

2016-2022年中国果汁饮料市场需求及投资前景分析报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2016-2022年中国果汁饮料市场需求及投资前景分析报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/186642.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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、报告目录及图表目录

果汁，指以新鲜或冷藏水果为原料，经加工制得的果汁液制品，以及在果汁或浓缩果汁中加入水、糖液、酸味剂等，经调制而成的可直接饮用的饮品（果汁含量不低于10%）。根据国家统计局制定的《国民经济行业分类与代码》，中国把果汁归入饮料制造业（国统局代码15）中的软饮料制造（C153），其统计4级码为C1533。

果汁（浆）及果汁饮料（品）类。它的定义为用新鲜或冷藏水果为原料，经加工制成的制品。果汁（浆）及果汁饮料（品）类也可以细分为果汁、果浆、浓缩果浆、果肉饮料、果汁饮料、果粒果汁饮料、水果饮料浓浆、水果饮料等9种类型，其大都采用打浆工艺将水果或水果的可食部分加工制成未发酵但能发酵的浆液或在浓缩果浆中加入果浆在浓缩时失去的天然水分等量的水，制成的具有原水果果肉的色泽、风味和可溶性固形物含量的制品。

果汁饮料是指从新鲜水果榨汁而成的一种饮料。各种不同水果的果汁含有不同的维生素等营养，而被视为是一种对健康有益的饮料，但其缺乏水果所有的纤维素和过高的糖分有时被视为其缺点。

根据国家统计局数据：截至2014年我国果汁饮料行业规模以上企业数量为504家。2014年我国果汁饮料行业规模以上企业分省市分布（家） 省份 规模以上企业数量 北京市 14 天津市 7 河北省 19 山西省 21 内蒙古自治区 14 辽宁省 29 吉林省 14 黑龙江省 11 上海市 2 江苏省 16 浙江省 17 安徽省 12 福建省 21 江西省 8 山东省 48 河南省 53 湖北省 24 湖南省 26 广东省 24 广西壮族自治区 9 海南省 2 重庆市 6 四川省 34 贵州省 2 云南省 9 陕西省 39 甘肃省 10 青海省 2 宁夏回族自治区 6 新疆维吾尔自治区 5 资料来源：艾凯咨询网整理 2009-2014年中国果汁饮料产品生产产量统计 年份 产量（吨） 同比（%） 2009年 14,476,084.86 -- 2010年 17,621,707.54 21.73% 2011年 19,202,366.36 8.97% 2012年 22,291,686.44 16.09% 2013年 25,363,044.50 13.78% 2014年 29,517,273.78 16.38% 资料来源：艾凯咨询网整理 从2014年饮料产品结构来看，过去中国着重调整软饮料产品结构，降低碳酸饮料的比例。软饮料行业重点发展果蔬汁饮料、植物蛋白饮料和茶饮料等产品，适度发展瓶（罐）装饮用矿泉水，逐步降低可乐等碳酸类饮料的发展。在利好政策的推动下，软饮料行业已经步入框架结构重构时期，在未来3到5年，功能饮料、果汁饮料、茶饮料等健康饮料将组成框架结构的主体。

2014年饮料行业市场销售结构 资料来源：艾凯咨询网整理

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告揭示了果汁饮料行业市场潜在需求与市场机会，报告对果汁饮料行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国果汁饮料行业发展前景预测。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。

