



艾凯咨询
ICAN Consulting

2006年中国果汁饮料市场市场分析及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2006年中国果汁饮料市场市场分析及发展趋势研究报告》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/40723.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

第一章 果汁饮料行业投资特性分析	25
1.1 果汁饮料的定义及分类	25
1.1.1 果汁饮料的定义	25
1.1.2 果汁饮料的分类	26
1.1.3 果汁饮料的生产引用的标准及要求	28
1.2 果汁饮料的产品市场特征与投资特性	31
1.2.1 果汁饮料产品与市场特征	31
1.2.2 中国市场果汁饮料品牌发展历程	33
1.2.3 果汁饮料市场进入门槛	33
1.3 2005果汁饮料行业集中度分析	37
1.3.1 2005果汁饮料行业企业集中度	37
1.3.2 2005果汁饮料行业地区集中度	40
1.4 2005年果汁饮料行业偿债能力分析	43
1.5 2005年果汁饮料行业盈利能力分析	43
第二章 果汁饮料市场现状分析	46
2.1 全球果汁饮料市场发展现状	46
2.1.1 国际果汁饮料市场现状	46
2.1.2 全球果汁饮料消费量飞速增长	48
2.1.3 中国将成为全球最大果汁供应国	49
2.2 美国果饮料市场分析	50
2.2.1 美国果饮料市场规模及预测	50
2.2.2 美国果饮料市场口味分布	52
2.2.3 美国果饮料市场主要品牌及占有率	54
2.3 英国果饮料市场分析	57
2.3.1 英国果饮料市场规模及预测	57
2.3.2 英国果饮料市场口味分布	59
2.3.3 英国果饮料市场主要品牌及占有率	60
2.4 法国果饮料市场分析	62
2.4.1 法国果饮料市场规模及预测	62

- 2.4.2 法国果饮料市场口味分布 64
- 2.4.3 法国果饮料市场主要品牌及占有率 66
- 2.5 日本果饮料市场分析 68
 - 2.5.1 日本果饮料市场规模及预测 68
 - 2.5.2 日本果饮料市场口味分布 70
 - 2.5.3 日本果饮料市场主要品牌及占有率 71
- 2.6 2005年中国果汁饮料市场分析 75
 - 2.6.1 2005年中国果汁饮料行业市场销售规模 75
 - 2.6.2 2005年中国果汁饮料企业排名 75
- 2.7 2005年中国果汁饮料市场重要资讯分析 77
 - 2.7.1 2005年果汁饮料企业投资动态 77
 - 2.7.2 2005年主要果汁饮料企业融资动态 78
 - 2.7.3 果汁饮料企业面临食糖价格上涨压力 80
 - 2.7.4 可口可乐在北京推出果汁饮料 80
 - 2.7.5 陕西省成为世界最大苹果浓缩果汁生产基地 81
 - 2.7.6 2005年中国苹果汁再被美国征反倾销税 81
- 2.8 中国果汁饮料进出口分析 82
 - 2.8.1 中国国产浓缩苹果汁出口占全球六成 82
 - 2.8.2 中国果汁出口面临的问题 83
 - 2.8.3 2001-2005年中国水果汁进出口统计 83
 - 2.8.4 2001-2005年中国蔬菜汁进出口统计 85
 - 2.8.5 2002-2005年中国苹果汁进出口统计 87
 - 2.8.6 2002-2005年中国橙汁进出口统计 89
 - 2.8.7 2002-2005年中国番茄汁进出口统计 90

第三章 中国果汁饮料市场供给分析 91

- 3.1 2002-2005年果汁及果汁饮料行业生产状况分析 91
- 3.2 2002-2005年中国果汁及果汁饮料区域产量统计数据 94
 - 一、华北地区 94
 - (一)、2002-2005年北京市果汁及果汁饮料产量统计 94
 - (二)、2002-2005年天津市果汁及果汁饮料产量统计 95
 - (三)、2002-2005年河北省果汁及果汁饮料产量统计 96

