



艾凯咨询
ICAN Consulting

2018-2024年中国食品饮料用主 剂行业市场运营状况分析及投资 规划建议咨询报告

一、调研说明

《2018-2024年中国食品饮料用主剂行业市场运营状况分析及投资规划建议咨询报告》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/288692.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

报告目录:

第一章 国内食品饮料用主剂行业品牌发展环境分析 16

第一节 产品/行业特征 16

1、产品/行业定义 16

2、产品/行业消费特征 16

第二节 经济环境特征 16

一、中国GDP分析 16

二、固定资产投资 17

三、恩格尔系数分析 21

第三节 政策环境特征 23

一、国家宏观调控政策分析 23

二、食品饮料用主剂行业相关政策分析 24

第四节 食品饮料用主剂行业竞争特征 25

一、国内外品牌竞争格局 25

二、行业进入壁垒分析 25

三、可替代品威胁分析 26

四、贴牌加工产品市场威胁分析 26

第五节 食品饮料用主剂行业技术环境特征 28

第二章 国内食品饮料用主剂行业品牌产品市场规模分析 29

第一节 2014-2017年食品饮料用主剂市场规模分析 29

第二节 2017年我国食品饮料用主剂区域结构分析 30

第三节 食品饮料用主剂区域市场规模分析 30

一、东北地区市场规模分析 30

二、华北地区市场规模分析 31

三、华东地区市场规模分析 33

四、华中地区市场规模分析 34

五、华南地区市场规模分析 36

第四节 2018-2024年年食品饮料用主剂市场规模预测 37

第三章 国内食品饮料用主剂行业品牌需求与消费者偏好调查 39

| | |
|--|----|
| 第一节2014-2017年食品饮料用主剂产量统计分析 | 39 |
| 第二节2014-2017年食品饮料用主剂历年消费量统计分析 | 40 |
| 第三节2014-2017年国内食品饮料用主剂行业品牌产品平均价格走势分析 | 41 |
| 第四节 食品饮料用主剂产品目标客户群体调查 | 42 |
| 一、不同收入水平消费者偏好调查 | 42 |
| 二、不同年龄的消费者偏好调查 | 43 |
| 三、不同地区的消费者偏好调查 | 43 |
| 第五节 食品饮料用主剂产品的品牌市场调查 | 44 |
| 一、消费者对食品饮料用主剂品牌认知度宏观调查 | 44 |
| 二、消费者对食品饮料用主剂产品的品牌偏好调查 | 44 |
| 三、消费者对食品饮料用主剂品牌的首要认知渠道 | 45 |
| 四、消费者经常购买的品牌调查 | 46 |
| 五、食品饮料用主剂品牌忠诚度调查 | 46 |
| 六、食品饮料用主剂品牌市场占有率调查 | 46 |
| 七、消费者的消费理念调研 | 47 |
| 第五节不同客户购买相关的态度及影响分析 | 47 |
| 一、价格敏感程度 | 47 |
| 二、品牌的影响 | 47 |
| 三、购买方便的影响 | 47 |
| 五、包装的影响程度 | 48 |
| 第四章 国内食品饮料用主剂行业品牌产品市场供需渠道分析 | 49 |
| 第一节 销售渠道特征分析 | 49 |
| 一、供需渠道定义 | 49 |
| 二、供需渠道格局 | 49 |
| 三、供需渠道形式 | 50 |
| 四、供需渠道要素对比 | 50 |
| 第二节 销售渠道对食品饮料用主剂行业品牌发展的重要性 | 51 |
| 第三节食品饮料用主剂行业销售渠道的重要环节分析 | 51 |
| 一、批发商 | 51 |
| 二、零售商 | 51 |
| 三、代理商 | 52 |
| 第四节2014-2017年中国食品饮料用主剂行业品牌产品重点区域市场渠道情况分析 | 52 |

