



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国醋酸饮料市场 分析预测及战略咨询报告

一、调研说明

《2015-2020年中国醋酸饮料市场分析预测及战略咨询报告》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/248943.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 2014年世界饮料行业整体运营状况分析

第一节 2014年世界饮料行业市场发展格局

一、世界发达国家果醋饮料市场份额分析

二、全球饮料市场消费状况分析

三、全球饮料产品结构分析

四、世界饮料市场发展动态分析

第二节 欧洲饮料市场概况

一、欧洲饮料市场消费概况

二、德国饮料市场分析

第三节 亚洲饮料市场

一、中东地区食品饮料市场增长迅速

二、日韩饮料市场茶饮料盛行

第四节 美国饮料市场

一、美国有机茶市场发展分析

二、美国碳酸饮料销售呈现低迷

三、美国饮料市场功能性饮料开始占主流

第五节 2015-2020年世界饮料行业发展趋势分析

第二章 2014年中国醋酸饮料行业市场发展环境解析

第一节 2014年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、消费价格指数分析

三、城乡居民收入分析

四、社会消费品零售总额

五、全社会固定资产投资分析

六、进出口总额及增长率分析

第二节 2014年中国醋酸饮料市场政策环境分析

一、绿色食品果汁饮料标准

二、绿色食品西番莲果汁饮料标准

三、呼唤果醋饮料国标早出台

四、陈醋饮料国标即将出台

五、有关门颁布的"禁酒令"对醋酸饮料市场的影响

第三节2014年中国醋酸饮料市场社会环境分析

第三章 2014年中国饮料行业运行新形势透析

第一节 2014年中国饮料行业总体概述

一、中国饮料行业的发展历程回顾

二、饮料行业已步入多元化格局

三、中国发展饮料工业的优势

第二节 2014年中国饮料行业运行状况

一、我国饮料行业持续快速增长

二、危机中国内饮料行业逆势扩张

三、中国饮料业竞争格局大解读

四、饮料业凌寒待春阳

第三节 2014年中国饮料行业品牌分析

一、中国饮料新品牌层出不穷

二、国内饮料市场大众品牌分析

三、中国饮料品牌的沉浮

四、中国饮料行业品牌集中度上升

五、国内饮料品牌的发展战略解析

第四节 2014年中国饮料行业存在的问题及策略

一、我国饮料生产企业面临八大挑战

二、新国标出台运动饮料和茶饮料遇新门槛

三、国内饮料企业制胜策略

四、饮料行业产品和渠道创新是关键

第四章 2014年中国醋酸饮料行业市场运行态势剖析

第一节 2014年中国醋酸饮料行业动态分析

一、晋中市加快醋酸等项目建设

二、果醋饮料成奥运冠军新宠

第二节2014年中国醋酸饮料市场发展现状分析

一、"国标"出台加速行业洗牌

二、醋酸饮料市场规模分析

三、"醋溜族"带旺果醋饮料行业

第三节2014年中国醋酸饮料市场技术环境分析

一、苹果醋饮生产技术

二、柑橘果醋及柑橘果醋饮料加工技术

第四节 2014年中国醋酸饮料市场典型营销案例分析

第五章 2009-2014年中国醋酸饮料制造行业数据监测分析

第一节 2009-2014年中国醋酸饮料制造行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、从业人数增长分析

三、资产规模增长分析

第二节 2014年中国醋酸饮料制造行业结构分析

一、企业数量结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

二、销售收入结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

第三节 2009-2014年中国醋酸饮料制造行业产值分析

一、产成品增长分析

二、工业销售产值分析

三、出口交货值分析

第四节 2009-2014年中国醋酸饮料制造行业成本费用分析

一、销售成本统计

二、费用统计

第五节 2009-2014年中国醋酸饮料制造行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第六章 2006-2014年中国醋酸饮料相关产量数据统计分析