(四)、2002-2005年山西省果汁及果汁饮料产量统计 96

(五)、2002-2005年内蒙古果汁及果汁饮料产量统计 97

二、东北地区 98

(一)、2002-2005年黑龙江省果汁及果汁饮料产量统计 98

(二)、2002-2005年吉林省果汁及果汁饮料产量统计 98

(三)、2002-2005年辽宁省果汁及果汁饮料产量统计 99

三、华东地区 100

(一)、2002-2005年上海市果汁及果汁饮料产量统计 100

(二)、2002-2005年山东省果汁及果汁饮料产量统计 101

(三)、2002-2005年安徽省果汁及果汁饮料产量统计 101

(四)、2002-2005年浙江省果汁及果汁饮料产量统计 102

(五)、2002-2005年福建省果汁及果汁饮料产量统计 103

(六)、2002-2005年江苏省果汁及果汁饮料产量统计 103

(七)、2002-2005年江西省果汁及果汁饮料产量统计 104

四、华中地区 105

(一)、2002-2005年河南省果汁及果汁饮料产量统计 105

(二)、2002-2005年湖北省果汁及果汁饮料产量统计 105

(三)、2004-2005年湖南省果汁及果汁饮料产量统计 106

五、华南地区 107

(一)、2002-2005年广东省果汁及果汁饮料产量统计 107

(二)、2005年广西果汁及果汁饮料产量统计 108

(三)、2002-2005年海南省果汁及果汁饮料产量统计 108

六、西南地区 109

(一)、2002-2005年重庆市果汁及果汁饮料产量统计 109

(二)、2002-2005年四川省果汁及果汁饮料产量统计 110

(三)、2002-2005年云南省果汁及果汁饮料产量统计 110

(四)、2004-2005年贵州省果汁及果汁饮料产量统计 111

七、西北地区 112

(一)、2002-2005年陕西省果汁及果汁饮料产量统计 112

(二)、2002-2005年甘肃省果汁及果汁饮料产量统计 112

(三)、2002-2005年新疆果汁及果汁饮料产量统计 113

第四章 中国果汁饮料消费调查分析 116

4.1 北京果汁饮料消费调查分析 119

4.1.1 饮用和购买果汁饮料的频率 119

4.1.2 北京不同性别、年龄、收层消费者饮用果汁饮料的频率 120

4.1.3 北京消费者最常饮用的果汁饮料品牌 123

4.1.4 北京不同性别、年龄、收入层消费者饮用果汁饮料的品牌消费习惯 124

4.1.5 北京消费者选择果汁饮料考虑的因素分析 127

4.1.6 北京不同性别、年龄、收入层消费者最常饮用果汁饮料的包装形式 128

4.1.7 北京不同性别、年龄、收入层消费者最常饮用果汁饮料的场合 130

4.1.8 重度消费者分析 132

4.2 上海果汁饮料消费调查分析 137

4.2.1 饮用和购买果汁饮料的频率 137

4.2.2 上海不同性别、年龄、收层消费者饮用果汁饮料的频率 138

4.2.3 上海消费者最常饮用的果汁饮料品牌 141

4.2.4 上海不同性别、年龄、收入层消费者饮用果汁饮料的品牌消费习惯 142

4.2.5 上海消费者选择果汁饮料考虑的因素分析 146

4.2.6 上海不同性别、年龄、收入层消费者最常饮用果汁饮料的包装形式 147

4.2.7 上海不同性别、年龄、收入层消费者最常饮用果汁饮料的场合 149

4.2.8 重度消费者分析 151

4.3 广州果汁饮料消费调查分析 155

4.3.1 饮用和购买果汁饮料的频率 155

4.3.2 广州不同性别、年龄、收层消费者饮用果汁饮料的频率 156

4.3.3 广州消费者最常饮用的果汁饮料品牌 159

4.3.4 广州不同性别、年龄、收入层消费者饮用果汁饮料的品牌消费习惯 160

4.3.5 广州消费者选择果汁饮料考虑的因素分析 164

4.3.6 广州不同性别、年龄、收入层消费者最常饮用果汁饮料的包装形式 165

4.3.7 广州不同性别、年龄、收入层消费者最常饮用果汁饮料的场合 167

4.3.8 重度消费者分析 169

4.4 深圳果汁饮料消调查为分析 173

4.4.1 饮用和购买果汁饮料的频率 173

4.4.2 深圳不同性别、年龄、收层消费者饮用果汁饮料的频率 174

4.4.3 深圳消费者最常饮用的果汁饮料品牌 177

- 4.4.4 深圳不同性别、年龄、收入层消费者饮用果汁饮料的品牌消费习惯 178
- 4.4.5 深圳消费者选择果汁饮料考虑的因素分析 182
- 4.4.6 深圳不同性别、年龄、收入层消费者最常饮用果汁饮料的包装形式 183
- 4.4.7 深圳不同性别、年龄、收入层消费者最常饮用果汁饮料的场合 185
- 4.4.8 重度消费者分析 187
- 4.5 成都果汁饮料消费调查分析 191
 - 4.5.1 饮用和购买果汁饮料的频率 191
 - 4.5.2 成都不同性别、年龄、收入层消费者饮用果汁饮料的频率 192
 - 4.5.3 成都消费者最常饮用的果汁饮料品牌 195
 - 4.5.4 成都不同性别、年龄、收入层消费者饮用果汁饮料的品牌消费习惯 196
 - 4.5.5 成都消费者选择果汁饮料考虑的因素分析 200
 - 4.5.6 成都不同性别、年龄、收入层消费者最常饮用果汁饮料的包装形式 201
 - 4.5.7 成都不同性别、年龄、收入层消费者最常饮用果汁饮料的场合 203
 - 4.5.8 重度消费者分析 205
- 4.6 重庆果汁饮料消费调查分析 209
 - 4.6.1 饮用和购买果汁饮料的频率 209
 - 4.6.2 重庆不同性别、年龄、收入层消费者饮用果汁饮料的频率 210
 - 4.6.3 重庆消费者最常饮用的果汁饮料品牌 213
 - 4.6.4 重庆不同性别、年龄、收入层消费者饮用果汁饮料的品牌消费习惯 214
 - 4.6.5 重庆消费者选择果汁饮料考虑的因素分析 217
 - 4.6.6 重庆不同性别、年龄、收入层消费者最常饮用果汁饮料的包装形式 218
 - 4.6.7 重庆不同性别、年龄、收入层消费者最常饮用果汁饮料的场合 220
 - 4.6.8 重度消费者分析 222
- 4.7 武汉果汁饮料消费调查分析 226
 - 4.7.1 饮用和购买果汁饮料的频率 226
 - 4.7.2 武汉不同性别、年龄、收入层消费者饮用果汁饮料的频率 227
 - 4.7.3 武汉消费者最常饮用的果汁饮料品牌 230
 - 4.7.4 武汉不同性别、年龄、收入层消费者饮用果汁饮料的品牌消费习惯 231
 - 4.7.5 武汉消费者选择果汁饮料考虑的因素分析 234
 - 4.7.6 武汉不同性别、年龄、收入层消费者最常饮用果汁饮料的包装形式 236
 - 4.7.7 武汉不同性别、年龄、收入层消费者最常饮用果汁饮料的场合 238
 - 4.7.8 重度消费者分析 240

4.8	西安果汁饮料消费调查分析	244
4.8.1	饮用和购买果汁饮料的频率	244
4.8.2	西安不同性别、年龄、收层消费者饮用果汁饮料的频率	245
4.8.3	西安消费者最常饮用的果汁饮料品牌	248
4.8.4	西安不同性别、年龄、收入层消费者饮用果汁饮料的品牌消费习惯	249
4.8.5	西安消费者选择果汁饮料考虑的因素分析	252
4.8.6	西安不同性别、年龄、收入层消费者最常饮用果汁饮料的包装形式	253
4.8.7	西安不同性别、年龄、收入层消费者最常饮用果汁饮料的场合	255
4.8.8	重度消费者分析	257
4.9	沈阳果汁饮料消费调查分析	261
4.9.1	饮用和购买果汁饮料的频率	261
4.9.2	沈阳不同性别、年龄、收层消费者饮用果汁饮料的频率	262
4.9.3	沈阳消费者最常饮用的果汁饮料品牌	265
4.9.4	沈阳不同性别、年龄、收入层消费者饮用果汁饮料的品牌消费习惯	266
4.9.5	沈阳消费者选择果汁饮料考虑的因素分析	270
4.9.6	沈阳不同性别、年龄、收入层消费者最常饮用果汁饮料的包装形式	271
4.9.7	沈阳不同性别、年龄、收入层消费者最常饮用果汁饮料的场合	273
4.9.8	重度消费者分析	275
4.10	南京果汁饮料消费调查分析	279
4.10.1	饮用和购买果汁饮料的频率	279
4.10.2	南京不同性别、年龄、收层消费者饮用果汁饮料的频率	280
4.10.3	南京消费者最常饮用的果汁饮料品牌	283
4.10.4	南京不同性别、年龄、收入层消费者饮用果汁饮料的品牌消费习惯	284
4.10.5	南京消费者选择果汁饮料考虑的因素分析	287
4.10.6	不同性别、年龄、收入层消费者最常饮用果汁饮料的包装形式	288
4.10.7	南京不同性别、年龄、收入层消费者最常饮用果汁饮料的场合	290
4.10.8	重度消费者分析	291
	第五章 果汁饮料行业市场竞争分析	296
5.1	2006年饮料市场变化趋势	296
5.2	2004-2005年饮料区域市场竞争态势分析	299
5.3	果汁饮料市场品牌竞争分析	304

- 5.4 果汁饮料市场品牌市场占有率 306
- 5.5 纯果汁市场竞争趋势 308
 - 5.5.1 果汁厂商瞄准纯果汁 308
 - 5.5.2 纯果汁市场前景广阔 309
 - 5.5.3 纯果汁市场竞争趋势 310
- 5.6 浓缩苹果汁行业分析 310
 - 5.6.1 浓缩果汁的市场需求旺盛 311
 - 5.6.2 我国浓缩果汁竞争优势明显 311
 - 5.6.3 生产能力不断向优势企业集中 312
 - 5.6.4 外国浓缩果汁生产能力向我国转移 312
 - 5.6.5 我国浓缩果汁产业面临原料约束 313
- 5.7 2005年果汁饮料原料业--水果行业发展状况分析 313
 - 5.7.1 2005年我国水果生产与价格变化情况 313
 - 5.7.2 2005年我国水果进出口贸易情况 314

第六章 果汁饮料产业竞争者研究分析 317

- 6.1 中国碳酸饮料市场分析 317
 - 6.1.1 碳酸饮料市场发展概况 317
 - 6.1.2 碳酸饮料主要品种类型 318
 - 6.1.3 2003-2005年碳酸饮料行业生产状况 318
 - 6.1.4 2003-2005年碳酸饮料行业市场销售规模 320
 - 6.1.5 2003-2005年碳酸饮料行业偿债能力分析 321
 - 6.1.6 2003-2005年碳酸饮料行业盈利能力分析 321
 - 6.1.6 碳酸饮料市场竞争状况 322
 - 6.1.7 碳酸饮料市场的发展趋势 323
- 6.2 中国瓶装饮用水市场分析 324
 - 6.2.1 饮用水市场概况 324
 - 6.2.2 桶装水市场分析 324
 - 6.2.3 瓶装水的发展历程及其基本状况 329
 - 6.2.4 2003-2005年瓶装饮用水行业生产状况 331
 - 6.2.5 2003-2005年瓶装饮用水行业市场销售规模 332
 - 6.2.6 2003-2005年瓶装饮用水行业偿债能力分析 333

