

# 2014-2019年中国大枣饮料 市场前景研究与产业竞争格局报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2014-2019年中国大枣饮料市场前景研究与产业竞争格局报告》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/V8189415JP.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

### 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

#### 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、2013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
- 第二节国内产品2006-2013年进出口数据分析 85
- 第三节2014-2019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2014-2019年大枣饮料行业运行能力预测 87
  - 一、2014-2019年大枣饮料行业总资产预测 87
  - 二、2014-2019年大枣饮料行业工业总产值预测 88
  - 三、2014-2019年大枣饮料行业产品销售收入预测 88
  - 四、2014-2019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2014-2019年全国市场规模及增长趋势	99
第四节2014-2019年全国投资规模预测	99
第五节2014-2019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、2006-2013年我国GDP及增长率统计	16
图表、2013年我国GDP分产业国内生产总值	17
图表、2013年全年我国分地区投资增长率	18
图表、2013年我国居民消费价格同比上涨情况	19
图表、2013年全年工业增加值增长率	20
图表、主要工业国家2013年经济增长数据	22
图表、金砖四国2013年经济增长数据	23
图表、2014-2019年我国固定资产投资预测	26
图表、2010-2013年我国国内生产总值预测	38
图表 2009-2013年社会消费品零售总额月度同比增长率(%)	44

图表 2009-2013年固定资产投资完成额月度累计同比增长率(%) 45

图表 2009-2013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 2009-2013年居民消费价格指数(上年同月=100) 47

图表 2009-2013年国内大枣饮料行业市场规模 49

图表、2009-2013年我国大枣饮料行业总资产统计表 50

图表、2013年大枣饮料行业销售利润率统计 50

图表、2011年大枣饮料行业经营情况 51

图表、2012年大枣饮料行业经营情况 51

图表、2013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、2010-2013年郑州太阳谷生物科技有限公司效益指标分析 61

图表、2010-2013年郑州太阳谷生物科技有限公司偿债指标分析 62

图表、2010-2013年山西天骄食业有限公司效益指标分析 64

图表、2010-2013年山西天骄食业有限公司偿债指标分析 64

图表、2010-2013年沧州欧亚匡枣业有限公司效益指标分析 66

图表、2010-2013年沧州欧亚匡枣业有限公司偿债指标分析 66

图表、2010-2013年河南天方原创食品股份有限公司效益指标分析 68

图表、2010-2013年河南天方原创食品股份有限公司偿债指标分析 68

图表、2010-2013年新郑隆基生物科技食品有限公司效益指标分析 70

图表、2010-2013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、2006-2013年中国大枣饮料行业进出口变动表 85

图表、2014-2019年我国大枣饮料行业进出口金额预测表 85

图表、2014-2019年我国大枣饮料行业总资产预测表 87  
图表、2014-2019年我国大枣饮料行业总产值预测表 88  
图表、2014-2019年我国大枣饮料行业销售收入预测表 88  
图表、2014-2019年我国大枣饮料行业利润总额预测表 89  
图表、2012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、2014-2019年国内大枣饮料市场规模预测 99  
图表、2014-2019年国内大枣饮料固定资产投资额预测 99  
图表、2014-2019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：<http://www.abaogao.com/b/yinliao/V8189415JP.html>