报告目录：

第一章 果汁饮料行业投资特性分析1

1.1 果汁饮料的定义及分类1

1.1.1 果汁饮料的定义1

1.1.2 果汁饮料的分类1

1.1.3 果汁饮料的生产引用的标准及要求3

1.2 果汁饮料的产品市场特征与投资特性8

1.2.1 果汁饮料产品与市场特征8

1.2.2 中国市场果汁饮料品牌发展历程10

1.2.3 果汁饮料市场进入门槛10

1.3 2015果汁饮料行业集中度分析10

1.3.1 2015果汁饮料行业企业集中度10

1.3.2 2015果汁饮料行业地区集中度12

1.4 2015年果汁饮料行业偿债能力分析14

1.5 2015年果汁饮料行业盈利能力分析14

第二章 果汁饮料市场现状分析15

2.1 全球果汁饮料市场发展现状15

2.1.1 国际果汁饮料市场现状15

2.1.2 2015年全球果汁饮料消费量23

2.1.3 中国将成为全球最大果汁供应国25

2.2 美国果汁饮料市场分析27

2.2.1 美国果汁饮料市场规模及预测27

2.2.2 美国果汁饮料市场口味分布28

2.2.3 美国果汁饮料市场主要品牌及占有率28

2.3 英国果汁饮料市场分析29

2.3.1 英国果汁饮料市场规模及预测29

2.3.2 英国果汁饮料市场口味分布31

2.3.3 英国果汁饮料市场主要品牌及占有率32

2.4 法国果汁饮料市场分析32

2.4.1 法国果汁饮料市场规模及预测32

2.4.2 法国果汁饮料市场口味分布35

2.4.3 法国果汁饮料市场主要品牌及占有率36

2.5 日本果汁饮料市场分析36

2.5.1 日本果汁饮料市场规模及预测	36
2.5.2 日本果汁饮料市场口味分布	38
2.5.3 日本果汁饮料市场主要品牌及占有率	39
2.6 2015年中国果汁饮料行业市场分析	40
2.6.1 2015年中国果汁饮料行业发展现状分析	40
2.6.2 2015年中国果汁饮料行业市场销售及利润规模	43
2.6.3 2015年中国果汁饮料企业排名	43
2.7 2012-2015年中国果汁饮料市场重要资讯分析	44
2.7.1 2015年主要饮料厂商新产品分析	44
2.7.2 2012-2015年果汁饮料行业重要资讯	45
2.8 2009-2015年中国果汁饮料进出口分析	46
2.8.1 中国浓缩苹果汁产品国际贸易市场份额分析	46
2.8.2 中国果汁出口面临的问题	54
2.8.3 2009-2015年中国水果汁进出口统计	56
2.8.4 2009-2015年中国蔬菜汁进出口统计	64
2.8.5 2009-2015年中国苹果汁进出口统计	65
2.8.6 2009-2015年中国橙汁进出口统计	66
2.8.7 2009-2015年中国番茄汁进出口统计	69
第三章 2014-2015年中国果汁饮料供给分析	70
3.1 2009-2015年中国果汁饮料产品生产情况	70
3.2 2009-2015年中国果汁饮料区域产量统计	70
3.2.1 华北地区	70
3.2.1.1 2009-2015年北京市果汁饮料产量统计	70
3.2.1.2 2009-2015年天津市果汁饮料产量统计	71
3.2.1.3 2009-2015年河北省果汁饮料产量统计	71
3.2.1.4 2009-2015年山西省果汁饮料产量统计	72
3.2.1.5 2009-2015年内蒙古区果汁饮料产量统计	72
3.2.2 东北地区	73
3.2.2.1 2009-2015年辽宁省果汁饮料产量统计	73
3.2.2.2 2009-2015年吉林省果汁饮料产量统计	73
3.2.2.3 2009-2015年黑龙江省果汁饮料产量统计	74
3.2.3 华东地区	74
3.2.3.1 2009-2015年上海市果汁饮料产量统计	74
3.2.3.2 2009-2015年江苏省果汁饮料产量统计	75
3.2.3.3 2009-2015年浙江省果汁饮料产量统计	75