- 6.2.7 2003-2005年瓶装饮用水行业盈利能力分析 334
- 6.2.8 瓶装饮用水市场竞争分析 334
- 6.3 中国固体饮料市场分析 336
 - 6.3.1 固体饮料市场发展概况 336
 - 6.3.2 固体饮料主要品种类型 336
 - 6.3.3 2003-2005年固体饮料行业市场销售规模 336
 - 6.3.4 2003-2005年固体饮料行业偿债能力分析 338
 - 6.3.5 2003-2005年固体饮料行业盈利能力分析 338
 - 6.3.6 固体饮料市场竞争分析 338
- 6.4 中国含乳饮料及植物蛋白饮料市场分析 340
 - 6.4.1 含乳饮料市场发展概况 340
 - 6.4.2 植物蛋白饮料市场发展概况 340
 - 6.4.3 2003-2005年含乳饮料及植物蛋白饮料行业市场销售规模 341
 - 6.4.4 2003-2005年含乳饮料及植物蛋白饮料行业偿债能力分析 343
 - 6.4.5 2003-2005年含乳饮料及植物蛋白饮料行业盈利能力分析 343
- 6.5 中国茶饮料市场分析 344
 - 6.5.1 茶饮料定义及分类 344
 - 6.5.2 茶饮料市场发展概况 344
 - 6.5.3 2003-2005年茶饮料行业市场销售规模及获利状况分析 345
 - 6.5.4 2003-2005年茶饮料行业盈利能力分析 346
 - 6.5.5 2003-2005年茶饮料行业偿债能力分析 347
 - 6.5.6 茶饮料市场竞争分析 348
- 6.6 中国功能饮料市场分析 351
 - 6.6.1 全球功能饮料市场规模 351
 - 6.6.2 中国功能饮料市场规模及增长预测 352
 - 6.6.3 中国功能饮料消费状况 353
 - 6.6.4 中国功能饮料市场竞争状况 354
 - 6.6.5 2005年广州白云山和记黄埔主推功能饮料 355
 - 6.6.6 2008年奥运会将高速拉动功能饮料的发展 355

第七章 果汁饮料行业营销分析 356

- 7.1 销售渠道的基本模式 356

- 7.1.1 厂家直销 356
- 7.1.2 网络销售 357
- 7.1.4 农贸批发市场向周边自然辐射的模式 358
- 7.1.5 销售渠道的变化模式 359
- 7.2 果汁饮料企业超市渠道管理策略 360
- 7.3 果汁饮料企业餐饮渠道管理策略 362
- 7.4 果汁饮料企业竞争情报系统构建策略 366
 - 7.4.1 果汁饮料企业竞争情报系统组织网络建设策略 366
 - 7.4.2 果汁饮料企业竞争情报系统信息网络建设策略 366
 - 7.4.3 果汁饮料企业竞争情报系统人际网络建设策略 366

第八章 2005年度果汁饮料企业（部份）经营分析 367

（注：可据用户要求再加部份企业）

- 8.1 汇源集团 367
 - 8.1.1 汇源集团企业简介 367
 - 8.1.2 2005年度北京汇源食品饮料有限公司经营分析 371
 - 1、2005企业整体发展状况 371
 - 2、2005企业偿债能力分析 371
 - 3、2005企业盈利能力分析 371
 - 8.1.3 2005年度北京新源食品饮料有限公司经营分析 372
 - 1、2005企业整体发展状况 372
 - 2、2005企业偿债能力分析 372
 - 3、2005企业盈利能力分析 372
 - 8.1.4 2005年度汇源集团各分公司经营状况 373
- 8.2 统一集团 376
 - 8.2.1 统一果汁饮料基本情况介绍 376
 - 8.2.2 2005年度北京统一饮品有限公司经营状况分析 377
 - 1、2005企业整体发展状况 377
 - 2、2005企业偿债能力分析 377
 - 3、2005企业产品成本费用分析 377
 - 8.2.3 2005年度昆山统一企业食品有限公司经营状况分析 378
 - 1、2005企业整体发展状况 378

- 2、2005企业偿债能力分析 378
- 3、2005企业盈利能力分析 378
- 8.2.4 2005年度成都统一企业食品有限公司经营状况分析 379
 - 1、2005企业整体发展状况 379
 - 2、2005企业偿债能力分析 380
 - 3、2005企业盈利能力分析 380
- 8.2.5 2005年度武汉统一企业食品有限公司经营状况分析 380
 - 1、2005企业整体发展状况 380
 - 2、2005企业偿债能力分析 381
 - 3、2005企业盈利能力分析 381
- 8.3 康师傅 382
 - 8.3.1 康师傅果汁饮料基本情况介绍 382
 - 8.3.2 2005年度杭州顶津食品有限公司经营状况分析 382
 - 1、2005企业整体发展状况 382
 - 2、2005企业偿债能力分析 383
 - 3、2005企业产品成本费用分析 383
 - 8.3.3 2005年度西安顶津食品有限公司经营状况分析 383
 - 1、2005企业整体发展状况 383
 - 2、2005企业偿债能力分析 384
 - 3、2005企业产品成本费用分析 384
 - 8.3.4 2005年度福建顶津食品有限公司经营状况分析 384
 - 1、2005企业整体发展状况 384
 - 2、2005企业偿债能力分析 385
 - 3、2005企业产品成本费用分析 385
 - 8.3.5 2005年度重庆顶津食品有限公司经营状况分析 385
 - 1、2005企业整体发展状况 385
 - 2、2005企业偿债能力分析 386
 - 3、2005企业盈利能力分析 386
 - 8.3.6 2005年度昆明顶津食品有限公司经营状况分析 386
 - 1、2005企业整体发展状况 386
 - 2、2005企业偿债能力分析 386
 - 3、2005企业产品成本费用分析 387

8.4 娃哈哈	388
8.4.1 娃哈哈果汁饮料基本情况介绍	388
8.4.2 2005年度吉林市娃哈哈饮料有限公司经营状况分析	388
1、2005企业整体发展状况	388
2、2005企业偿债能力分析	388
3、2005企业盈利能力分析	389
8.4.3 2005年度杭州娃哈哈非常可乐饮料有限公司经营状况分析（集团内部果汁饮料产量最大）	389
1、2005企业整体发展状况	389
2、2005企业偿债能力分析	389
3、2005企业盈利能力分析	390
8.5 山东鲁菱果汁有限公司	390
8.5.1 企业基本情况简介	390
8.5.2 2005年度山东鲁菱果汁有限公司经营状况分析	390
1、2005企业整体发展状况	391
2、2005企业偿债能力分析	391
3、2005企业盈利能力分析	391
8.6 烟台北方安德利果汁有限公司	392
8.6.1 企业基本情况介绍	392
8.6.2 2005年度烟台北方安德利果汁有限公司经营状况分析	393
1、2005企业整体发展状况	393
2、2005企业偿债能力分析	394
3、2005企业盈利能力分析	394
8.7 陕西海升果业发展股份有限公司	394
8.7.1 企业基本情况介绍	394
8.7.2 2005年度陕西海升果业发展股份有限公司经营状况分析	395
1、2005企业整体发展状况	395
2、2005企业偿债能力分析	395
3、2005企业盈利能力分析	396
8.8 国投中鲁果汁股份有限公司	396
8.8.1 企业基本情况介绍	396
8.8.2 2005年度国投中鲁果汁股份有限公司经营状况分析	398

- 1、2005企业整体发展状况 398
- 2、2005企业偿债能力分析 398
- 3、2005企业产品成本费用分析 398
- 8.9 厦门银鹭食品有限公司 399
 - 8.9.1 企业基本情况介绍 399
 - 8.9.2 2005年度厦门银鹭食品有限公司经营状况分析 400
 - 1、2005企业整体发展状况 400
 - 2、2005企业偿债能力分析 401
 - 3 2005企业盈利能力分析 401
- 8.10 露露集团 402
 - 8.10.1 企业基本情况介绍 402
 - 8.10.1 2005年度汕头高新区露露南方有限公司经营状况分析（集团内果汁饮料产量最大） 403
 - 1、2005企业整体发展状况 403
 - 2、2005企业偿债能力分析 403
 - 3、2005企业盈利能力分析 404
- 8.11 三门峡湖滨果汁有限责任公司 404
 - 8.11.1 企业基本情况介绍 404
 - 8.11.2 2005年度三门峡湖滨果汁有限责任公司经营状况分析 405
 - 1、2005企业整体发展状况 405
 - 2、2005企业偿债能力分析 406
 - 3、2005企业盈利能力分析 406
- 8.12 北京顺鑫牵手有限责任公司 406
 - 8.12.1 企业基本情况介绍 406
 - 8.12.2 2005年度北京顺鑫牵手有限责任公司经营状况分析 409
 - 1、2005企业整体发展状况 409
 - 2、2005企业偿债能力分析 409
 - 3、2005企业产品成本费用分析 409
- 8.13 可口可乐装瓶商生产（东莞）有限公司 410
 - 8.13.1 企业基本情况介绍 410
 - 8.13.1 2005年度可口可乐装瓶商生产（东莞）有限公司经营状况分析 410
 - 1、2005企业整体发展状况 410
 - 2、2005企业偿债能力分析 411