一、华东 52

二、中南 52

三、华北 52

四、西部 52

第五节销售渠道发展趋势分析 53

一、渠道运作趋势发展 53

二、渠道支持趋势发展 53

三、渠道格局趋势发展 54

四、渠道结构扁平化趋势发展 55

第六节销售渠道策略分析 55

一、直接渠道或间接渠道的营销策略 55

二、长渠道或短渠道的营销策略 58

三、宽渠道或窄渠道的营销策略 58

四、单一销售渠道和多销售渠道策略 59

五、传统销售渠道和垂直销售渠道策略 59

第七节销售渠道决策的评估方法 60

一、销售渠道评估数学模型介绍 60

二、财务评估法介绍 60

三、交易成本评估法介绍 60

四、经验评估法介绍 61

第八节2017年国内食品饮料用主剂行业品牌产品生产及渠道投资运作模式分析 62

一、国内生产企业投资运作模式 62

二、国内营销企业投资运作模式 62

三、外销与内销优势分析 63

第五章 国内食品饮料用主剂行业进出口市场情况分析 69

第一节2014-2017年国内食品饮料用主剂行业进出口量分析 69

一、2014-2017年国内食品饮料用主剂行业进口分析 69

二、2014-2017年国内食品饮料用主剂行业出口分析 70

第二节2018-2024年国内食品饮料用主剂行业进出口市场预测分析 71

一、2018-2024年国内食品饮料用主剂行业进口预测 71

二、2018-2024年国内食品饮料用主剂行业出口预测 72

第六章 国内食品饮料用主剂行业优势品牌企业分析 73

第一节 天津市仁杰食品有限公司 73

一、企业基本情况 73

二、公司主要财务指标分析 73

三、企业成本费用指标 76

第二节 广州贝格贝克食品有限公司 79

一、企业基本情况 79

二、公司主要财务指标分析 80

三、企业成本费用指标 83

第三节 广州百乐食品科技发展有限公司 86

一、企业基本情况 86

二、公司主要财务指标分析 87

三、企业成本费用指标 90

第四节 灵宝阿姆斯果汁有限公司 93

一、企业基本情况 93

二、公司主要财务指标分析 94

三、企业成本费用指标 97

第五节 上海阳雪生物科技有限公司 100

一、企业基本情况 100

二、公司主要财务指标分析 101

三、企业成本费用指标 104

第七章 国内食品饮料用主剂行业品牌竞争格局分析 108

第一节 食品饮料用主剂行业历史竞争格局概况 108

一、食品饮料用主剂行业集中度分析 108

二、食品饮料用主剂行业竞争程度分析 108

第二节 食品饮料用主剂行业企业竞争状况分析 109

一、领导企业的市场力量 109

二、其他企业的竞争力 110

第三节 2018-2024年国内食品饮料用主剂行业品牌竞争格局展望 111

第八章 2018-2024年国内食品饮料用主剂行业品牌发展预测 112

第一节 2018-2024年食品饮料用主剂行业品牌市场财务数据预测 112

一、2018-2024年食品饮料用主剂行业品牌市场规模预测 112

二、2018-2024年食品饮料用主剂行业总产值预测 113

| | |
|--|-----|
| 三、2018-2024年食品饮料用主剂行业利润总额预测 | 113 |
| 四、2018-2024年食品饮料用主剂行业总资产预测 | 114 |
| 第二节2018-2024年食品饮料用主剂行业供需预测 | 115 |
| 一、2018-2024年食品饮料用主剂产量预测 | 115 |
| 二、2018-2024年食品饮料用主剂需求预测 | 116 |
| 三、2018-2024年食品饮料用主剂供需平衡预测 | 116 |
| 四、2018-2024年主要食品饮料用主剂产品进出口预测 | 117 |
| 第三节2018-2024年食品饮料用主剂行业投资机会 | 117 |
| 一、2018-2024年食品饮料用主剂行业主要领域投资机会 | 117 |
| 二、2018-2024年食品饮料用主剂行业出口市场投资机会 | 117 |
| 第四节影响食品饮料用主剂行业发展的主要因素 | 118 |
| 一、2018-2024年影响食品饮料用主剂行业运行的有利因素分析 | 118 |
| 二、2018-2024年影响食品饮料用主剂行业运行的稳定因素分析 | 119 |
| 三、2018-2024年影响食品饮料用主剂行业运行的不利因素分析 | 119 |
| 四、2018-2024年我国食品饮料用主剂行业发展面临的挑战分析 | 119 |
| 五、2018-2024年我国食品饮料用主剂行业发展面临的机遇分析 | 120 |
| 第五节食品饮料用主剂行业投资风险及控制策略分析 | 120 |
| 一、2018-2024年食品饮料用主剂行业市场风险及控制策略 | 120 |
| 二、2018-2024年食品饮料用主剂行业政策风险及控制策略 | 121 |
| 三、2018-2024年食品饮料用主剂行业经营风险及控制策略 | 121 |
| 四、2018-2024年食品饮料用主剂同业竞争风险及控制策略 | 122 |
| 五、2018-2024年食品饮料用主剂行业其他风险及控制策略 | 122 |
| 第九章 2018-2024年国内食品饮料用主剂行业品牌投资价值与投资策略分析 | 124 |
| 第一节行业SWOT模型分析 | 124 |
| 一、优势分析 | 124 |
| 二、劣势分析 | 124 |
| 三、机会分析 | 124 |
| 四、风险分析 | 124 |
| 第二节食品饮料用主剂行业发展的PEST分析 | 125 |
| 一、政治和法律环境分析 | 125 |
| 二、经济发展环境分析 | 125 |
| 三、社会、文化与自然环境分析 | 126 |

