

2016-2022年中国大枣饮料产业发展现状及市场监测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2016-2022年中国大枣饮料产业发展现状及市场监测报告》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/188785.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

大枣饮料以红枣为主料，辅以胡萝卜、山楂、桂圆、白糖等料制成。不添加任何食用色素、香精和防腐剂，是一种新型的绿色保健饮料。

大枣饮料是由大枣经过浸提、配制而成的果汁饮料，主要包括枣汁、枣茶和枣醋饮料等。这些饮料大多具有酸甜适口、饮用方便、干净卫生，尤其是含有丰富的营养物质，保留了原枣汁的色、香、味等特点，因此深受人们的喜爱。本期节目介绍大枣饮料的加工方法，分别介绍枣汁、枣茶和枣醋饮料加工方法。 大枣饮料加工流程

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。

报告目录：

第一章、中国大枣饮料行业概述	12
第一节行业界定	12
第二节产品功效背景	12
第三节产业链概述	15
第二章、中国大枣饮料经济环境及产业发展环境分析	16
第一节经济发展环境分析	16
第二节金融危机对行业的影响	22
一、全球经济危机对中国宏观经济的消极影响	22
二、全球经济危机对大枣饮料行业的影响	29
三、中国扩大内需保增长的政策解析	31
四、行业未来运行环境总述	33
第三节发展环境分析	38
一、政策环境	38
二、社会环境	43
三、技术环境	48
第三章行业发展现状分析	49
第一节行业规模	49

红枣有调节细胞生长与抗衰老的作用，在预防心血管疾病和治疗缺铁性贫血也有一定功效

，同时红枣能保持皮肤、骨骼、牙齿、毛发健康生长，促进视力和生殖机能良好地发展。常食大枣可治疗身体虚弱、神经衰弱、脾胃不和、消化不良、劳伤咳嗽、贫血消瘦，养肝防癌功能尤为突出。

随居民收入水平的提升与对健康生活品质的追求，我国枣产品市场规模近年来稳步提升。2014年，中国枣产品市场规模约478.1亿元，预计2015年将达到534.2亿元，2010-2015年CAGR为14.2%。红枣食用历史悠久，且在传统医学里，红枣具有健脾、养胃、补血等多种良好的养生保健功能，随着消费升级和对健康的重视，红枣市场有望继续快速扩容。

2009-2015年全国枣产品销售额

原枣仅仅需要简单的清洗即可食用，方便、味道甜美，是天然的零食。市场上出售也多以原枣产品为主，在红枣行业近550亿的市场规模中，原枣消费占绝大部分。近年来，红枣的初加工产品如枣干、枣粉等产品，深加工产品如枣奶、枣饮料等，也快速增长，但是占比仍然较低。 2009-2015年枣粗加工与深加工比例情况

第二节投资现状 49

第三节行业盈利水平 50

第四节近三年发展状况回顾 51

第五节行业发展中存在的问题 52

第四章、2015年中国大枣饮料市场竞争力与市场竞争格局 53

第一节行业发展的“波特五力模型”分析 53

一、“波特五力模型”介绍 53

二、行业环境的“波特五力模型”分析 54

1、行业内竞争 54

2、买方侃价能力 54

3、卖方侃价能力 54

4、进入威胁 55

5、替代威胁 55

第二节行业发展swot分析 55

一、优势 55

二、劣势 56

三、机遇 56

四、挑战 56

第五章产品营销分析 57

第一节中国营销模式分析 57

第二节主要销售渠道分析 57

第三节行业广告与促销方式分析 58

第四节行业价格竞争方式分析 59

第五节行业国际化营销模式分析 60

第六节行业渠道策略分析 60

第六章、大枣饮料国内重点生产厂家分析 61

第一节郑州太阳谷生物科技有限公司 61

一、企业简介 61

二、产品介绍 61

三、经营情况 61

四、未来发展趋势 62

第二节山西天骄食业有限公司 63

一、企业简介 63

二、产品介绍 64

三、经营情况 64

四、未来发展趋势 65

第三节沧州欧亚匡枣业有限公司 65

一、企业简介 65

二、产品介绍 66

三、经营情况 66

四、未来发展趋势 67

第四节河南天方原创食品股份有限公司 67

一、企业简介 67

二、产品介绍 67

三、经营情况 68

四、未来发展趋势 69

第五节新郑隆基生物科技食品有限公司 69

一、企业简介 69

二、产品介绍 70

三、经营情况 70

四、未来发展趋势 71

第七章、行业消费调查 71

第一节、产品目标客户群体调查 71

第二节、不同客户产品消费特点 73

第三节、分产品客户满意度调查 74

第四节、客户对产品指标的偏好调查 76

第五节、客户对产品发展的建议 76

第八章、大枣饮料行业发展机会及对策建议 78

第一节行业风险预警分析 78

一、经济环境风险分析 78

二、产业政策环境风险分析 79

三、行业市场风险分析 79

四、行业发展风险防范建议 80

第二节行业发展机会及建议 82

一、总体发展机会及发展建议 82

二、行业并购发展机会及建议 82

三、行业市场机会及发展建议 82

四、大枣饮料行业发展现状及存在问题 83

五、大枣饮料行业企业应对策略 83

第九章、大枣饮料行业进出口分析 84

第一节我国出口及增长情况 84 2011-2015年我国大枣饮料出口金额增长走势

第二节国内产品2013-2015年进出口数据分析

85

2011-2015年我国大枣饮料进口金额增长走势

第三节2016-2022年国内产品未来进出口情况预测 85

第十章、大枣饮料行业发展趋势分析 86

第一节大枣饮料行业发展趋势 86

一、市场发展趋势 86

二、行业竞争趋势 86

三、技术发展趋势 87

第二节2016-2022年大枣饮料行业运行能力预测 87

- 一、2016-2022年大枣饮料行业总资产预测 87
- 二、2016-2022年大枣饮料行业工业总产值预测 88
- 三、2016-2022年大枣饮料行业产品销售收入预测 88
- 四、2016-2022年大枣饮料行业利润总额预测 89