0.7% 1.0% 8.6% 8.4% 3.5% 2.5% 3.3% 71.9% 24岁以下 676 2.8% 1.2% 13.8% 8.4%
 3.7% 4.4% 1.6% 64.1% 25-34岁 856 0.0% 0.0% 4.6% 12.3% 2.9% 2.8% 7.1% 70.3%
 35-44岁 838 0.0% 1.4% 10.0% 6.4% 5.6% 0.8% 1.6% 74.1% 45-54岁 586 0.7% 1.9%
 6.7% 5.6% 2.7% 1.9% 2.2% 78.3% 55岁以上 249 0.0% 0.0% 8.8% 8.4% 0.0% 3.6% 2.8%
 76.3% 女性 2808 0.7% 4.7% 11.7% 11.7% 5.2% 2.8% 2.6% 60.6% 24岁以下 574 1.2%
 5.4% 19.9% 8.0% 1.7% 3.7% 7.5% 52.6% 25-34岁 700 0.0% 9.3% 13.1% 14.4% 7.9%
 2.1% 1.9% 51.3% 35-44岁 713 1.3% 2.8% 10.9% 10.2% 7.4% 5.0% 1.7% 60.6% 45-54岁
 531 0.9% 2.3% 5.8% 14.3% 4.1% 1.3% 0.4% 70.8% 55岁以上 290 0.0% 1.0% 4.5%
 11.0% 2.1% 0.0% 0.7% 80.7% 资料来源：艾凯咨询网整理
 北京不同性别收入消费者饮用果汁饮料的频率 收入 人数（人） 天天吃 一周3次或以上
 一周1-2次 一个月2-3次 一个月1次或以下 二个月1次 三个月1次或以下 没吃过 北京 5922
 0.5 2.7 10.2 10.0 4.4 2.7 2.6 66.8 男性 3125 0.4 1.0 8.9 8.5 3.6 2.6 2.7 72.3 无收入者 540
 0.0 0.0 16.5 14.1 2.6 3.7 2.0 61.1 2000元以下 280 0.0 2.5 0.0 3.6 2.1 5.7 1.4 84.6
 2001-3000元 633 0.6 2.7 5.2 4.1 5.4 1.1 6.2 74.7 3001-4000元 628 0.0 1.1 7.0 9.9 1.1 1.1
 1.3 78.5 4001-5000元 380 0.0 0.0 10.3 10.8 4.2 2.1 4.7 67.9 5001-6000元 432 0.0 0.0
 11.8 6.9 0.0 5.3 0.7 75.2 6001元以上 232 3.4 0.0 9.5 9.5 15.5 0.0 0.0 62.1 女性 2797 0.7
 4.7 11.7 11.5 5.2 2.9 2.6 60.7 无收入者 730 0.0 4.5 16.8 9.3 1.8 4.2 4.7 58.6 2000元以下
 317 0.0 2.5 4.7 7.9 4.7 0.0 4.1 76.0 2001-3000元 688 0.0 1.6 6.4 16.1 4.9 3.3 1.7 65.8
 3001-4000元 453 0.4 6.4 14.1 7.1 9.7 1.8 0.9 59.6 4001-5000元 274 2.6 11.3 6.2 7.3 8.4
 4.0 0.0 60.2 5001-6000元 201 3.0 0.0 23.4 26.9 6.5 0.0 5.0 35.3 6001元以上 134 3.7 14.2
 13.4 9.7 2.2 5.2 0.0 51.5 资料来源：艾凯咨询网整理4.1.3

