



艾凯咨询
ICAN Consulting

2007—2010年中国果菜汁及 果菜饮料行业投资价值决策咨询 及行业竞争力调查市场分析及发

一、调研说明

《2007—2010年中国果菜汁及果菜饮料行业投资价值决策咨询及行业竞争力调查市场分析》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/40597.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

近几年，我国果汁饮料产销量快速增长。2006年果汁饮料产量达到859.8万吨，比去年同期增长35.50%。2006年规模以上果汁饮料企业实现工业总产值308亿元，实现销售收入289亿元。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。

在中国经济快速发展及2008年奥运会的推动下，2008年果汁及蔬菜汁生产企业产销将继续保持增长的势头。未来在品牌建设将成为各大果汁及蔬菜汁生产企业的一个重点关注领域。

【目录】

第一部分 果菜汁及果菜饮料行业运行情况 8

第一章 中国果菜汁及果菜饮料行业企业概况 8

第一节 企业性质分析 9

第二节 企业规模分析 10

第三节 企业区域分布 11

第二章 2005-2007年中国果菜汁及果菜饮料行业生产情况 12

第一节 中国果菜汁及果菜饮料行业总产量	13
第二节 中国果菜汁及果菜饮料行业区域特征分析	14
第三节 不同规模企业产量	15
第三章 2005-2007年中国果菜汁及果菜饮料行业销售情况	16
第一节 中国都制品行业销售规模变动轨迹	17
第二节 中国果菜汁及果菜饮料区域特征分析	18
第三节 中国果菜汁及果菜饮料行业中不同规模企业销售额	19
第四章 果菜汁及果菜饮料进出口情况	20
第一节 果菜汁及果菜饮料进出口总量	21
第二节 果菜汁及果菜饮料进出口结构	22
第五章 果菜汁及果菜饮料细分产品产销情况	23
第一节 水果汁及果肉饮料	24
第二节 蔬菜汁及蔬菜饮料	25
第三节 其它型果菜汁及果菜饮料	26
第二部分 行业竞争情况分析	27
第六章 上游原料行业议价能力	27
第一节 上游原材料供应量	28
一、 2005-2007年果菜汁及果菜饮料主要原料产量	29
二、 主要原材料区域分布	30
三、 2005-2007年主要原材料进出口总量	31
第二节 原材料价格	32
一、 近年我国果菜汁及果菜饮料主要原料产品的价格变动趋势	33
二、 不同地区果菜汁及果菜饮料主要原料产品价格	34
第三节 原材料供应商议价能力	35
一、 中国果菜汁及果菜饮料主要原料产品的供求对比	36
二、 原材料行业与果菜汁及果菜饮料行业的议价能力	37
第七章 下游行业议价能力	38

第一节 果菜汁及果菜饮料消费总量分析	39
一、 2005-2007年果菜汁及果菜饮料消费总量	40
二、 重点地区消费量分析	41
三、 果菜汁及果菜饮料消费结构	42
第二节 果菜汁及果菜饮料消费影响因素	43
一、 产品质量因素	44
二、 产品价格因素	45
三、 渠道因素	46
四、 品牌因素	47
五、 包装因素	48
第三节 果菜汁及果菜饮料的主要渠道分析	49
一、 便利店	50
二、 批发商	51
三、 超市、大卖场	52
四、 出口贸易	53
第四节 下游议价能力综述（消费者、经销商）	54
第八章 果菜汁及果菜饮料市场厂商竞争分析	55
第一节 国内果菜汁及果菜饮料市场竞争主体	56
一、 中小果菜汁及果菜饮料加工企业	57
二、 果菜汁及果菜饮料加工集团	58
第二节 果菜汁及果菜饮料企业之间的竞争程度	59
一、 行业集中度	60
二、 产品差异化程度	61
三、 不同竞争主体的盈利对比	62
四、 重点地区果菜汁及果菜饮料竞争格局	63
五、 不同种类产品竞争格局	64
第三节 果菜汁及果菜饮料企业竞争因素分析	65
一、 原料采购与制造	66
二、 市场营销	67
三、 品牌竞争	68
第四节 果菜汁及果菜饮料企业竞争行为总结	69

