



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2008年中国果汁饮料市场研究预测报告

## 一、调研说明

《2008年中国果汁饮料市场研究预测报告》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/40617.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

### 第一部分 市场供给分析 1

#### 第一章 果汁定义及分类 2

##### 1.1果汁定义 2

##### 1.2果汁饮料定义 2

##### 1.3果汁饮料的分类 3

###### 1.3.1果汁 3

###### 1.3.2果浆 3

###### 1.3.3浓缩果浆 4

###### 1.3.4果肉饮料 4

###### 1.3.5果汁饮料 4

###### 1.3.6果粒果汁饮料 4

###### 1.3.7水果饮料浓浆 4

###### 1.3.8水果饮料 5

#### 第二章 全国果汁饮料市场现状 6

##### 2.1果汁饮料的销售情况分析 6

##### 2.2全国产品产量 6

#### 第三章 各地区市场现状 9

##### 3.1北京 9

###### 3.1.1质量情况分析 9

###### 3.1.2产品产量 9

###### 3.1.2.1数据统计 9

###### 3.1.2.2变化趋势分析 10

###### 3.1.2.32008产量预测 11

##### 3.2上海 11

###### 3.2.1质量情况分析 11

###### 3.2.2产品产量 11

- 3.2.2.1 数据统计 11
- 3.2.2.2 变化趋势分析 13
- 3.2.2.3 2008 产量预测 13
- 3.3 广东 13
  - 3.3.1 质量情况分析 13
  - 3.3.2 产品产量 13
    - 3.3.2.1 数据统计 13
    - 3.3.2.2 变化趋势分析 15
    - 3.3.2.3 2008 产量预测 15

## 第二部分 原料供应分析 16

### 第四章 2007 年饮料行业原料供应分析 17

- 4.1 2007 年水果市场形势分析 17
  - 4.1.1 生产与价格变化情况 17
  - 4.1.2 进出口贸易情况 18
  - 4.1.3 问题与建议 22
- 4.2 2007 年蔬菜市场形势分析 24
  - 4.2.1 生产与价格变化情况 24
  - 4.2.2 2007 年 1-6 月我国蔬菜出口态势 26
  - 4.2.3 问题与建议 28
- 4.3 我国食糖市场分析 31
  - 4.3.1 食糖产销形势分析 31
  - 4.3.2 2007 年食糖进口量和配额使用量分析 33
  - 4.3.3 我国食糖价格走势 35
  - 4.3.4 2006 糖价对我国食糖市场的影响 35
  - 4.3.5 2007 年 7 月糖料市场监测信息 38
    - 4.3.5.1 本榨季食糖产量创历史新高 38
    - 4.3.5.2 2007 年上半年我国食糖进口量小幅增长 38
    - 4.3.5.3 国内食糖市场供略大于求，糖价继续下跌 39
    - 4.3.5.4 全球食糖市场仍是供大于求，预计后期国际糖价仍在低位运行 39

## 第三部分 行业环境 41

第五章 2006-2007年中国饮料市场运行情况分析	42
5.1 2006-2007年运行情况分析	42
5.1.1 2006-2007中国饮料行业规模分析	42
5.1.1.1 行业产值规模变化及趋势分析	42
5.1.1.2 企业数量规模变化及趋势分析	42
5.1.1.3 行业销售规模变化及趋势分析	43
5.1.2 2006-2007饮料制造业行业评价指标统计分析	44
5.1.2.1 资本保值增值率变化及趋势分析	44
5.1.2.2 资本负债率变化及趋势分析	44
5.1.2.3 产值利税率变化及趋势分析	45
5.1.2.4 资金利润率变化及趋势分析	46
5.1.2.5 成本费用利润率变化及趋势分析	47
5.1.2.6 人均销售率变化及趋势分析	47
5.1.3 2006-2007饮料制造业企业单位数及利润分析	48
5.1.3.1 亏损企业单位数变化	48
5.1.3.2 亏损企业亏损总额变化	48
5.1.3.3 利润变化及趋势分析	49
5.1.4 2006-2007中国饮料制造业企业资产负债指标分析	49
5.1.4.1 流动资产平均余额变化	50
5.1.4.2 固定资产净值平均余额变化	50
5.1.4.3 资产变化及趋势	51
5.1.4.4 负债合计	51
5.1.5 2006-2007年中国饮料制造业企业成本费用变化趋势分析	52
5.1.5.1 产品销售成本	52
5.1.5.2 产品销售费用	52
5.1.5.3 产品销售税金及附加	52
5.2 中国饮料业发展规律及特点分析	53
5.3 2007饮料工业发展的新机遇	56