北京消费者最常饮用的果汁饮料品牌88

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88

4.1.5 北京消费者选择果汁饮料考虑的因素分析91

北京消费者饮用果汁饮料的品牌消费习惯 城市 人数（人） 基本固定食用一个牌子
 比较固定地食用两个或三个牌子 基本上不太固定牌子 北京 3648 18.2% 60.7% 21.1%
 资料来源：艾凯咨询网整理 北京不同性别消费者饮用果汁饮料的品牌消费习惯 城市
 男性数（人） 基本固定食用一个牌子 比较固定地食用两个或三个牌子 基本上不太固定牌子
 北京 1722 21.0% 55.9% 23.1% 资料来源：艾凯咨询网整理
 北京不同性别年龄消费者饮用果汁饮料的品牌消费习惯 年纪 男性数（人）
 基本固定食用一个牌子 比较固定地食用两个或三个牌子 基本上不太固定牌子 24岁以下 493
 31.8% 49.3% 18.9% 25-34岁 436 8.9% 60.8% 30.3% 35-44岁 424 24.1% 55.7% 20.3%
 45-54岁 255 8.6% 67.5% 23.9% 55岁以上 114 36.8% 40.4% 22.8%
 资料来源：艾凯咨询网整理 北京不同性别收入消费者饮用果汁饮料的品牌消费习惯 地区
 人数（人） 基本固定食用一个牌子 比较固定地食用两个或三个牌子 基本上不太固定牌子

北京	3616	17.8%	61.0%	21.2%	资料来源：艾凯咨询网整理
北京不同性别收入消费者饮用果汁饮料的品牌消费习惯	地区	男性人数（人）			
基本固定食用一个牌子	比较固定地食用两个或三个牌子	基本上不太固定牌子	北京	1701	
20.2%	56.4%	23.4%			资料来源：艾凯咨询网整理
北京不同性别收入消费者饮用果汁饮料的频率	收入	男性数（人）	基本固定食用一个牌子		
比较固定地食用两个或三个牌子	基本上不太固定牌子	无收入着	342	19.9%	58.2%
21.9%					
2000元以下	71	26.8%	57.7%	15.5%	2001-3000元
344	11.0%	50.9%	38.1%	3001-4000元	
403	25.1%	52.9%	22.1%	4001-5000元	214
22.4%	61.7%	15.9%	5001-6000元	191	31.4%
53.9%	14.7%	6001元以上	136	6.6%	71.3%
22.1%					资料来源：艾凯咨询网整理
北京不同性别消费者饮用果汁饮料的品牌消费习惯	城市	女性数（人）			
基本固定食用一个牌子	比较固定地食用两个或三个牌子	基本上不太固定牌子	北京	1925	
15.6%	65.2%	19.2%			资料来源：艾凯咨询网整理
北京不同性别年龄消费者饮用果汁饮料的品牌消费习惯	年纪	女性数（人）			
基本固定食用一个牌子	比较固定地食用两个或三个牌子	基本上不太固定牌子	24岁以下	478	
16.1%	75.7%	8.2%	25-34岁	500	9.6%
61.8%	28.6%	35-44岁	484	17.4%	62.6%
20.0%					
45-54岁	337	16.6%	65.3%	18.1%	55岁以上
126	27.8%	48.4%	23.8%		
					资料来源：艾凯咨询网整理
北京不同性别收入消费者饮用果汁饮料的品牌消费习惯	地区				
女性人数（人）	基本固定食用一个牌子	比较固定地食用两个或三个牌子			
基本上不太固定牌子	北京	1921	15.7%	65.0%	19.3%
					资料来源：艾凯咨询网整理
北京不同性别收入消费者饮用果汁饮料的品牌消费习惯	年纪	女性数（人）			
基本固定食用一个牌子	比较固定地食用两个或三个牌子	基本上不太固定牌子	无收入着	461	
12.6%	62.9%	24.5%	2000元以下	165	26.1%
36.4%	37.6%	2001-3000元	467	12.0%	65.1%
22.9%	3001-4000元	312	9.6%	72.1%	18.3%
4001-5000元	213	28.6%	62.0%	9.4%	
5001-6000元	176	11.4%	84.7%	4.0%	6001元以上
127	26.0%	70.1%	3.9%		
					资料来源：艾凯咨询网整理

