



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国果汁饮料市场 需求及投资前景分析报告

一、调研说明

《2016-2022年中国果汁饮料市场需求及投资前景分析报告》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/276668.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

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
3.2.3.4 2009-2015年安徽省果汁饮料产量统计	75
3.2.3.5 2009-2015年福建省果汁饮料产量统计	76
3.2.3.6 2009-2015年江西省果汁饮料产量统计	76
3.2.3.7 2009-2015年山东省果汁饮料产量统计	77
3.2.4 华中地区	77
3.2.4.1 2009-2015年河南省果汁饮料产量统计	77
3.2.4.2 2009-2015年湖北省果汁饮料产量统计	78
3.2.4.3 2009-2015年湖南省果汁饮料产量统计	78
3.2.5 华南地区	79
3.2.5.1 2009-2015年广东省果汁饮料产量统计	79
3.2.5.2 2009-2015年广西区果汁饮料产量统计	79
3.2.5.3 2009-2015年海南省果汁饮料产量统计	80
3.2.6 西南地区	80
3.2.6.1 2009-2015年重庆市果汁饮料产量统计	80
3.2.6.2 2009-2015年四川省果汁饮料产量统计	81
3.2.6.3 2009-2015年贵州省果汁饮料产量统计	81
3.2.6.4 2009-2015年云南省果汁饮料产量统计	82
3.2.7 西北地区	82
3.2.7.1 2009-2015年陕西省果汁饮料产量统计	82
3.2.7.2 2009-2015年甘肃省果汁饮料产量统计	83
3.2.7.3 2009-2015年新疆区果汁饮料产量统计	83

3.2.7.4 2009-2015年宁夏果汁饮料产量统计83

3.2.7.5 2009-2015年青海果汁饮料产量统计84

第四章 中国果汁饮料消费调查分析85

4.1 北京果汁饮料消费调查分析85

4.1.1 饮用和购买果汁饮料的频率85

我们通过采集主要城市样本（北京、上海、广州、深圳、成都、重庆、武汉、西安、沈阳、南京）得出下列消费者行为：北京不同性别消费者饮用果汁饮料的频率 地区 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 6015 0.7% 2.7% 10.1% 10.0% 4.3% 2.7% 3.0% 66.6% 资料来源：艾凯咨询网整理2014年最近三个月北京饮用和购买果汁饮料的频率 城市 买过 没有 北京 59.6% 40.4% 资料来源：艾凯咨询网整理

4.1.2 北京不同性别、年龄、收入层消费者饮用果汁饮料的频率85

北京不同性别年龄消费者饮用果汁饮料的频率 年纪 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 男性 3205 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 无收入着 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 无收入着 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 无收入者 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 无收入者 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4.1.6 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 茶饮料市场发展概况	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.icandata.com/view/276668.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提供专业投资咨询报告、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。