第一节 2009-2014年中国**产量统计分析

一、2009-2014年全国果汁及果汁饮料产量分析

二、2014年9月全国及主要省份果汁及果汁饮料产量分析

三、2014年9月果汁及果汁饮料产量集中度分析

第二节 2009-2014年中国碳酸饮料产量统计分析

一、2009-2014年全国碳酸饮料产量分析

- 二、2014年9月全国及主要省份碳酸饮料产量分析
- 三、2014年9月碳酸饮料产量集中度分析
- 第七章 2014年中国醋酸饮料市场运营态势分析
 - 第一节2014年中国醋酸饮料市场亮点频现
 - 第二节2014年中国醋酸饮料市场运行动态
 - 一、天地壹号推出国内首款罐装醋酸饮料
 - 二、果醋饮料走上《中华食品》
 - 第三节2014年中国醋酸饮料市场运行分析
 - 一、品牌醋饮企业未成气候
 - 二、果醋饮料在国内外饮料市场的占有率很低
 - 三、中国果醋饮料品牌市场份额
 - 四、果醋饮料零售状况分析
 - 第四节 2014年中国醋酸饮料市场价格走势分析
 - 第五节2014年中国醋酸饮料市场制约因素分析
- 第八章 2009-2014年中国醋酸饮料进出口数据监测分析
 - 第一节 2009-2014年中国醋酸饮料进口数据分析
 - 一、进口数量分析
 - 二、进口金额分析
 - 第二节 2009-2014年中国醋酸饮料出口数据分析
 - 一、出口数量分析
 - 二、出口金额分析
 - 第三节 2009-2014年中国醋酸饮料进出口平均单价分析
 - 第四节 2009-2014年中国醋酸饮料进出口国家及地区分析
 - 一、进口国家及地区分析
 - 二、出口国家及地区分析
- 第九章 2014年中国醋酸饮料市场营销解析
 - 第一节 2014年中国饮料行业营销现状分析
 - 一、国内饮料营销的五大派系
 - 二、饮料行业销售渠道探讨
 - 三、饮料业网络营销战略分析
 - 第二节 2014年中国果醋饮料卖点难产之惑解析
 - 第三节 2014年中国醋酸饮料市场营销策略剖析

- 一、果醋饮料市场产品定位
- 二、品类名解决消费者的口感障碍与亲近感问题
- 三、确核心消费群定位与果醋饮的诉求方向问题
- 四、相应的产品包装进行配套
- 五、以实际行动解决市场推广问题

第十章 2014年中国醋酸饮料市场竞争格局透析

第一节 2014年中国饮料业竞争形势分析

- 一、中国饮料行业的基本竞争准则
- 二、饮料巨头打响市场争夺战
- 三、饮料创新营造差异性竞争格局

第二节 2014年中国醋酸饮料市场竞争格局

- 一、中国果汁饮料竞争日趋激烈
- 二、醋酸饮料与替代品的竞争
- 三、企业博弈致标准难产

第三节 2014年中国醋酸饮料五大品牌竞争力分析

- 一、天地壹号
- 二、华生堂
- 三、海天
- 四、原创
- 五、麦金利

第四节 2014年中国醋酸饮料市场竞争优势

第五节 2015-2020年中国醋酸饮料行业竞争趋势分析

第十一章 2014年中国醋酸饮料优势生产企业竞争力及关键性数据分析（企业可自选）

第一节 广东天地壹号饮料有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第二节 河北养元保健饮品有限公司

- 一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 承德红源果业有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节 烟台杏源工贸有限公司果醋饮料分公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节 陕西祥云实业有限责任公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节 厦门市百味果酿造工业有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第七节 郑州国瑞食品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第八节 陕西省耀州区济南实业有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十二章 2014年中国果汁行业关联产业分析

第一节 2014年中国茶饮料市场运行分析

一、茶饮料成行业"领跑者"

二、茶饮料催生大市场

三、茶饮料的现代化发展浅析

四、茶饮料质量合格率上升

五、茶饮料市场三大品牌竞争格局

六、茶饮料市场前景预测分析

第二节 2014年中国碳酸饮料动态分析

一、中国碳酸饮料主流地位摇摇欲坠

二、碳酸饮料市场凸显"围城"效应

三、国内碳酸饮料市场营销大战解析

四、碳酸饮料标准"瘦身"