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92

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95

4.1.8 重度消费者分析98

4.2 上海果汁饮料消费调查分析99

4.2.1 饮用和购买果汁饮料的频率99

4.2.2 上海不同性别、年龄、收入层消费者饮用果汁饮料的频率100

4.2.3 上海消费者最常饮用的果汁饮料品牌102

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103

4.2.5 上海消费者选择果汁饮料考虑的因素分析105

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106

- 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108
- 4.2.8 重度消费者分析110
- 4.3 广州果汁饮料消费调查分析112
 - 4.3.1 饮用和购买果汁饮料的频率112
 - 4.3.2 广州不同性别、年龄、收入层消费者饮用果汁饮料的频率112
 - 4.3.3 广州消费者最常饮用的果汁饮料品牌115
 - 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115
 - 4.3.5 广州消费者选择果汁饮料考虑的因素分析117
 - 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118
 - 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120
 - 4.3.8 重度消费者分析123
- 4.4 深圳果汁饮料消费调查分析124
 - 4.4.1 饮用和购买果汁饮料的频率124
 - 4.4.2 深圳不同性别、年龄、收入层消费者饮用果汁饮料的频率125
 - 4.4.3 深圳消费者最常饮用的果汁饮料品牌127
 - 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128
 - 4.4.5 深圳消费者选择果汁饮料考虑的因素分析130
 - 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131
 - 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133
 - 4.4.8 重度消费者分析135
- 4.5 成都果汁饮料消费调查分析137
 - 4.5.1 饮用和购买果汁饮料的频率137
 - 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137
 - 4.5.3 成都消费者最常饮用的果汁饮料品牌139
 - 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140
 - 4.5.5 成都消费者选择果汁饮料考虑的因素分析142
 - 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143
 - 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145
 - 4.5.8 重度消费者分析147
- 4.6 重庆果汁饮料消费调查分析149
 - 4.6.1 饮用和购买果汁饮料的频率149
 - 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149
 - 4.6.3 重庆消费者最常饮用的果汁饮料品牌152
 - 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152
 - 4.6.5 重庆消费者选择果汁饮料考虑的因素分析155

- 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156
- 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157
- 4.6.8 重度消费者分析160
- 4.7 武汉果汁饮料消费调查分析162
 - 4.7.1 饮用和购买果汁饮料的频率162
 - 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162
 - 4.7.3 武汉消费者最常饮用的果汁饮料品牌164
 - 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165
 - 4.7.5 武汉消费者选择果汁饮料考虑的因素分析167
 - 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168
 - 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170
 - 4.7.8 重度消费者分析173
- 4.8 西安果汁饮料消费调查分析174
 - 4.8.1 饮用和购买果汁饮料的频率174
 - 4.8.2 西安不同性别、年龄、收入层消费者饮用果汁饮料的频率175
 - 4.8.3 西安消费者最常饮用的果汁饮料品牌177
 - 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178
 - 4.8.5 西安消费者选择果汁饮料考虑的因素分析180
 - 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181
 - 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182
 - 4.8.8 重度消费者分析185
- 4.9 沈阳果汁饮料消费调查分析187
 - 4.9.1 饮用和购买果汁饮料的频率187
 - 4.9.2 沈阳不同性别、年龄、收入层消费者饮用果汁饮料的频率187
 - 4.9.3 沈阳消费者最常饮用的果汁饮料品牌189
 - 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190
 - 4.9.5 沈阳消费者选择果汁饮料考虑的因素分析192
 - 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193
 - 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195
 - 4.9.8 重度消费者分析198
- 4.10 南京果汁饮料消费调查分析199
 - 4.10.1 饮用和购买果汁饮料的频率199
 - 4.10.2 南京不同性别、年龄、收入层消费者饮用果汁饮料的频率200
 - 4.10.3 南京消费者最常饮用的果汁饮料品牌202
 - 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203