#### 第四部分 消费者 59

第六章 2006-2007饮料消费者分析	60
----------------------	----

## 第七章 2007年果汁饮料消费者分析 69

### 7.1 果汁饮料的消费心理 69

### 7.2 果汁饮料的消费偏好及行为 69

### 7.2 果汁饮料的消费者特征分析 70

## 图表目录

图表2-1 2006年1-12月果汁饮料行业产量统计 6

图表2-2 2006年各月我国果汁及果汁饮料产量分析 7

图表2-3 2007年1-8月果汁饮料行业产量统计 7

图表2-4 2007年各月我国果汁及果汁饮料产量分析 7

图表3-1 2006年1-12月北京市果汁饮料行业产量统计 9

图表3-2 2006年各月北京市果汁及果汁饮料产量分析 9

图表3-3 2007年1-8月北京市果汁饮料行业产量统计 10

图表3-4 2007年各月北京市果汁及果汁饮料产量分析 10

图表3-5 2008北京果汁饮料产量预测 11

图表3-6 2006年1-12月上海市果汁饮料行业产量统计 12

图表3-7 2006年各月上海市果汁及果汁饮料产量分析 12

图表3-8 2007年1-8月上海市果汁饮料行业产量统计 12

图表3-9 2007年各月上海市果汁及果汁饮料产量分析 12

图表3-10 2008上海果汁饮料产量预测 13

图表3-11 2006年1-12月广东省果汁饮料行业产量统计 13

图表3-12 2006年各月广东省果汁及果汁饮料产量分析 14

图表3-13 2007年1-8月广东省果汁饮料行业产量统计 14

图表3-14 2007年各月广东省果汁及果汁饮料产量分析 14

图表3-15 2008广东果汁饮料产量预测 15

图表4-1 2007年上半年水果批发价格(全国平均价) 18

图表4-2 2007年1-6月我国水果进出口分省情况 19

图表4-3 2007年1-6月我国水果出口情况 19

图表4-4 2007年1-6月我国水果出口分国别情况 20

图表4-5 2007年1-6月我国水果进口分国别情况 21

图表4-6 2007年1-6月我国与东盟水果贸易分国别情况 21

图表4-7 2004-2007年我国荔枝、蜜橘批发价格分析 22

图表4-8	2004-2007年我国甜橙、鸭梨批发价格分析	22
图表4-9	2004-2007年我国苹果批发价格分析	22
图表4-10	2004-2007年我国龙眼、芒果批发价格分析	23
图表4-11	2004-2007年我国香蕉、菠萝批发价格分析	23
图表4-12	2003-2007年我国蔬菜批发价格指数分析	25
图表4-13	2007年上半年蔬菜批发价格(全国平均价)	25
图表4-14	2007年1-6月蔬菜出口分品种情况	26
图表4-15	2007年1-6月我国蔬菜出口主要省区情况	27
图表4-16	2007年1-6月我国蔬菜出口分地区情况	28
图表4-17	2004-2007年我国土豆、胡萝卜批发价格情况	28
图表4-18	2004-2007年我国黄瓜、西红柿批发价格情况	29
图表4-19	2004-2007年我国大蒜、生姜批发价格情况	29
图表4-20	2004-2007年我国芹菜、豆角批发价格情况	30
图表4-21	2004-2007年我国青椒、葱头批发价格情况	30
图表4-22	截至2007年3月末本制糖期全国已累计产糖情况	31
图表4-23	截至2007年3月末本制糖期全国已累计销售食糖情况	31
图表4-24	2006-2007制糖期全国食糖产量及主产区产量情况	32
图表4-25	截至2007年8月末本制糖期全国已累计销售食糖情况	33
图表4-26	2007年1-8月我国进口食糖统计	33
图表4-27	2007年1-8月我国出口食糖统计	34
图表4-28	2007/08榨季全球食糖过剩量预测	34
图表4-29	2007/08榨季全球食糖消费量预测	35
图表4-30	2007/08榨季全球食糖产量预测	35
图表5-1	2005年1-12月饮料制造业生产总值统计	42
图表5-2	2006年1-12月饮料制造业生产总值统计	42
图表5-3	2007年1-8月饮料制造业生产总值统计	42
图表5-4	2003年-2006年饮料制造业企业单位数统计	42
图表5-5	2006年1-12月饮料制造业企业单位数统计	43
图表5-6	2007年1-8月饮料制造业企业单位数统计	43
图表5-7	2003年-2006年饮料制造业企业单位数量变化趋势图	43
图表5-8	2006年1-12月饮料制造业销售收入	43
图表5-9	2007年1-8月饮料制造业销售收入	44