五、碳酸饮料市场将进一步缩小

第十三章 2015-2020年中国醋酸饮料行业发展趋势与前景展望

第一节 2015-2020年中国醋酸饮料行业发展前景分析

一、我国醋酸饮料市场发展前景乐观

二、我国醋酸饮料未来市场发展空间巨大

三、有望成食品业新增长点

第二节2015-2020年中国醋酸饮料行业发展趋势分析

一、饮料业大整合趋势明显

二、醋酸饮料产品市场营销趋势

三、醋酸饮料包装趋势分析

第三节2015-2020年中国醋酸饮料行业市场预测分析

一、未业中国醋酸饮料市场规模预测分析

二、果汁及果汁饮料产量预测分析

三、未业中国醋酸饮料市场需求预测分析

第四节 2015-2020年中国醋酸饮料市场盈利预测分析

第十四章 2015-2020年中国醋酸饮料行业投资战略研究

第一节2015-2020年中国醋酸饮料行业投资概况

一、中国醋酸饮料投资环境分析

二、中国醋酸饮料投资周期分析

第二节2015-2020年中国醋酸饮料行业投资机会分析

一、中国柑桔果汁产业拥有巨大商机

二、投资潜力分析

三、与产业链相关的投资机会分析

第三节 2015-2020年中国醋酸饮料行业投资风险预警

一、宏观调控政策风险

二、市场竞争风险

三、原料供给风险

四、市场运营机制风险

第四节 投资建议

图表目录：（部分）

图表：世界发达国家果醋饮料市场份额分析

图表：2009-2014年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2014年中国三产业增加值结构图

图表：2012-2014年中国CPI、PPI月度走势图

图表：2009-2014年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2009-2014年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：2009-2014中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表：2009-2014中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2009-2014年中国工业增加值增长趋势图

图表：2012-2014年我国工业增加值分季度增速

图表：2009-2014年我国全社会固定资产投资额走势图

图表：2009-2014年我国城乡固定资产投资额对比图

图表：2009-2014年我国财政收入支出走势图

图表：2012-2014年人民币兑美元汇率中间价

图表：2012-2014年中国货币供应量统计表 单位：亿元

图表：2014年中国货币供应量月度增速走势图

图表：2009-2014年中国外汇储备走势图

图表：2009-2014年央行利率调整统计表

图表：我国历年存款准备金率调整情况统计表

图表：2009-2014年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2009-2014年我国货物进出口总额走势图

图表：2009-2014年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2009-2014年中国就业人数走势图

图表：2009-2014年中国城镇就业人数走势图

图表：2009-2014年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表：2009-2014年我国总人口数量增长趋势图

图表：2014年人口数量及其构成

图表：2009-2014年我国普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数走势图

图表：2009-2014年我国广播和电视节目综合人口覆盖率走势图

图表：2009-2014年中国城镇化率走势图

图表：2009-2014年我国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图

图表：2009-2014年我国醋酸饮料制造行业企业数量增长趋势图

图表：2009-2014年我国醋酸饮料制造行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2009-2014年我国醋酸饮料制造行业从业人数增长趋势图