- 4.10.5 南京消费者选择果汁饮料考虑的因素分析205
- 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206
- 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208
- 4.10.8 重度消费者分析210
- 第五章 果汁饮料行业市场竞争分析212
- 5.1 2015年果汁饮料市场变化趋势212
- 5.2 2015年果汁饮料行业竞争结构213
- 5.2.1 2015年果汁饮料行业企业规模竞争状况213
- 5.2.2 2015年果汁饮料行业企业资本结构性质竞争214
- 5.3 区域竞争分析214
- 5.4 果汁饮料市场品牌竞争分析215
- 5.5 果汁饮料市场品牌市场占有率216
- 5.6 主要果汁企业市场份额216
- 5.7 纯果汁市场竞争趋势217
- 5.7.1 果汁厂商瞄准纯果汁217
- 5.7.2 纯果汁市场前景广阔217
- 5.7.3 纯果汁市场竞争趋势218
- 5.7.4 蔬果汁饮料大有可为219
- 5.8 浓缩苹果汁行业分析220
- 5.8.1 浓缩果汁的市场需求旺盛220
- 5.8.2 我国浓缩果汁竞争优势明显220
- 5.8.3 生产能力不断向优势企业集中221
- 5.8.4 外国浓缩果汁生产能力向我国转移221
- 5.8.5 我国浓缩果汁产业面临原料约束222
- 5.9 2015年中国水果行业发展状况分析222
- 5.9.1 2015年我国水果生产与价格变化情况222
- 5.9.2 2015年我国水果进出口贸易情况224
- 第六章 果汁饮料产业竞争者研究分析226
- 6.1 2012年-2015年中国饮料行业分析226
- 6.1.1 2015年中国饮料行业总体发展状况226
- 6.1.2 2015年中国软饮料行业偿债能力226
- 6.1.3 2015年中国软饮料行业盈利能力227
- 6.1.4 2012-2015年中国饮料各子行业对比分析227
- 6.2 中国碳酸饮料市场分析228
- 6.2.1 碳酸饮料市场发展概况228

- 6.2.2 碳酸饮料主要品种类型228
- 6.2.3 2009-2015年碳酸饮料行业生产状况229
- 6.2.4 2015年碳酸饮料行业市场销售规模229
- 6.2.5 2015年碳酸饮料行业偿债能力分析230
- 6.2.6 2015年碳酸饮料行业盈利能力分析230
- 6.2.7 碳酸饮料市场竞争状况230
- 6.2.8 碳酸饮料市场的发展趋势231
- 6.3 中国瓶装饮用水市场分析232
 - 6.3.1 饮用水市场概况232
 - 6.3.2 桶装水市场分析233
 - 6.3.3 瓶装水的发展历程及其基本状况233
 - 6.3.4 2009-2015年瓶装饮用水行业生产状况236
 - 6.3.5 2015年瓶装饮用水行业市场销售规模236
 - 6.3.6 2015年瓶装饮用水行业偿债能力分析237
 - 6.3.7 2015年瓶装饮用水行业盈利能力分析237
 - 6.3.8 瓶装饮用水市场竞争分析237
- 6.4 中国固体饮料市场分析239
 - 6.4.1 固体饮料市场发展概况239
 - 6.4.2 固体饮料主要品种类型239
 - 6.4.3 2015年固体饮料行业市场销售规模240
 - 6.4.4 2015年固体饮料行业偿债能力分析240
 - 6.4.5 2015年固体饮料行业盈利能力分析240
 - 6.4.6 固体饮料市场竞争分析241
- 6.5 中国含乳饮料及植物蛋白饮料市场分析242
 - 6.5.1 含乳饮料市场发展概况242
 - 6.5.2 植物蛋白饮料市场发展概况244
 - 6.5.3 2015年含乳饮料及植物蛋白饮料行业市场销售规模244
 - 6.5.4 2015年含乳饮料及植物蛋白饮料行业偿债能力分析 351244
 - 6.5.5 2015年含乳饮料及植物蛋白饮料行业盈利能力分析245
- 6.6 中国茶饮料市场分析245
 - 6.6.1 茶饮料定义及分类245
 - 6.6.2 茶饮料市场发概况245
 - 6.6.3 2015年茶饮料行业市场销售规模及获利状况分析246
 - 6.6.4 2015年茶饮料行业盈利能力分析246
 - 6.6.5 2015年茶饮料行业偿债能力分析247