3、2005企业产品成本费用分析 411

第九章 果汁饮料行业发展趋势预测 412

9.1 中国果汁饮料业SWOT分析 412

9.1.1 中国果汁饮料业发展存在的优势 412

9.1.2 中国果汁饮料业发展存在的劣势 413

9.1.3 中国果汁饮料业发展的机会分析 416

9.1.4 中国果汁饮料业发展面临的威胁 417

9.2 果汁饮料业发展的趋势 423

9.2.1 生产定位向两极化 423

9.2.2 产品开发向品牌、多样化 423

9.2.3 产品包装越来越人性化 424

9.2.4 企业定位向大型化方向发展 424

9.2.5 中国资本市场看好果汁行业前景 425

9.3 2006年及未来中国果汁饮料产品发展趋势预测 426

9.3.1 纯天然、高果汁含量的果汁饮料将成为必然发展方向 426

9.3.2 复合果汁及复合果蔬汁将成为未来发展热点 426

9.3.3 功能型果汁饮料的发展亦将成为未来的热点 426

9.3.4 果汁奶饮料发展潜力巨大 427

9.4 果汁饮料行业发展的建议 427

9.4.1 包装尺寸差异化 428

9.4.2 果汁含量差异化 428

9.4.3 果汁口味的差异化 428

9.5 2006年中宏观经济发展预测 428

9.5.1 2005年中国宏观经济发展状况 428

9.5.2 2006年我国的经济政策发展特点 431

9.5.3 2006年中国经济运行展望 433

9.6 2006年中国果汁饮料市场规模预测 435

9.6.1 中国果饮料零售市场规模及预测 436

9.6.2 中国果饮料市场口味分布 438

图表目录

- 图表 1 果汁饮料产品的感官要求一览表 21
- 图表 2 果汁饮料产品的理化要求 21
- 图表 3 果汁饮料企业果酱车间生产设备一览表 25
- 图表 4 果汁饮料企业饮料车间生产设备一览表 26
- 图表 5 果汁饮料企业果脯车间生产设备一览表 26
- 图表 6 果汁饮料企业浓缩车间生产设备一览表 27
- 图表 7 2005年规模以上果汁饮料企业总体状况 29
- 图表 8 2005年不同企业规模果汁饮料企业所占市场份额 29
- 图表 9 2005年不同企业规模果汁饮料企业利润分布情况 30
- 图表 10 2005年不同企业性质果汁饮料企业总体状况 30
- 图表 11 2005年不同企业性质果汁饮料企业所占市场份额比较 31
- 图表 12 2005年果汁饮料企业集中度对比图 31
- 图表 13 2005年各国各省区规模以上果汁饮料企业分布状况 32
- 图表 14 2005年全国各省区果汁饮料企业销售额分布及占全行业比重 33
- 图表 15 2005年果汁饮料行业前5省区销售排名 34
- 图表 16 2005年前五省区果汁饮料企业销售额占全行业销售比例 34
- 图表 17 2003-2005年果汁饮料行业资产负债状况 35
- 图表 18 2003-2005年果汁饮料行业偿债能力 35
- 图表 19 2005年不同企业规模的果汁饮料企业偿债能力对比图 35
- 图表 20 2003-2005年果汁饮料行业成本费用（单位：千元） 36
- 图表 21 2003-2005年果汁饮料行业盈利能力 36
- 图表 22 2005年不同企业规模的果汁饮料企业成本费用统计 36
- 图表 23 2005年不同企业规模的果汁饮料企业盈利能力对比图 36
- 图表 24 2005年主要中型果汁饮料企业盈利能力（前10名） 37
- 图表 25 1999-2004年美国果汁饮料市场规模（零售量） 42
- 图表 26 1999-2004年美国果汁饮料市场增长率（零售量） 42
- 图表 27 1999-2004年美国果汁饮料市场规模（零售额） 43
- 图表 28 1999-2004年美国果汁饮料市场增长率（零售额） 43
- 图表 29 2005-2009美国果汁饮料市场规模预测（零售量） 43
- 图表 30 2005-2009美国果汁饮料市场规模预测（零售额） 44
- 图表 31 美国果汁饮料市场100%果汁饮料各种味市场占有率 44
- 图表 32 美国果汁饮料市场果肉饮料各种味市场占有率 45