第九章 果菜汁及果菜饮料潜在进入者威胁	70
第一节 果菜汁及果菜饮料行业进入壁垒	71
一、 市场准入机制	72
二、 市场竞争状况	73
三、 渠道资源问题	74
第二节 新进入者主要群体竞争力	75
一、 中小果菜汁及果菜饮料加工企业	76
二、 果菜汁及果菜饮料加工集团	77
第三节 新进入者将对市场的影响	78
一、 供求关系	79
二、 竞争激烈程度	80
第十章 果菜汁及果菜饮料替代产品的发展	81
第一节 果菜汁及果菜饮料的替代品发展	82
一、 茶饮料	83
二、 碳酸饮料	84
三、 纯净水	85
四、 固体饮料	86
第二节 替代品发展对果菜汁及果菜饮料市场的影响	87
第三节 针对替代品影响提出的改进策略	88
第三部分 行业内重点企业分析	89
第十一章 汇源	90
第一节 公司基本概况	90
一、 企业组织结构	90
二、 企业业务结构	91
三、 企业经营策略	92
第二节 公司经营情况	93
一、 2005-2007年公司产销情况	93
二、 公司财务指标分析	94
第三节 公司未来发展规划及发展前景分析	95

一、	企业发展战略规划	95
二、	企业发展前景	96
第十二章 农夫果园 97		
第一节 公司基本情况 97		
一、	企业组织结构	97
二、	企业业务结构	98
三、	企业经营策略	99
第二节 公司经营情况 100		
一、	2005-2007年公司产销情况	100
二、	公司财务指标分析	101
第三节 公司未来发展规划及发展前景分析 102		
一、	企业发展战略规划	102
二、	企业发展前景	103
第十三章 牵手 104		
第一节 公司基本情况 104		
一、	企业组织结构	104
二、	企业业务结构	105
三、	企业经营策略	106
第二节 公司经营情况 107		
一、	2005-2007年公司产销情况	107
二、	公司财务指标分析	108
第三节 公司未来发展规划及发展前景分析 109		
一、	企业发展战略规划	109
二、	企业发展前景	110
第十四章 统一 111		
第一节 公司基本情况 111		
一、	企业组织结构	111
二、	企业业务结构	112
三、	企业经营策略	113

第二节 公司经营情况	114
一、 2005-2007年公司产销情况	114
二、 公司财务指标分析	115
第三节 公司未来发展规划及发展前景分析	116
一、 企业发展战略规划	116
二、 企业发展前景	117
第十五章 康师傅	118
第一节 公司基本情况	118
一、 企业组织结构	118
二、 企业业务结构	119
三、 企业经验策略	120
第二节 公司经营情况	121
一、 2005-2007年公司产销情况	121
二、 公司财务指标分析	122
第三节 公司未来发展规划及发展前景分析	123
一、 企业发展战略规划	123
二、 企业发展前景	124
第十六章 娃哈哈	125
第一节 公司基本情况	125
一、 企业组织结构	125
二、 企业业务结构	126
三、 企业经营策略	127
第二节 公司经营情况	128
一、 2005-2007年公司产销情况	128
二、 公司财务指标分析	129
第三节 公司未来发展规划及发展前景分析	130
一、 企业发展战略规划	130
二、 企业发展前景	131
第十七章 椰树	132

第一节 公司基本情况	132
一、 企业组织结构	132
二、 企业业务结构	133
三、 企业经营策略	134
第二节 公司经营情况	135
一、 2005-2007年公司产销情况	135
二、 公司财务指标分析	136
第三节 公司未来发展规划及发展前景分析	137
一、 企业发展战略规划	137
二、 企业发展前景	138
第三部分 行业发展前景分析	139
第十八章 果菜汁及果菜饮料行业发展外部环境分析	140
第一节 中国果菜汁及果菜饮料所处的政策环境	141
一、 中国饮料行业“十一五”发展规划	142
二、 果蔬饮料标准建设	143
三、 中国果菜汁及果菜饮料贸易政策	144
第二节 中国果菜汁及果菜饮料行业所处的经济环境	145
一、 2008年中国经济走势	146
二、 居民食品消费支出	147
第十九章 果菜汁及果菜饮料行业发展趋势预测	148
第一节 果菜汁及果菜饮料市场预测	149
一、 2008-2010年中国果菜汁及果菜饮料生产规模预测	150
二、 2008-2010年中国果菜汁及果菜饮料销售规模预测	151
三、 果菜汁及果菜饮料产品结构预测	152
四、 2008-2010年果菜汁及果菜饮料贸易情况	153
第二节 果菜汁及果菜饮料行业发展趋势预测	154
一、 果菜汁及果菜饮料消费需求动向	155
二、 果菜汁及果菜饮料行业生命周期分析	156
三、 果菜汁及果菜饮料制造技术动向	157
四、 果菜汁及果菜饮料品牌发展趋势	158

五、 果菜汁及果菜饮料行业竞争趋势分析 159

第二十章 果菜汁及果菜饮料企业经营策略及报告总结 160

第一节 果菜汁及果菜饮料企业经营策略 161

一、 品牌策略 162

二、 营销策略 163

三、 产品策略 164

第二节 报告总结 165

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/40597.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提供投资咨询报告、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。