- 6.6.6 茶饮料市场竞争分析247
- 6.6.7 茶饮料行业市场发展趋势分析248
- 6.7 中国功能饮料市场分析248
 - 6.7.1 功能饮料定义和分类248
 - 6.7.2 世界功能饮料市场规模及预测249
 - 6.7.3 中国功能饮料市场规模及增长预测249
 - 6.7.4 中国功能饮料消费状况250
 - 6.7.5 中国功能饮料市场竞争状况250
 - 6.7.6 奥运会将高速拉动功能饮料的发展251
- 第七章 果汁饮料行业营销分析252
 - 7.1 销售渠道的基本模式252
 - 7.1.1 厂家直销252
 - 7.1.2 网络销售252
 - 7.1.4 农贸批发市场向周边自然辐射的模式252
 - 7.1.5 销售渠道的变化模式253
 - 7.2 果汁饮料企业超市渠道管理策略254
 - 7.3 果汁饮料企业餐饮渠道管理策略258
 - 7.4 果汁饮料企业竞争情报系统构建策略266
 - 7.4.1 果汁饮料企业竞争情报系统组织网络建设策略266
 - 7.4.2 果汁饮料企业竞争情报系统信息网络建设策略268
 - 7.4.3 果汁饮料企业竞争情报系统人际网络建设策略 385274
- 第八章 2015年果汁饮料企业经营分析276
 - 8.1 汇源集团276
 - 8.1.1 汇源集团企业简介276
 - 8.1.2 2015年度北京汇源食品饮料有限公司经营分析277
 - 1、2015年企业整体发展状况277
 - 2、2015年企业偿债能力分析278
 - 3、2015年企业盈利能力分析279
 - 8.1.3 2015年度北京新源食品饮料有限公司经营分析279
 - 1、2015年企业整体发展状况279
 - 2、2015年企业偿债能力分析280
 - 3、2015年企业盈利能力分析280
 - 8.1.4 2015年度汇源集团各分公司经营状况280
 - 8.2 统一集团281
 - 8.2.1 统一果汁饮料基本情况介绍281

- 8.2.2 2015年度北京统一饮品有限公司经营状况分析284
- 8.2.3 2015年度昆山统一企业食品有限公司经营状况分析286
- 8.2.4 2015年度成都统一企业食品有限公司经营状况分析287
- 8.2.5 2015年度武汉统一企业食品有限公司经营状况分析288
- 8.3 康师傅290
 - 8.3.1 康师傅果汁饮料基本情况介绍290
 - 8.3.2 2015年度杭州顶津食品有限公司经营状况分析291
 - 8.3.3 2015年度西安顶津食品有限公司经营状况分析292
 - 8.3.4 2015年度福建顶津食品有限公司经营状况分析293
 - 8.3.5 2015年度重庆顶津食品有限公司经营状况分析294
 - 8.3.6 2015年度昆明顶津食品有限公司经营状况分析295
- 8.4 娃哈哈297
 - 8.4.1 娃哈哈果汁饮料基本情况介绍297
 - 8.4.2 2015年度吉林市娃哈哈饮料有限公司经营状况分析298
 - 8.4.3 2015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）299
- 8.5 山东鲁菱果汁有限公司300
 - 8.5.1 企业基本情况简介300
 - 8.5.2 2014年度山东鲁菱果汁有限公司经营状况分析301
- 8.6 烟台北方安德利果汁有限公司302
 - 8.6.1 企业基本情况介绍302
 - 8.6.2 2015年度烟台北方安德利果汁有限公司经营状况分析303
- 8.7 陕西海升果业发展股份有限公司304
 - 8.7.1 企业基本情况介绍304
 - 8.7.2 2015年度陕西海升果业发展股份有限公司经营状况分析305
- 8.8 国投中鲁果汁股份有限公司307
 - 8.8.1 企业基本情况介绍307
 - 8.8.2 2015年度山东国投中鲁果汁有限公司经营状况分析308
- 8.9 厦门银鹭食品有限公司312
 - 8.9.1 企业基本情况介绍312
 - 8.9.2 2015年度厦门银鹭食品有限公司经营状况分析313
- 8.10 露露集团315
 - 8.10.1 企业基本情况介绍315
 - 8.10.1 2015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）316