图表 33 美国果汁饮料市场果汁饮料各种味市场占有率 45

图表 34 美国果汁饮料市场果味饮料各种味市场占有率 46

图表 35 2001-2004年美国果汁饮料品牌市场占有率（零售量） 46

图表 36 2001-2004年美国果汁饮料品牌市场占有率（零售额） 47

图表 37 1999-2004年英国果汁饮料市场规模（零售量） 49

图表 38 1999-2004年英国果汁饮料市场增长率（零售量） 49

图表 39 1999-2004年英国果汁饮料市场规模（零售额） 49

图表 40 1999-2004年英国果汁饮料市场增长率（零售额） 50

图表 41 2005-2009英国果汁饮料市场规模预测（零售量） 50

图表 42 2005-2009英国果汁饮料市场规模预测（零售额） 51

图表 43 英国果汁饮料市场100%果汁饮料各种味市场占有率 51

图表 44 英国果汁饮料市场果肉饮料各种味市场占有率 51

图表 45 英国果汁饮料市场果汁饮料各种味市场占有率 52

图表 46 2001-2004年英国果汁饮料品牌市场占有率（零售量） 52

图表 47 2001-2004年英国果汁饮料品牌市场占有率（零售额） 53

图表 48 1999-2004年法国果汁饮料市场规模（零售量） 54

图表 49 1999-2004年法国果汁饮料市场增长率（零售量） 54

图表 50 1999-2004年法国果汁饮料市场规模（零售额） 55

图表 51 1999-2004年法国果汁饮料市场增长率（零售额） 55

图表 52 2005-2009法国果汁饮料市场规模预测（零售量） 56

图表 53 2005-2009法国果汁饮料市场规模预测（零售额） 56

图表 54 法国果汁饮料市场100%果汁饮料各种味市场占有率 56

图表 55 法国果汁饮料市场果肉饮料各种味市场占有率 57

图表 56 法国果汁饮料市场果汁饮料各种味市场占有率 57

图表 57 2001-2004年法国果汁饮料品牌市场占有率（零售量） 58

图表 58 2001-2004年法国果汁饮料品牌市场占有率（零售额） 58

图表 59 1999-2004年日本果汁饮料市场规模（零售量） 60

图表 60 1999-2004年日本果汁饮料市场增长率（零售量） 60

图表 61 1999-2004年日本果汁饮料市场规模（零售额） 61

图表 62 1999-2004年日本果汁饮料市场增长率（零售额） 61

图表 63 2005-2009日本果汁饮料市场规模预测（零售量） 61

图表 64 2005-2009日本果汁饮料市场规模预测（零售额） 62

图表 65 日本果汁饮料市场100%果汁饮料各种味市场占有率 62

图表 66 日本果汁饮料市场果肉饮料各种味市场占有率 63

图表 67 日本果汁饮料市场果汁饮料各种味市场占有率 63

图表 68 2001-2004年日本果汁饮料品牌市场占有率（零售量） 63

图表 69 2001-2004年日本果汁饮料品牌市场占有率（零售额） 65

图表 70 2003-2005果汁饮料行业销售规模及增长率 67

图表 71 2003-2005果汁饮料行业利润及增长率 67

图表 72 2005年中国果汁饮料企业产量前10名及占有情况 67

图表 73 2005年中国果汁饮料企业销售前10名及市场占有情况 68

图表 74 2005年中国果汁饮料企业利润前10名及占有情况 68

图表 75 2001-2005年中国水果汁出口数量统计及增长率 75

图表 76 2001-2005年中国水果汁出口金额统计及增长率 75

图表 77 2001-2005年中国水果汁出口趋势图 75

图表 78 2001-2005年中国水果汁进口数量统计及增长率 76

图表 79 2001-2005年中国水果汁进口金额统计及增长率 76

图表 80 2001-2005年中国水果汁进口趋势图 76

图表 81 2001-2005年中国蔬菜汁出口数量统计及增长率 77

图表 82 2001-2005年中国蔬菜汁出口金额统计及增长率 77

图表 83 2001-2005年中国蔬菜汁出口趋势图 77

图表 84 2001-2005年中国蔬菜汁进口数量统计及增长率 78

图表 85 2001-2005年中国蔬菜汁进口金额统计 78

图表 86 2001-2005年中国蔬菜汁进口趋势图 78

图表 87 2002-2005年中国苹果汁出口数量统计及增长率 79

图表 88 2002-2005年中国苹果汁出口金额统计及增长率 79

图表 89 2004年中国各省区苹果汁出口统计 79

图表 90 2005年中国各省区苹果汁出口统计 79

图表 91 2005年中国各省区苹果汁出口占比 80

图表 92 2005年中国苹果汁出口分国别统计 81

图表 93 2002-2005年中国橙汁出口数量统计及增长率 81

图表 94 2002-2005年中国橙汁出口数金额量统计及增长率 81

图表 95 2002-2005年中国冷冻橙汁出口数量及金额统计 82

图表 96 2002-2005年中国非冷冻橙汁(白利糖度值不超过20)出口数量及金额统计 82

图表 97 2002-2005年中国其他橙汁出口数量及金额统计 82

图表 98 2002-2005年中国番茄汁出口数量统计及增长率 82

图表 99 2002-2005年中国番茄汁出口数金额量统计及增长率 82

图表 100 2002-2005年果汁及果汁饮料产量及其增长率 84

图表 101 2002-2005年中国果汁及果汁饮料产量月度数据统计 84

图表 102 2002-2005年中国果汁及果汁饮料产量月度趋势图 84

图表 103 2005年中国果汁及果汁饮料产量月度趋势图 84

图表 104 2005年中国各大区果汁及果汁饮料产量所占比例统计 85

图表 105 2005年全国各省区瓶装饮用水产量及占全国比例 85

图表 106 2005年中国果汁及果汁饮料产量前5名省区排名 86

图表 107 2005年北京市果汁及果汁饮料产量月度统计 86

图表 108 2002-2005年北京市果汁及果汁饮料产量统计 87

图表 109 2005年天津市果汁及果汁饮料产量月度统计 87

图表 110 2002-2005年天津市果汁及果汁饮料产量统计 87

图表 111 2005年河北省果汁及果汁饮料产量月度统计 88

图表 112 2002-2005年河北省果汁及果汁饮料产量统计 88

图表 113 2005年山西省果汁及果汁饮料产量月度统计 88

图表 114 2002-2005年山西省果汁及果汁饮料产量统计 89

图表 115 2005年内蒙古果汁及果汁饮料产量月度统计 89

图表 116 2002-2005年内蒙古果汁及果汁饮料产量统计 89

图表 117 2005年黑龙江省果汁及果汁饮料产量月度统计 90

图表 118 2002-2005年黑龙江省果汁及果汁饮料产量统计 90

图表 119 2005年吉林省果汁及果汁饮料产量月度统计 90

图表 120 2002-2005年吉林省果汁及果汁饮料产量统计 91

图表 121 2005年辽宁省果汁及果汁饮料产量月度统计 91

图表 122 2002-2005年河北省果汁及果汁饮料产量统计 92

图表 123 2005年上海市果汁及果汁饮料产量月度统计 92

图表 124 2002-2005年上海市果汁及果汁饮料产量统计 92

图表 125 2005年山东省果汁及果汁饮料产量月度统计 93

图表 126 2002-2005年山东省果汁及果汁饮料产量统计 93

图表 127 2005年安徽省果汁及果汁饮料产量月度统计 93

图表 128 2002-2005年安徽省果汁及果汁饮料产量统计 94

图表 129 2005年浙江省果汁及果汁饮料产量月度统计 94
图表 130 2002-2005年浙江省果汁及果汁饮料产量统计 94
图表 131 2005年福建省果汁及果汁饮料产量月度统计 95
图表 132 2002-2005年福建省果汁及果汁饮料产量统计 95
图表 133 2005年江苏省果汁及果汁饮料产量月度统计 95
图表 134 2002-2005年江苏省果汁及果汁饮料产量统计 96
图表 135 2005年江西省果汁及果汁饮料产量月度统计 96
图表 136 2002-2005年江西省果汁及果汁饮料产量统计 96
图表 137 2005年河南省果汁及果汁饮料产量月度统计 97
图表 138 2002-2005年河南省果汁及果汁饮料产量统计 97
图表 139 2005年湖北省果汁及果汁饮料产量月度统计 98
图表 140 2002-2005年湖北省果汁及果汁饮料产量统计 98
图表 141 2005年湖南省果汁及果汁饮料产量月度统计 98
图表 142 2002-2005年湖南省果汁及果汁饮料产量统计 99
图表 143 2005年广东省果汁及果汁饮料产量月度统计 99
图表 144 2002-2005年广东省果汁及果汁饮料产量统计 99
图表 145 2005年广西果汁及果汁饮料产量月度统计 100
图表 146 2002-2005年广西果汁及果汁饮料产量统计 100
图表 147 2005年海南省果汁及果汁饮料产量月度统计 100
图表 148 2002-2005年海南省果汁及果汁饮料产量统计 101
图表 149 2005年重庆市果汁及果汁饮料产量月度统计 101
图表 150 2002-2005年重庆市果汁及果汁饮料产量统计 102
图表 151 2005年四川省果汁及果汁饮料产量月度统计 102
图表 152 2002-2005年四川省果汁及果汁饮料产量统计 102
图表 153 2005年云南省果汁及果汁饮料产量月度统计 102
图表 154 2002-2005年云南省果汁及果汁饮料产量统计 103
图表 155 2005年贵州省果汁及果汁饮料产量月度统计 103
图表 156 2002-2005年贵州省果汁及果汁饮料产量统计 104
图表 157 2005年陕西省果汁及果汁饮料产量月度统计 104
图表 158 2002-2005年陕西省果汁及果汁饮料产量统计 104
图表 159 2005年甘肃省果汁及果汁饮料产量月度统计 104
图表 160 2002-2005年甘肃省果汁及果汁饮料产量统计 105

