

2007中国果汁饮料市场调研及投资 咨询报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2007中国果汁饮料市场调研及投资咨询报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/yinliao/114382AJXM.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

[b]2007中国[b]果汁饮料[b]市场调研及投资咨询报告 内容介绍：[/b]

近几年，我国果汁饮料产销量快速增长。我国水果资源丰富，其中，苹果产量是世界第一，柑桔产量世界第三，梨、桃等产量居世界前列。2006年全国苹果总产量将达到2500万吨左右，价格总水平稳中有降；全国梨总产量将达到1200万吨左右，价格总水平相对稳定。虽然我国水果产量很高，但有些只适宜鲜食而不利于加工成果汁，加工原料缺乏。目前我国苹果产量世界第一，柑橘产量世界第三，梨、桃等产量均名列世界前茅，然而与此形成鲜明对比的是，我国虽人口众多，果汁饮料的消费量却较低，人均年消费量还不到1公斤，是世界平均水平的1/10，发达国家平均水平1/40，现有市场容量仅为45公斤，德国46公斤日本和新加坡16-19公斤，日本和新加坡16-19公斤，世界人均消费量已达7公斤。

如果按世界平均消费量计算，我国果汁饮料的市场容量应为910万吨，这表明，果汁饮料在我国仍有巨大的发展空间。国际市场方面，到2020年，全球果汁及碳酸饮料将增至730亿升，在所有果汁饮料中，浓缩橙汁居世界果汁消费量的第一位。2006年上半年，我国果汁饮料产量达634万吨，同比增长29%。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。

本研究报告依据国家统计局、中国饮料工业协会、中国食品工业协会、中国海关、国民经济景气监测中心、中国食品商务网、全国及海外500多种相关报纸杂志的基础信息等公布和提供的大量资料，对国外果汁饮料行业市场概况[/b]

第一节 欧洲市场

第二节 亚洲市场

第三节 美国市场

第四节 世界果汁饮料市场发展趋势

[b]第二章 中国果汁饮料发展状况分析

- (二) 2006年水果生产情况与市场竞争分析
- (三) 2006年全国苹果产销分析
- (四) 2006年全国梨产销分析
- (五) 水果行业的发展对果汁饮料的影响

第二节 蔬菜行业

- (一) 2006年蔬菜生产与价格变化情况
- (二) 2006年蔬菜出口态势
- (三) 蔬菜行业的发展对果汁饮料的影响

第三节 饮料包装行业

- (一) 中国饮料包装行业存在问题
- (四) 饮料包装行业未来的发展态势
- (五) 饮料包装行业的发展对果汁饮料的影响

第四节 饮料生产机械行业

- (一) 中国饮料加工机械行业风险与投资建议[/b]

第一节 行业的发展趋势

- (一) 果汁饮料业发展方向
- (二) 果汁饮料市场的发展趋势

第二节 行业风险

- (一) 长期偿债能力
- (二) 行业盈利能力

第三节 投资建议

- (一) 债权持有人的建议
- (二) 对于行业潜在进入者的建议