图表5-10	2006年1-12月饮料制造业资本保值增值率	44
图表5-11	2007年1-8月饮料制造业资本保值增值率	44
图表5-12	2006年1-12月饮料制造业资本负债率	44
图表5-13	2005年1-12月饮料制造业资本负债率变化趋势图	44
图表5-14	2007年1-8月饮料制造业资本负债率	45
图表5-15	2006年1-12月饮料制造业产值利税率统计	45
图表5-16	2005年1-12月饮料制造业产值利税率变化趋势图	45
图表5-17	2007年1-8月饮料制造业产值利税率统计	46
图表5-18	2006年1-12月饮料制造业资金利税率统计	46
图表5-19	2005年1-12月饮料制造业资金利润率变化趋势图	46
图表5-20	2007年1-8月饮料制造业资金利税率统计	47
图表5-21	2006年1-12月饮料制造业成本费用利润率统计	47
图表5-22	2007年1-8月饮料制造业成本费用利润率统计	47
图表5-23	2006年1-12月饮料制造业人均销售率统计	48
图表5-24	2007年1-8月饮料制造业人均销售率统计	48
图表5-25	2005年1-12月饮料制造业亏损企业单位数变化趋势图	48
图表5-26	2006年1-12月饮料制造业亏损企业单位数量统计	48
图表5-27	2007年1-8月饮料制造业亏损企业单位数量统计	48
图表5-28	2006年1-12月饮料制造业累计亏损企业亏损总额	48
图表5-29	2005年1-12月饮料制造业累计亏损企业亏损趋势图	49
图表5-30	2007年1-8月饮料制造业累计亏损企业亏损总额	49
图表5-31	2006年1-12月饮料制造业利润总额	49
图表5-32	2007年1-8月饮料制造业利润总额	49
图表5-33	2005年1-12月饮料制造业累计流动资产平均余额趋势图	50
图表5-34	2006年1-12月饮料制造业累计流动资产平均余额统计	50
图表5-35	2007年1-8月饮料制造业累计流动资产平均余额统计	50
图表5-36	2006年1-12月饮料制造业累计固定资产净值平均余额统计	50
图表5-37	2005年1-12月饮料制造业累计固定资产净值平均余额趋势图	50
图表5-38	2007年1-8月饮料制造业累计固定资产净值平均余额统计	51
图表5-39	2006年1-12月饮料制造业累计固定资产统计	51
图表5-40	2007年1-8月饮料制造业累计固定资产统计	51
图表5-41	2006年1-12月饮料制造业累计负债统计	51



图表5-42	2007年1-8月饮料制造业累计负债统计	52
图表5-44	2007年1-8月饮料制造业产品销售成本统计	52
图表5-45	2006年1-12月饮料制造业产品销售费用统计	52
图表5-46	2007年1-8月饮料制造业累计产品销售费用	52
图表5-47	2006年1-12月饮料制造业产品销售税金及附加统计	53
图表5-48	2007年1-8月饮料制造业累计产品产品销售税金及附加统计	53
图表5-49	各类饮料我国人均消费量及占世界平均消费水平比例	54
图表6-1	2005-2006消费者夏季最喜欢的饮料类型	60
图表6-2	2005-2006消费者夏季饮料类型预测值与实际值对比	60
图表6-3	不同性别消费者最常购买的饮料的类型	60
图表6-4	夏季经常饮用的饮料比例	61
图表6-5	消费者购买饮料时最重视的因素	62
图表6-6	消费者最常购买饮料的地点	62
图表6-7	最吸引消费者的饮品概念	63
图表6-8	消费者对不同饮品的三大需求	63
图表6-9	消费者最常购买的十大品牌	64
图表6-10	2007夏季饮品消费预测	66
图表6-11	2007消费者对不同饮品的三大潜在需求	67
图表6-12	2007男女消费者需求的饮料类型	68

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/40617.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](http://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。