图表 161 2005年新疆果汁及果汁饮料产量月度统计 105

图表 162 2002-2005年新疆果汁及果汁饮料产量统计 106

图表 163 北京消费者饮用果汁饮料频率的比例 111

图表 164 北京消费者购买果汁饮料的比例 111

图表 165 北京各年龄层消费者饮用果汁饮料的频率 112

图表 166 北京各收入层消费者饮用果汁饮料的频率 113

图表 167 北京消费者最常饮用的果汁饮料品牌排名 115

图表 168 北京各年龄层消费者的果汁饮料品牌消费习惯 116

图表 169 北京各收入层消费者的果汁饮料品牌消费习惯 117

图表 170 北京消费者果汁饮料理想品牌排名 118

图表 171 北京消费者选择果汁饮料考虑的因素 119

图表 172 北京各年龄层消费者最常饮用果汁饮料的包装形式 120

图表 173 北京各收入层消费者最常饮用果汁饮料的包装形式 121

图表 174 北京各年龄层消费者最常饮用果汁饮料的场合 122

图表 175 北京各收入层消费者最常饮用果汁饮料的场合 123

图表 176 北京不同性别果汁饮料重度消费者的年龄分布 124

图表 177 北京不同性别果汁饮料重度消费者的收入分布 126

图表 178 北京重度消费者选择果汁饮料考虑的因素 127

图表 179 北京重度消费者最常饮用果汁饮料的包装形式 128

图表 180 北京重度消费者最常饮用果汁饮料的场合 128

图表 181 上海消费者饮用果汁饮料频率的比例 129

图表 182 上海消费者购买果汁饮料的比例 129

图表 183 上海各年龄层消费者饮用果汁饮料的频率 130

图表 184 上海各收入层消费者饮用果汁饮料的频率 131

图表 185 上海消费者最常饮用的果汁饮料品牌排名 133

图表 186 上海各年龄层消费者的果汁饮料品牌消费习惯 134

图表 187 上海各收入层消费者的果汁饮料品牌消费习惯 135

图表 188 上海消费者果汁饮料理想品牌排名 136

图表 189 上海消费者选择果汁饮料考虑的因素 138

图表 190 上海各年龄层消费者最常饮用果汁饮料的包装形式 139

图表 191 上海各收入层消费者最常饮用果汁饮料的包装形式 140

图表 192 上海各年龄层消费者最常饮用果汁饮料的场合 141

图表 193 上海各收入层消费者最常饮用果汁饮料的场合 142

图表 194 上海不同性别果汁饮料重度消费者的年龄分布 143

图表 195 上海不同性别果汁饮料重度消费者的收入分布 144

图表 196 上海重度消费者选择果汁饮料考虑的因素 145

图表 197 上海重度消费者最常饮用果汁饮料的包装形式 146

图表 198 上海重度消费者最常饮用果汁饮料的场合 146

图表 199 广州消费者饮用果汁饮料频率的比例 147

图表 200 广州消费者购买果汁饮料的比例 147

图表 201 广州各年龄层消费者饮用果汁饮料的频率 148

图表 202 广州各收入层消费者饮用果汁饮料的频率 149

图表 203 广州消费者最常饮用的果汁饮料品牌排名 151

图表 204 广州各年龄层消费者的果汁饮料品牌消费习惯 152

图表 205 广州各收入层消费者的果汁饮料品牌消费习惯 153

图表 206 广州消费者果汁饮料理想品牌排名 154

图表 207 广州消费者选择果汁饮料考虑的因素 156

图表 208 广州各年龄层消费者最常饮用果汁饮料的包装形式 157

图表 209 广州各收入层消费者最常饮用果汁饮料的包装形式 158

图表 210 广州各年龄层消费者最常饮用果汁饮料的场合 159

图表 211 广州各收入层消费者最常饮用果汁饮料的场合 159

图表 212 广州不同性别果汁饮料重度消费者的年龄分布 161

图表 213 广州不同性别果汁饮料重度消费者的收入分布 162

图表 214 广州重度消费者选择果汁饮料考虑的因素 163

图表 215 广州重度消费者最常饮用果汁饮料的包装形式 164

图表 216 广州重度消费者最常饮用果汁饮料的场合 164

图表 217 深圳消费者饮用果汁饮料频率的比例 165

图表 218 深圳消费者购买果汁饮料的比例 165

图表 219 深圳各年龄层消费者饮用果汁饮料的频率 166

图表 220 深圳各收入层消费者饮用果汁饮料的频率 167

图表 221 深圳消费者最常饮用的果汁饮料品牌排名 169

图表 222 深圳各年龄层消费者的果汁饮料品牌消费习惯 170

图表 223 深圳各收入层消费者的果汁饮料品牌消费习惯 171

图表 224 深圳消费者果汁饮料理想品牌排名 172

图表 225 深圳消费者选择果汁饮料考虑的因素 174

图表 226 深圳各年龄层消费者最常饮用果汁饮料的包装形式 175

图表 227 深圳各收入层消费者最常饮用果汁饮料的包装形式 176

图表 228 深圳各年龄层消费者最常饮用果汁饮料的场合 177

图表 229 深圳各收入层消费者最常饮用果汁饮料的场合 178

图表 230 深圳不同性别果汁饮料重度消费者的年龄分布 179

图表 231 深圳不同性别果汁饮料重度消费者的收入分布 180

图表 232 深圳重度消费者选择果汁饮料考虑的因素 181

图表 233 深圳重度消费者最常饮用果汁饮料的包装形式 182

图表 234 深圳重度消费者最常饮用果汁饮料的场合 182

图表 235 成都消费者饮用果汁饮料频率的比例 183

图表 236 成都消费者购买果汁饮料的比例 184

图表 237 成都各年龄层消费者饮用果汁饮料的频率 184

图表 238 成都各收入层消费者饮用果汁饮料的频率 185

图表 239 成都消费者最常饮用的果汁饮料品牌排名 187

图表 240 成都各年龄层消费者的果汁饮料品牌消费习惯 188

图表 241 成都各收入层消费者的果汁饮料品牌消费习惯 189

图表 242 成都消费者果汁饮料理想品牌排名 190

图表 243 成都消费者选择果汁饮料考虑的因素 192

图表 244 成都各年龄层消费者最常饮用果汁饮料的包装形式 193

图表 245 成都各收入层消费者最常饮用果汁饮料的包装形式 194

图表 246 成都各年龄层消费者最常饮用果汁饮料的场合 195

图表 247 成都各收入层消费者最常饮用果汁饮料的场合 196

图表 248 成都不同性别果汁饮料重度消费者的年龄分布 197

图表 249 成都不同性别果汁饮料重度消费者的收入分布 198

图表 250 成都重度消费者选择果汁饮料考虑的因素 199

图表 251 成都重度消费者最常饮用果汁饮料的包装形式 200

图表 252 成都重度消费者最常饮用果汁饮料的场合 200

图表 253 重庆消费者饮用果汁饮料频率的比例 201

图表 254 重庆消费者购买果汁饮料的比例 201

图表 255 重庆各年龄层消费者饮用果汁饮料的频率 202

图表 256 重庆各收入层消费者饮用果汁饮料的频率 203

图表 257 重庆消费者最常饮用的果汁饮料品牌排名 205

图表 258 重庆各年龄层消费者的果汁饮料品牌消费习惯 206

图表 259 重庆各收入层消费者的果汁饮料品牌消费习惯 207

图表 260 重庆消费者果汁饮料理想品牌排名 208

图表 261 重庆消费者选择果汁饮料考虑的因素 209

图表 262 重庆各年龄层消费者最常饮用果汁饮料的包装形式 210

图表 263 重庆各收入层消费者最常饮用果汁饮料的包装形式 211

图表 264 重庆各年龄层消费者最常饮用果汁饮料的场合 212

图表 265 重庆各收入层消费者最常饮用果汁饮料的场合 213

图表 266 重庆不同性别果汁饮料重度消费者的年龄分布 214

图表 267 重庆不同性别果汁饮料重度消费者的收入分布 215

图表 268 重庆重度消费者选择果汁饮料考虑的因素 216

图表 269 重庆重度消费者最常饮用果汁饮料的包装形式 217

图表 270 重庆重度消费者最常饮用果汁饮料的场合 217

图表 271 武汉消费者饮用果汁饮料频率的比例 218

图表 272 武汉消费者购买果汁饮料的比例 218

图表 273 武汉各年龄层消费者饮用果汁饮料的频率 219

图表 274 武汉各收入层消费者饮用果汁饮料的频率 220

图表 275 武汉消费者最常饮用的果汁饮料品牌排名 222

图表 276 武汉各年龄层消费者的果汁饮料品牌消费习惯 223

图表 277 武汉各收入层消费者的果汁饮料品牌消费习惯 224

图表 278 武汉消费者果汁饮料理想品牌排名 225

图表 279 武汉消费者选择果汁饮料考虑的因素 226

图表 280 武汉各年龄层消费者最常饮用果汁饮料的包装形式 228

图表 281 武汉各收入层消费者最常饮用果汁饮料的包装形式 229

图表 282 武汉各年龄层消费者最常饮用果汁饮料的场合 230

图表 283 武汉各收入层消费者最常饮用果汁饮料的场合 231

图表 284 武汉不同性别果汁饮料重度消费者的年龄分布 232

图表 285 武汉不同性别果汁饮料重度消费者的收入分布 233

图表 286 武汉重度消费者选择果汁饮料考虑的因素 234

图表 287 武汉重度消费者最常饮用果汁饮料的包装形式 235

图表 288 武汉重度消费者最常饮用果汁饮料的场合 235