第三节 食品饮料用主剂行业投资价值分析 131

一、2018-2024年食品饮料用主剂市场趋势总结 131

二、2018-2024年食品饮料用主剂发展趋势分析 131

三、2018-2024年食品饮料用主剂市场发展空间 131

四、2018-2024年食品饮料用主剂产业政策趋向 131

五、2018-2024年食品饮料用主剂技术革新趋势 132

六、2018-2024年食品饮料用主剂价格走势分析 132

第四节 食品饮料用主剂行业投资风险分析 132

一、宏观调控风险 132

二、行业竞争风险 133

三、供需波动风险 133

四、技术创新风险 133

五、经营管理风险 133

六、其他风险 134

第五节 食品饮料用主剂行业投资策略分析 135

一、重点投资品种分析 135

二、重点投资地区分析 135

三、项目投资建议 136

1、技术应用注意事项 136

2、项目投资注意事项 137

3、生产开发注意事项 139

4、销售注意事项 140

第十章 中创业内专家对国内食品饮料用主剂行业总结及企业经营战略建议 143 (AKLT)

第一节 食品饮料用主剂行业问题总结 143

第二节 2018-2024年食品饮料用主剂行业企业的标杆管理 143

一、国内企业的经验借鉴 143

二、国外企业的经验借鉴 144

第三节 2018-2024年食品饮料用主剂行业企业的资本运作模式 144

一、食品饮料用主剂行业企业国内资本市场的运作建议 144

二、食品饮料用主剂行业企业海外资本市场的运作建议 150

第四节 2018-2024年食品饮料用主剂行业企业营销模式建议 150

一、食品饮料用主剂行业企业的国内营销模式建议 150

二、食品饮料用主剂行业企业海外营销模式建议 151

第五节食品饮料用主剂市场的重点客户战略实施 153

一、实施重点客户战略的必要性 153

二、合理确立重点客户 153

三、对重点客户的营销策略 154

部分图表目录：

图表 1 2014-2017年国内生产总值同比增长速度（%） 17

图表 2 2014-2017年固定资产投资（不含农户）同比增速 17

图表 3 2017年分地区投资相邻两月累计同比增速 18

图表 4 2014-2017年固定资产投资到位资金同比增速 19

图表 5 2017年份固定资产投资（不含农户）主要数据 19

图表 6 1978-2017中国城乡居民恩格尔系数对比表 21

图表 7 2010-2017年食品饮料用主剂市场规模分析 29

图表 8 2017年我国食品饮料用主剂区域结构分析 30

图表 9 2010-2017年东北地区各产品盈利能力变化 30

图表 10 东北地区食品饮料用主剂CR5与CR10厂家市场销售份额 30

图表 11 2010-2017年东北地区各规格产品销售比例变化 31

图表 12 2010-2017年华北地区各规格产品盈利能力变化 31

图表 13 华北地区食品饮料用主剂CR5与CR10厂家市场销售份额 32

图表 14 2010-2017年华北地区各规格产品销售比例变化 32

图表 15 2010-2017年华东地区各规格产品盈利能力变化 33

图表 16 华东地区食品饮料用主剂CR5与CR10厂家市场销售份额 33

图表 17 2010-2017年华东地区各规格产品销售比例变化 34

图表 18 2010-2017年华中地区各规格产品盈利能力变化 34

图表 19 华中地区食品饮料用主剂CR5与CR10厂家市场销售份额 35

图表 20 2010-2017年华中地区各规格产品销售比例变化 35

图表 21 2010-2017年华东地区各规格产品盈利能力变化 36

图表 22 西北地区食品饮料用主剂CR5与CR10厂家市场销售份额 36

图表 23 2018-2024年食品饮料用主剂市场规模预测 37

图表 24 2014-2017年食品饮料用主剂产量增长率统计分析 39

图表 25 2010-2017年食品饮料用主剂历年消费量比统计分析 40

图表 26 2010-2017年食品饮料用主剂产品平均价格走势分析 41

图表 27 不同收入水平消费者偏好调查 42

图表 28 不同年龄的消费者偏好调查 43

图表 29 不同地区的消费者偏好调查 43

图表 30 消费者对食品饮料用主剂品牌认知度宏观调查 44

更多图表见正文……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/288692.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。