第十一章产业政策及贸易预警 90

第一节国内外产业政策分析 90

- 一、中国相关产业政策 90
- 二、国外相关产业政策 90

第二节国内外环保规定 90

- 一、中国相关环保规定 90
- 二、国外相关环保规定 90

第三节贸易预警 91

- 一、可能涉及的倾销及反倾销 91
- 二、可能遭遇的贸易壁垒及技术壁垒 91

第四节近期人民币汇率变化的影响 92

第五节我国与主要市场贸易关系稳定性分析 95

第十二章 市场预测及行业项目投资建议 97

第一节中国生产、营销企业投资运作模式分析 97

第二节外销与内销优势分析 98

第三节2016-2022年全国市场规模及增长趋势 99

第四节2016-2022年全国投资规模预测 99

第五节2016-2022年市场盈利预测 100

第六节项目投资建议 101

- 一、技术应用注意事项 101
- 二、项目投资注意事项 102
- 三、生产开发注意事项 103
- 四、销售注意事项 104

图表目录:

图表、大枣饮料的产业链结构图 15

图表、2006-2015年我国gdp及增长率统计 16

图表、2015年我国gdp分产业国内生产总值 17

图表、2015年全年我国分地区投资增长率 18

图表、2015年我国居民消费价格同比上涨情况	19
图表、2015年全年工业增加值增长率	20
图表、主要工业国家2015年经济增长数据	22
图表、金砖四国2015年经济增长数据	23
图表、2016-2022年我国固定资产投资预测	26
图表、2010-2015年我国国内生产总值预测	38
图表 2012-2015年社会消费品零售总额月度同比增长率（%）	44
图表 2012-2015年固定资产投资完成额月度累计同比增长率（%）	45
图表 2012-2015年出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率（%）	46
图表 2012-2015年居民消费价格指数（上年同月=100）	47
图表 2012-2015年国内大枣饮料行业市场规模	49
图表、2012-2015年我国大枣饮料行业总资产统计表	50
图表、2015年大枣饮料行业销售利润率统计	50
图表、2013年大枣饮料行业经营情况	51
图表、2014年大枣饮料行业经营情况	51
图表、2015年大枣饮料行业经营情况	52
图表、大枣饮料的产业环境分析模型	53
图表、我国大枣饮料销售模式	57
图表、经销商对于返利政策的态度	58
图表、我国大枣饮料价格变动的多因素分析	59
图表、2010-2015年郑州太阳谷生物科技有限公司效益指标分析	61
图表、2010-2015年郑州太阳谷生物科技有限公司偿债指标分析	62
图表、2010-2015年山西天骄食业有限公司效益指标分析	64
图表、2010-2015年山西天骄食业有限公司偿债指标分析	64
图表、2010-2015年沧州欧亚匡枣业有限公司效益指标分析	66
图表、2010-2015年沧州欧亚匡枣业有限公司偿债指标分析	66
图表、2010-2015年河南天方原创食品股份有限公司效益指标分析	68
图表、2010-2015年河南天方原创食品股份有限公司偿债指标分析	68
图表、2010-2015年新郑隆基生物科技食品有限公司效益指标分析	70
图表、2010-2015年新郑隆基生物科技食品有限公司偿债指标分析	70
图表、目标客户对价格的意见调查	71
图表、目标客户对质量的满意度调查	73
图表、客户的消费特点	74
图表：大枣饮料行业客户满意度调查	75
图表：大枣饮料行业客户对产品指标的偏好调查	76

图表：客户对提升大枣饮料产品技术的建议 77

图表、大枣饮料行业企业应对策略 84

图表、2006-2015年中国大枣饮料行业进出口变动表 85

图表、2016-2022年我国大枣饮料行业进出口金额预测表 85

图表、2016-2022年我国大枣饮料行业总资产预测表 87

图表、2016-2022年我国大枣饮料行业总产值预测表 88

图表、2016-2022年我国大枣饮料行业销售收入预测表 88

图表、2016-2022年我国大枣饮料行业利润总额预测表 89

图表、2015年中国广义货币供应量增幅加快 92

图表：近期人民币汇率变化 95

图表、2016-2022年国内大枣饮料市场规模预测 99

图表、2016-2022年国内大枣饮料固定资产投资额预测 99

图表、2016-2022年大枣饮料市场盈利预测 100

图表、大枣饮料技术应用注意事项分析 101

图表：大枣饮料项目投资时应注意的问题 103

图表：大枣饮料新产品开发应注意的问题 104

图表、大枣饮料销售注意事项 105

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/188785.html>