年日本橙汁市场规模趋势预测图
- 图表：2002-2008年中国橙汁市场规模

图表：2002-2008年中国橙汁市场占全球和亚洲份额比较

图表：2009-2012年中国橙汁市场规模预测

图表：2009-2012年中国橙汁市场规模趋预测势图

图表：2008-2009年9月橙汁行业销售成本分析

图表：2008-2009年9月橙汁行业销售费用分析

图表：2008-2009年9月橙汁行业管理费用分析

图表：2008-2009年9月橙汁行业财务费用分析

图表：2008-2009年9月橙汁行业销售及利润分析

图表：2008-2009年9月橙汁行业销售毛利率分析

图表：2008-2009年9月橙汁行业销售利润率分析

图表：2008-2009年9月橙汁行业成本费用利润率分析

图表：2008-2009年9月橙汁行业总资产利润率分析

图表：2008-2009年9月橙汁行业资产分析

图表：2008-2009年9月橙汁行业负债分析

图表：2008-2009年9月橙汁行业偿债能力分析

图表：2004-2008年国内生产总值及其增长速度

图表：2004-2008年居民消费价格涨跌幅度

图表：2008年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：2004-2008年年末国家外汇储备

图表：2004-2008年税收收入及其增长速度

图表：2004-2008年粮食产量及其增长速度

图表：2004-2008年工业增加值及其增长速度

图表：2008年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2008年规模以上工业企业实现利润及其增长速度

图表：2004-2008年建筑业增加值及其增长速度

图表：2004-2008年固定资产投资及其增长速度

图表：2008年分行业城镇固定资产投资及其增长速度

图表：2008年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2008年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：2004-2008年社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2008年货物进出口总额及其增长速度

图表：2008年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表：2008年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表：2008年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度

图表：2004-2008年货物进出口总额及其增长速度

图表：2008年分行业外商直接投资及其增长速度

图表：2008年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表：2008年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度

图表：2004-2008年年末电话用户数

图表：2008年全部金融机构本外币存贷款及其增长速度

图表：2004-2008年城乡居民人民币储蓄存款余额及其增长速度

图表：2004-2008年年末各类教育招生人数

图表：2008年人口数及其构成

图表：2004-2008年农村居民村收入及其增长速度

图表：2004-2008年城镇居民可支配收入及其增长速度

图表：2009年1-9月工业生产主要指标

图表：2008-2009年9月全国居民消费价格指数

图表：2008-2009年9月工业品出厂价格指数

图表：2009年1-9月我国橙汁产品进口数据

图表：2009年1-9月我国橙汁产品出口数据

图表：2009年1月我国橙汁产品进口数据

图表：2009年1月我国橙汁产品出口数据

图表：2009年2月我国橙汁产品进口数据

图表：2009年2月我国橙汁产品出口数据

图表：2009年3月我国橙汁产品进口数据

图表：2009年3月我国橙汁产品出口数据

图表：2009年上半年我国橙汁产品进口数据

图表：2009年上半年我国橙汁产品出口数据

图表：2009年4月我国橙汁产品进口数据

图表：2009年4月我国橙汁产品出口数据

图表：2009年5月我国橙汁产品进口数据

图表：2009年5月我国橙汁产品出口数据

图表：2009年6月我国橙汁产品进口数据

图表：2009年6月我国橙汁产品出口数据

图表：2009年2季度我国橙汁产品进口数据

图表：2009年2季度我国橙汁产品出口数据

图表：2009年7月我国橙汁产品进口数据

图表：2009年7月我国橙汁产品出口数据

图表：2009年8月我国橙汁产品进口数据

图表：2009年8月我国橙汁产品出口数据

图表：2009年9月我国橙汁产品进口数据

图表：2009年9月我国橙汁产品出口数据

图表：2009年3季度我国橙汁产品进口数据

图表：2009年3季度我国橙汁产品出口数据

图表：2009年1-9月中国橙汁行业国有企业工业数据

图表：2009年1-9月中国橙汁行业集体企业工业数据

图表：2009年1-9月中国橙汁行业股份合作制企业工业数据

图表：2009年1-9月中国橙汁行业股份制企业工业数据

图表：2009年1-9月中国橙汁行业私营企业工业数据

图表：2009年1-9月中国橙汁行业外商和港澳台投资企业工业数据

图表：2009年1-9月中国橙汁行业其他类型企业工业数据

图表：2009年1-9月中国不同所有制橙汁企业累计工业总产值对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制橙汁企业累计产品销售收入对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制橙汁企业累计资产总计对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制橙汁企业累计利润总额对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制橙汁企业累计工业总产值增长对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制橙汁企业累计产品销售收入增长对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制橙汁企业累计利润总额增长对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制橙汁企业产销率对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制橙汁企业流动资产周转次数对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制橙汁企业人均销售率对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制橙汁企业亏损面对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制橙汁企业销售利润率对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制橙汁企业资金利税率对比

图表：2009年1-9月橙汁产品产量北京市统计

图表：2009年1-9月橙汁产品产量天津市统计

图表：2009年1-9月橙汁产品产量河北省统计
图表：2009年1-9月橙汁产品产量内蒙古统计
图表：2009年1-9月橙汁产品产量辽宁省统计
图表：2009年1-9月橙汁产品产量吉林省统计
图表：2009年1-9月橙汁产品产量黑龙江统计
图表：2009年1-9月橙汁产品产量上海市统计
图表：2009年1-9月橙汁产品产量江苏省统计
图表：2009年1-9月橙汁产品产量浙江省统计
图表：2009年1-9月橙汁产品产量安徽省统计
图表：2009年1-9月橙汁产品产量福建省统计
图表：2009年1-9月橙汁产品产量江西省统计
图表：2009年1-9月橙汁产品产量山东省统计
图表：2009年1-9月橙汁产品产量河南省统计
图表：2009年1-9月橙汁产品产量湖北省统计
图表：2009年1-9月橙汁产品产量湖南省统计
图表：2009年1-9月橙汁产品产量广东省统计
图表：2009年1-9月橙汁产品产量广西区统计
图表：2009年1-9月橙汁产品产量海南省统计
图表：2009年1-9月橙汁产品产量四川省统计
图表：2009年1-9月橙汁产品产量云南省统计
图表：2009年1-9月橙汁产品产量陕西省统计
图表：2009年1-9月橙汁产品产量甘肃省统计
图表：2009年1-9月橙汁产品产量青海省统计
图表：2009年1-9月橙汁产品产量宁夏区统计
图表：2009年1-9月橙汁产品产量新疆区统计

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/140376.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。