图表：2009-2014年我国醋酸饮料制造行业资产规模增长趋势图

图表：2014年我国醋酸饮料制造行业不同类型企业数量分布图

图表：2014年我国醋酸饮料制造行业不同所有制企业数量分布图

图表：2014年我国醋酸饮料制造行业不同类型企业销售收入分布图

图表：2014年我国醋酸饮料制造行业不同所有制企业销售收入分布图

图表：2009-2014年我国醋酸饮料制造行业产成品增长趋势图

图表：2009-2014年我国醋酸饮料制造行业工业销售产值增长趋势图

图表：2009-2014年我国醋酸饮料制造行业出口交货值增长趋势图

图表：2009-2014年我国醋酸饮料制造行业销售成本增长趋势图

图表：2009-2014年我国醋酸饮料制造行业费用使用统计图

图表：2009-2014年我国醋酸饮料制造行业主要盈利指标统计图

图表：2009-2014年我国醋酸饮料制造行业主要盈利指标增长趋势图

图表：2009-2014年全国果汁及果汁饮料产量分析

图表：2014年9月全国及主要省份果汁及果汁饮料产量分析

图表：2014年9月果汁及果汁饮料产量集中度分析

图表：2009-2014年全国碳酸饮料产量分析

图表：2014年9月全国及主要省份碳酸饮料产量分析

图表：2014年9月碳酸饮料产量集中度分析

图表：2009-2014年中国醋酸饮料进口数量分析

图表：2009-2014年中国醋酸饮料进口金额分析

图表：2009-2014年中国醋酸饮料出口数量分析

图表：2009-2014年中国醋酸饮料出口金额分析

图表：2009-2014年中国醋酸饮料进出口平均单价分析

图表：2009-2014年中国醋酸饮料进口国家及地区分析

图表：2009-2014年中国醋酸饮料出口国家及地区分析

图表：广东天地壹号饮料有限公司主要经济指标走势图

图表：广东天地壹号饮料有限公司经营收入走势图

图表：广东天地壹号饮料有限公司盈利指标走势图

图表：广东天地壹号饮料有限公司负债情况图

图表：广东天地壹号饮料有限公司负债指标走势图

图表：广东天地壹号饮料有限公司运营能力指标走势图

图表：广东天地壹号饮料有限公司成长能力指标走势图

图表：河北养元保健饮品有限公司主要经济指标走势图

图表：河北养元保健饮品有限公司经营收入走势图

图表：河北养元保健饮品有限公司盈利指标走势图

图表：河北养元保健饮品有限公司负债情况图

图表：河北养元保健饮品有限公司负债指标走势图

图表：河北养元保健饮品有限公司运营能力指标走势图

图表：河北养元保健饮品有限公司成长能力指标走势图

图表：承德红源果业有限公司主要经济指标走势图

图表：承德红源果业有限公司经营收入走势图

图表：承德红源果业有限公司盈利指标走势图

图表：承德红源果业有限公司负债情况图

图表：承德红源果业有限公司负债指标走势图

图表：承德红源果业有限公司运营能力指标走势图

图表：承德红源果业有限公司成长能力指标走势图

图表：烟台杏源工贸有限公司果醋饮料分公司主要经济指标走势图

图表：烟台杏源工贸有限公司果醋饮料分公司经营收入走势图

图表：烟台杏源工贸有限公司果醋饮料分公司盈利指标走势图

图表：烟台杏源工贸有限公司果醋饮料分公司负债情况图

图表：烟台杏源工贸有限公司果醋饮料分公司负债指标走势图

图表：烟台杏源工贸有限公司果醋饮料分公司运营能力指标走势图

图表：烟台杏源工贸有限公司果醋饮料分公司成长能力指标走势图

图表：陕西祥云实业有限责任公司主要经济指标走势图

图表：陕西祥云实业有限责任公司经营收入走势图

图表：陕西祥云实业有限责任公司盈利指标走势图

图表：陕西祥云实业有限责任公司负债情况图

图表：陕西祥云实业有限责任公司负债指标走势图

图表：陕西祥云实业有限责任公司运营能力指标走势图

图表：陕西祥云实业有限责任公司成长能力指标走势图

图表：厦门市百味果酿造工业有限公司主要经济指标走势图

图表：厦门市百味果酿造工业有限公司经营收入走势图

图表：厦门市百味果酿造工业有限公司盈利指标走势图

图表：厦门市百味果酿造工业有限公司负债情况图

图表：厦门市百味果酿造工业有限公司负债指标走势图

图表：厦门市百味果酿造工业有限公司运营能力指标走势图

图表：厦门市百味果酿造工业有限公司成长能力指标走势图

图表：郑州国瑞食品有限公司主要经济指标走势图

图表：郑州国瑞食品有限公司经营收入走势图
图表：郑州国瑞食品有限公司盈利指标走势图
图表：郑州国瑞食品有限公司负债情况图
图表：郑州国瑞食品有限公司负债指标走势图
图表：郑州国瑞食品有限公司运营能力指标走势图
图表：郑州国瑞食品有限公司成长能力指标走势图
图表：陕西省耀州区济南实业有限公司主要经济指标走势图
图表：陕西省耀州区济南实业有限公司经营收入走势图
图表：陕西省耀州区济南实业有限公司盈利指标走势图
图表：陕西省耀州区济南实业有限公司负债情况图
图表：陕西省耀州区济南实业有限公司负债指标走势图
图表：陕西省耀州区济南实业有限公司运营能力指标走势图
图表：陕西省耀州区济南实业有限公司成长能力指标走势图
图表：2015-2020年中国醋酸饮料市场规模预测分析
图表：2015-2020年中国果汁及果汁饮料产量预测分析
图表：2015-2020年中国未业中国醋酸饮料市场需求预测分析
图表：2015-2020年中国醋酸饮料市场盈利预测分析
图表：略

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/248943.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。