8.11 三门峡湖滨果汁有限责任公司	317
8.11.1 企业基本情况介绍	317
8.11.2 2015年度三门峡湖滨果汁有限责任公司经营状况分析	320
8.12 北京顺鑫牵手有限责任公司	321
8.12.1 企业基本情况介绍	321
8.12.2 2015年度北京顺鑫牵手有限责任公司经营状况分析	322
8.13 可口可乐装瓶商生产（东莞）有限公司	324
8.13.1 企业基本情况介绍	324
8.13.2 2015年可口可乐装瓶商生产（东莞）有限公司经营状况分析	324
第九章 果汁饮料行业发展趋势预测	327
9.1 中国果汁饮料业SWOT分析	327
9.1.1 中国果汁饮料业发展存在的优势	327
9.1.2 中国果汁饮料发展存在的劣势	327
9.1.3 中国果汁饮料业发展的机会分析	327
9.1.4 中国果汁饮料业发展面临的威胁	328
9.2 果汁饮料业发展的趋势	328
9.2.1 生产定位向两极化	328
9.2.2 产品开发向品牌、多样化	329
9.2.3 产品包装越来越人性化	329
9.2.4 企业定位向大型化方向发展	331
9.2.5 中国资本市场看好果汁行业前景	331
9.3 2016-2022年及未来中国果汁饮料产品发展趋势预测	331
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	331
9.3.2 复合果汁及复合果蔬汁将成为未来发展热点	332
9.3.3 功能型果汁饮料的发展亦将成为未来的热点	332
9.3.4 果汁奶饮料发展潜力巨大	333
9.4 果汁饮料行业发展的建议	334
9.4.1 包装尺寸差异化	334
9.4.2 果汁含量差异化	334
9.4.3 果汁口味的差异化	334
9.5 2015年中国宏观经济发展预测	335
9.6 2015年-2020年中国果汁饮料市场规模预测	338
9.6.1 中国果饮料零售市场规模及预测	338
9.6.2 中国果饮料市场口味分布	339
图表目录：	

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2015年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2015年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2015年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2015年中国GDP增速预测

图表：果汁饮料行业产业链

图表：2011-2015年年我国果汁饮料行业企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年年我国果汁饮料行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年年我国果汁饮料行业从业人数增长趋势图

图表：2011-2015年年我国果汁饮料行业资产规模增长趋势图

图表：2011-2015年年我国果汁饮料行业产成品增长趋势图

图表：2011-2015年年我国果汁饮料行业工业销售产值增长趋势图

图表：2011-2015年年我国果汁饮料行业销售成本增长趋势图

图表：2011-2015年年我国果汁饮料行业费用使用统计图

图表：2011-2015年年我国果汁饮料行业主要盈利指标统计图

图表：2011-2015年年我国果汁饮料行业主要盈利指标增长趋势图

图表：企业1

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业2

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业3

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业4

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业5

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业6

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：其他企业.....

图表：主要经济指标走势图

图表：2011-2015年果汁饮料行业市场供给

图表：2011-2015年果汁饮料行业市场需求

图表：2011-2015年果汁饮料行业市场规模

图表：果汁饮料所属行业生命周期判断

图表：果汁饮料所属行业区域市场分布情况

图表：2016-2022年中国果汁饮料行业市场规模预测

图表：2016-2022年中国果汁饮料行业供给预测

图表：2016-2022年中国果汁饮料行业需求预测

图表：2016-2022年中国果汁饮料行业价格指数预测

图表：.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/186642.html>