图表 289 西安消费者饮用果汁饮料频率的比例 236

图表 290 西安消费者购买果汁饮料的比例 236

图表 291 西安各年龄层消费者饮用果汁饮料的频率 237

图表 292 西安各收入层消费者饮用果汁饮料的频率 238

图表 293 西安消费者最常饮用的果汁饮料品牌排名 240

图表 294 西安各年龄层消费者的果汁饮料品牌消费习惯 241

图表 295 西安各收入层消费者的果汁饮料品牌消费习惯 242

图表 296 西安消费者果汁饮料理想品牌排名 243

图表 297 西安消费者选择果汁饮料考虑的因素 244

图表 298 西安各年龄层消费者最常饮用果汁饮料的包装形式 245

图表 299 西安各收入层消费者最常饮用果汁饮料的包装形式 246

图表 300 西安各年龄层消费者最常饮用果汁饮料的场合 247

图表 301 西安各收入层消费者最常饮用果汁饮料的场合 248

图表 302 西安不同性别果汁饮料重度消费者的年龄分布 249

图表 303 西安不同性别果汁饮料重度消费者的收入分布 250

图表 304 西安重度消费者选择果汁饮料考虑的因素 251

图表 305 西安重度消费者最常饮用果汁饮料的包装形式 252

图表 306 西安重度消费者最常饮用果汁饮料的场合 252

图表 307 沈阳消费者饮用果汁饮料频率的比例 253

图表 308 沈阳消费者购买果汁饮料的比例 253

图表 309 沈阳各年龄层消费者饮用果汁饮料的频率 254

图表 310 沈阳各收入层消费者饮用果汁饮料的频率 255

图表 311 沈阳消费者最常饮用的果汁饮料品牌排名 257

图表 312 沈阳各年龄层消费者的果汁饮料品牌消费习惯 258

图表 313 沈阳各收入层消费者的果汁饮料品牌消费习惯 259

图表 314 沈阳消费者果汁饮料理想品牌排名 260

图表 315 沈阳消费者选择果汁饮料考虑的因素 262

图表 316 沈阳各年龄层消费者最常饮用果汁饮料的包装形式 263

图表 317 沈阳各收入层消费者最常饮用果汁饮料的包装形式 264

图表 318 沈阳各年龄层消费者最常饮用果汁饮料的场合 265

图表 319 沈阳各收入层消费者最常饮用果汁饮料的场合 266

图表 320 沈阳不同性别果汁饮料重度消费者的年龄分布 267

图表 321 沈阳不同性别果汁饮料重度消费者的收入分布 268

图表 322 沈阳重度消费者选择果汁饮料考虑的因素 269

图表 323 沈阳重度消费者最常饮用果汁饮料的包装形式 270

图表 324 沈阳重度消费者最常饮用果汁饮料的场合 270

图表 325 南京消费者饮用果汁饮料频率的比例 271

图表 326 南京消费者购买果汁饮料的比例 271

图表 327 南京各年龄层消费者饮用果汁饮料的频率 272

图表 328 南京各收入层消费者饮用果汁饮料的频率 273

图表 329 南京消费者最常饮用的果汁饮料品牌排名 275

图表 330 南京各年龄层消费者的果汁饮料品牌消费习惯 276

图表 331 南京各收入层消费者的果汁饮料品牌消费习惯 276

图表 332 南京消费者果汁饮料理想品牌排名 277

图表 333 南京消费者选择果汁饮料考虑的因素 279

图表 334 南京各年龄层消费者最常饮用果汁饮料的包装形式 280

图表 335 南京各收入层消费者最常饮用果汁饮料的包装形式 281

图表 336 南京各年龄层消费者最常饮用果汁饮料的场合 282

图表 337 南京各收入层消费者最常饮用果汁饮料的场合 282

图表 338 南京不同性别果汁饮料重度消费者的年龄分布 283

图表 339 南京不同性别果汁饮料重度消费者的收入分布 284

图表 340 南京重度消费者选择果汁饮料考虑的因素 286

图表 341 南京重度消费者最常饮用果汁饮料的包装形式 286

图表 342 南京重度消费者最常饮用果汁饮料的场合 287

图表 343 2004年6月-2005年6月北京商超饮料销售前3品牌排名 291

图表 344 2004年6月-2005年6月广州商超饮料销售前3品牌排名 292

图表 345 2004年6月-2005年6月武汉商超饮料销售前3品牌排名 293

图表 346 2004年6月-2005年6月成都商超饮料销售前3品牌排名 293

图表 347 2004年6月-2005年6月西安商超饮料销售前3品牌排名 294

图表 348 2004年6月-2005年6月沈阳商超饮料销售前3品牌排名 295

图表 349 2000年果汁饮料品牌市场占有率 298

图表 350 2001年果汁饮料品牌市场占有率 298

图表 351 2002年果汁饮料品牌市场占有率 298

图表 352 2003年果汁饮料品牌市场占有率 299

图表 353 2004年果汁饮料品牌市场占有率 299

图表 354 2005年果汁饮料水品牌市场占有率 299

图表 355 2002-2005年中国水果产量统计及增长率 305

图表 356 2005年第四季度我国水果批发（平均）价格表 306

图表 357 2005年我国水果出口情况 306

图表 358 2005年我国水果出口分省市情况 307

图表 359 2005年我国水果出口分国别情况 307

图表 360 2005年我国水果进口国来源情况 308

图表 361 2005年我国与东盟水果贸易进口情况 308

图表 362 2003-2005年碳酸饮料产量及其增长率 310

图表 363 2005年全国各省区碳酸饮料产量及所占比重 310

图表 364 2005年中国碳酸饮料企业产量前10名及占有情况 311

图表 365 2003-2005碳酸饮料行业销售规模及增长率 312

图表 366 2005年中国碳酸饮料企业销售前10名及市场占有情况 312

图表 367 2003-2005碳酸饮料行业利润及增长率 312

图表 368 2005年中国碳酸饮料企业利润前10名及占有情况 312

图表 369 2003-2005年碳酸饮料行业资产负债状况 313

图表 370 2003-2005年碳酸饮料行业偿债能力 313

图表 371 2003-2005年碳酸饮料行业成本费用（单位：千元） 313

图表 372 2003-2005年碳酸饮料行业盈利能力 313

图表 373 2004年碳酸饮料品牌市场占有率 314

图表 374 2005年碳酸饮料品牌市场占有率 314

图表 375 2003-2005年瓶装饮用水产量及其增长率 323

图表 376 2005年全国各省区瓶装饮用水产量及占全国比重 323

图表 377 2005年瓶装饮用水企业产量前10名及占比 324

图表 378 2003-2005瓶装饮用水行业销售规模及增长率 324

图表 379 2005年瓶装饮用水企业销售前10名 324

图表 380 2003-2005果汁饮料行业利润及增长率 325

图表 381 2005年瓶装饮用水企业利润前10名 325

图表 382 2003-2005年瓶装饮用水行业资产负债状况 325

图表 383 2003-2005年瓶装饮用水行业偿债能力 326

图表 384 2003-2005年瓶装饮用水行业成本费用（单位：千元） 326

图表 385 2003-2005年瓶装饮用水行业盈利能力 326

图表 386 2004瓶装饮用水品牌市场占有率 327

图表 387 2005年瓶装饮用水品牌市场占有率 327

图表 388 2003-2005年固体饮料行业销售规模及增长率 329

图表 389 2005年固体饮料行业前10名企业销售排名 329

图表 390 2003-2005固体饮料行业利润及增长率 329

图表 391 2005年固体饮料行业利润前10名企业排名 329

图表 392 2003-2005年固体饮料行业资产负债状况 330

图表 393 2003-2005年固体饮料行业偿债能力 330

图表 394 2003-2005年固体饮料行业成本费用（单位：千元） 330

图表 395 2003-2005年固体饮料行业盈利能力 330

图表 396 2004年中国固体饮料品牌市场占有率 331

图表 397 2003-2005年含乳饮料及植物蛋白饮料行业销售规模及增长率 334

图表 398 2005年含乳饮料及植物蛋白饮料行业前10名企业销售排名 334

图表 399 2003-2005年含乳饮料及植物蛋白饮料行业利润及增长率 334

图表 400 2005年含乳饮料及植物蛋白饮料行业利润前10企业排名 334

图表 401 2003-2005年含乳饮料及植物蛋白饮料行业资产负债状况 335

图表 402 2003-2005年含乳饮料及植物蛋白饮料行业偿债能力 335

图表 403 2003-2005年含乳饮料及植物蛋白饮料行业成本费用（单位：千元） 335

图表 404 2003-2005年含乳饮料及植物蛋白饮料行业盈利能力 335

图表 405 2003-2005年茶饮料行业销售规模 337

图表 406 2003-2005年茶饮料行业利润总额统计 337

图表 407 2005年茶饮料企业销售前15名企业排名 337

图表 408 2005年茶饮料企业利润前10名企业排名 338

图表 409 2003-2005年茶饮料行业成本费用状况 339

图表 410 2003-2005年茶饮料企业盈利能力 339

图表 411 2005年不同企业规模茶饮料企业成本费用 339

图表 412 2003-2005年茶饮料行业资产负债统计 339

图表 413 2003-2005年茶饮料行业偿债能力 340

图表 414 1999-2004年中国功能饮料销量统计 344

图表 415 1999-2004年中国功能饮料市场零售规模统计 344

图表 416 2005-2009年中国功能饮料市场销量预测 345

图表 417 2005-2009年中国功能饮料市场零售规模预测 345

图表 418 2004年中国功能饮料品牌市场占有率 346

图表 419 厂家直销销售渠道示意图 348

图表 420 饮料企业网络销售渠道示意图 349

图表 421 平台式销售渠道示意图 350

图表 422 农批市场销售渠道模式示意图 350

图表 423 2003-2005年北京汇源食品饮料有限公司销售规模及增长率 363

图表 424 2003-2005年北京汇源食品饮料有限公司资产负债状况 363

图表 425 2003-2005年北京汇源食品饮料有限公司偿债能力 363

图表 426 2003-2005年北京汇源食品饮料有限公司成本费用 363

图表 427 2003-2005年北京汇源食品饮料有限公司盈利能力变化趋势 364

图表 428 2004-2005年北京新源食品饮料有限公司经营状况 364

图表 429 2004-2005年北京新源食品饮料有限公司资产负债状况 364

图表 430 2004-2005年北京新源食品饮料有限公司资产负债率 364

图表 431 2004-2005年北京新源食品饮料有限公司成本费用 364

图表 432 2004-2005年北京新源食品饮料有限公司盈利能力 364

图表 433 2004-2005汇源集团部份分公司资产负债统计 365

图表 434 2004-2005汇源果汁及果汁饮料产量统计 365

图表 435 2004-2005汇源集团部份分公司果汁及销售统计 366

图表 436 2005汇源集团部份分公司企业产品成本费用统计 366

图表 437 2005汇源集团部份分公司盈利能力比较 367

图表 438 2005统一果汁及果汁饮料产量及增长率 368

图表 439 2003-2005年北京统一饮品有限公司经营状况 369

图表 440 2003-2005年北京统一饮品有限公司偿债能力 369

图表 441 2003-2005年北京统一饮品有限公司偿债能力 369

图表 442 2003-2005年北京统一饮品有限公司成本费用 369

图表 443 2003-2005年北京统一饮品有限公司盈利能力 370

图表 444 2003-2005年昆山统一企业食品有限公司经营状况 370

图表 445 2003-2005年昆山统一企业食品有限公司资产负债状况 370

图表 446 2003-2005年昆山统一企业食品有限公司偿债能力 370

图表 447 2003-2005年昆山统一企业食品有限公司成本费用 370

图表 448 2003-2005年昆山统一企业食品有限公司盈利能力 371

图表 449 2003-2005年成都统一企业食品有限公司经营状况 371

图表 450 2003-2005年成都统一企业食品有限公司资产负债状况 372

图表 451 2003-2005年成都统一企业食品有限公司偿债能力 372

图表 452 2003-2005年成都统一企业食品有限公司成本费用 372

图表 453 2003-2005年成都统一企业食品有限公司盈利能力 372

图表 454 2003-2005年武汉统一企业食品有限公司经营状况 372

图表 455 2003-2005年武汉统一企业食品有限公司资产负债状况 373

图表 456 2003-2005年武汉统一企业食品有限公司偿债能力 373

图表 457 2003-2005年武汉统一企业食品有限公司成本费用 373

图表 458 2003-2005年武汉统一企业食品有限公司盈利能力 373

图表 459 2005康师傅果汁及果汁饮料产量及增长率 374

图表 460 2003-2005年杭州顶津食品有限公司经营状况 374

图表 461 2003-2005年杭州顶津食品有限公司资产负债状况 375

图表 462 2003-2005年杭州顶津食品有限公司偿债能力 375

图表 463 2003-2005年杭州顶津食品有限公司成本费用 375

图表 464 2003-2005年杭州顶津食品有限公司盈利能力 375

图表 465 2003-2005年西安顶津食品有限公司经营状况 375

图表 466 2003-2005年西安顶津食品有限公司资产负债状况 376

图表 467 2003-2005年西安顶津食品有限公司偿债能力 376

图表 468 2003-2005年西安顶津食品有限公司成本费用 376

图表 469 2003-2005年西安顶津食品有限公司盈利能力 376

图表 470 2003-2005年福建顶津食品有限公司经营状况 376

图表 471 2003-2005年福建顶津食品有限公司资产负债状况 377

图表 472 2003-2005年福建顶津食品有限公司偿债能力 377

图表 473 2003-2005年福建顶津食品有限公司成本费用 377

图表 474 2003-2005年福建顶津食品有限公司盈利能力 377

图表 475 2003-2005年重庆顶津食品有限公司经营状况 377

图表 476 2003-2005年重庆顶津食品有限公司资产负债状况 378

图表 477 2003-2005年重庆顶津食品有限公司偿债能力 378

图表 478 2003-2005年重庆顶津食品有限公司成本费用 378

图表 479 2003-2005年重庆顶津食品有限公司成本费用利润率 378

图表 480 2003-2005年昆明顶津食品有限公司经营状况 378

图表 481 2003-2005年昆明顶津食品有限公司资产负债状况 378

图表 482 2003-2005年昆明顶津食品有限公司偿债能力 379

图表 483 2003-2005年昆明顶津食品有限公司成本费用 379

图表 484 2003-2005年昆明顶津食品有限公司盈利能力 379

图表 485 2005年娃哈哈果汁及果汁饮料产量及增长率 380

图表 486 2003-2005年吉林市娃哈哈饮料有限公司销售及增长率 380

图表 487 2003-2005年吉林市娃哈哈饮料有限公司资产负债状况 380

图表 488 2003-2005年吉林市娃哈哈饮料有限公司偿债能力 381

图表 489 2003-2005年吉林市娃哈哈饮料有限公司成本费用 381

图表 490 2003-2005年吉林市娃哈哈饮料有限公司盈利能力 381

图表 491 2004-2005年杭州娃哈哈非常可乐饮料有限公司销售统计及增长率 381

图表 492 2004-2005年杭州娃哈哈非常可乐饮料有限公司资产负债状况 381

图表 493 2004-2005年杭州娃哈哈非常可乐饮料有限公司偿债能力 382

图表 494 2004-2005年杭州娃哈哈非常可乐饮料有限公司成本费用 382

图表 495 2004-2005年杭州娃哈哈非常可乐饮料有限公司盈利能力 382

图表 496 2003-2005年山东鲁菱果汁有限公司销售统计及增长率 383

图表 497 2003-2005年山东鲁菱果汁有限公司资产负债状况 383

图表 498 2003-2005年山东鲁菱果汁有限公司偿债能力 383

图表 499 2003-2005年山东鲁菱果汁有限公司成本费用 383

图表 500 2003-2005年山东鲁菱果汁有限公司盈利能力 383

图表 501 2003-3005年烟台北方安德利果汁有限公司销售统计及增长率 385

图表 502 2005年烟台北方安德利各分公司果汁饮料产量合计 385

图表 503 2005年烟台北方安德利各分公司销售合计 385

图表 504 2005年烟台北方安德利各分公司利润合计 385

图表 505 2003-3005年烟台北方安德利果汁有限公司资产负债状况 386

图表 506 2003-3005年烟台北方安德利果汁有限公司偿债能力 386

图表 507 2003-2005年烟台北方安德利果汁有限公司成本费用 386

图表 508 2003-2005年烟台北方安德利果汁有限公司盈利能力 386

图表 509 2003-3005年陕西海升果业发展股份有限公司销售统计及增长率 387

图表 510 2005年陕西海升果汁及果汁饮料产量及增长率 387

图表 511 2003-2005年陕西海升果业发展股份有限公司资产负债状况 387

图表 512 2003-2005年陕西海升果业发展股份有限公司偿债能力 387

图表 513 2003-2005年陕西海升果业发展股份

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/40723.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。