

2022-2028年中国果汁饮料 行业前景展望与投资前景分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2022-2028年中国果汁饮料行业前景展望与投资前景分析报告》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.cction.com/report/202201/260842.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

2019年，社会消费品零售总额411649亿元，同比增长8.0%。其中，除汽车以外的消费品零售额372260亿元，增长9.0%。2019年12月份，社会消费品零售总额38777亿元，同比增长8.0%。其中，除汽车以外的消费品零售额34349亿元，增长8.9%。2019年1-12月中国饮料零售额同比增长10.4%。2019年饮料类零售额增速与社会消费品累计零售总额增速对比 中企顾问网发布的《2022-2028年中国果汁饮料行业前景展望与投资前景分析报告》共十二章。首先介绍了中国果汁饮料行业市场发展环境、果汁饮料整体运行态势等，接着分析了中国果汁饮料行业市场运行的现状，然后介绍了果汁饮料市场竞争格局。随后，报告对果汁饮料做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国果汁饮料行业发展趋势与投资预测。您若想对果汁饮料产业有个系统的了解或者想投资中国果汁饮料行业，本报告是您不可或缺的重要工具。 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 果汁饮料行业基本特征分析1.1 果汁饮料的概述1.1.1 果汁饮料的定义1.1.2 果汁饮料的分类1.1.3 果汁饮料生产要求1.2 果汁饮料市场特征第二章 2015-2019年全球果汁饮料市场发展现状概述2.1 发展现状2.2 发展趋势 第三章 2015-2019年中国果汁饮料行业发展环境分析3.1 宏观经济环境3.1.1 中国GDP增长分析3.1.2 中国居民收入增长情况3.1.3 中国宏观经济运行分析3.2 政策环境3.2.1 正式实施3.2.2 国家标准实施3.2.3 食品包装国家标准和规定分析3.2.4 果汁饮料生产引用的相关标准3.3 市场消费环境3.3.1 中国人口及分布总体情况3.3.2 中国居民消费与恩格尔系数3.3.3 中国居民饮料消费情况分析3.3.4 中国社会消费品零售总额分析3.4 软饮料行业环境3.4.1 2019年中国饮料业回顾3.4.2 2015-2019年中国软饮料行业发展概况 第四章 2015-2019年中国果汁饮料所属行业市场发展现状4.1 中国果汁饮料所属行业市场现状4.1.1 中国果汁及蔬菜汁饮料市场现状4.1.2 2015-2019年中国果蔬所属行业产量和进出口状况4.1.3 中国果汁饮料市场新产品4.2 2019年中国果汁饮料所属行业市场分析 中国果汁零售量在经历了连续几年下滑之后，近年来销量有所提升，但增长速度仍较为缓慢，主要原因是随着人们生活水平的提高，消费者对饮料产品的质量要求越来越高，占据中国果汁市场较大份额的低浓度不再受到市场追捧。2018年中国果汁及果汁饮料零售量为141亿升，同比增长3.7%。预计2019年，中国果汁及果汁饮料零售量将达到146亿升。2014-2019年中国果汁及果汁饮料零售量及增长情况4.2.1 2019年中国果汁饮料零售市场结构4.2.2 2019年中国果汁饮料市场口味分布4.3 纯果汁饮料市场分析4.3.1 2019年中国纯果汁饮料市场竞争状况4.3.2 中国纯果汁饮料消费市场商机将凸显 第五章 2015-2019年中国果汁饮料所属行业经济运行状况5.1 2015-2019年中国果汁饮料所属行业发展分析5.2 2015-2019年中国果汁饮料所属行业总体运行情

况5.2.1 2015-2019年中国果汁饮料所属行业企业数量统计5.2.2 2015-2019年中国果汁饮料所属行业销售收入分析5.2.3 2015-2019年中国果汁饮料所属行业利润总额分析5.2.4 2015-2019年中国果汁饮料所属行业亏损情况分析5.3 2015-2019年中国果汁饮料所属行业资产负债状况5.3.1 2015-2019年中国果汁饮料所属行业资产状况分析5.3.2 2015-2019年中国果汁饮料所属行业资产负债率分析5.3.3 2015-2019年中国果汁饮料所属行业负债总额状况 第六章 2015-2019年中国果汁饮料所属行业供给分析6.1 2015-2019年中国果汁饮料产品生产情况6.1.1 2015-2019年中国果汁饮料产量总体情况6.1.2 2015-2019年中国果汁饮料区域产量概况6.2 2015-2019年中国华北地区果汁饮料产量统计6.3 2015-2019年中国东北地区果汁饮料产量统计6.4 2015-2019年中国华东地区果汁饮料产量统计6.5 2015-2019年中国华中地区果汁饮料产量统计6.6 2015-2019年中国华南地区果汁饮料产量统计6.7 2015-2019年中国西南地区果汁饮料产量统计6.8 2015-2019年中国西北地区果汁饮料产量统计 第七章 2015-2019年果汁饮料行业市场竞争分析7.1 饮料行业市场竞争结构7.1.1 2019年中国饮料行业区域竞争结构7.1.2 2019年中国饮料企业规模竞争结构7.1.3 2019年饮料企业资本性质竞争分析7.2 2019年中国果汁饮料行业集中度分析7.2.1 中国软饮料行业集中度分析7.2.2 中国果汁饮料行业企业集中度7.2.3 中国果汁饮料行业地区集中度7.3 果汁饮料市场竞争态势7.3.1 中国果汁饮料市场竞争格局分析7.3.2 2019年果汁饮料巨头之间竞争激烈7.3.3 2019年中国果汁饮料品牌竞争分析7.3.4 2019年中国果汁饮料主要品牌竞争手段分析 第八章 中国果汁果味饮料市场消费者调研分析8.1 中国果汁果味饮料蔬菜汁主要消费市场分析8.1.1 北京果汁果味饮料蔬菜汁消费调查分析8.1.2 合肥果汁果味饮料蔬菜汁消费调查分析8.1.3 上海果汁果味饮料蔬菜汁消费调查分析8.2 中国果汁饮料消费者人群及地域定位8.3 中国果汁饮料消费者产品口味偏好、收入构成及职业特点8.4 中国果汁饮料消费者网络媒体偏好及信息获取渠道8.5 国内外果汁饮料消费对比 第九章 2015-2019年果汁饮料产业竞争产品研究分析9.1 碳酸饮料9.1.1 碳酸饮料主要品种类型9.1.2 2015-2019年中国碳酸饮料产量分析9.1.3 2015-2019年中国碳酸饮料行业发展概况9.1.4 2015-2019年碳酸饮料行业资产规模分析9.1.5 2015-2019年中国碳酸饮料销售收入分析9.1.6 2019年中国碳酸饮料品牌市场竞争分析9.1.7 2015-2019年中国碳酸饮料利润总额分析9.1.8 2015-2019年中国碳酸饮料经营效益分析9.2 瓶装饮用水9.2.1 2015-2019年中国瓶装饮用水行业发展概况9.2.2 2015-2019年中国瓶装饮用水产量情况分析9.2.3 2015-2019年瓶装饮用水行业资产规模分析9.2.4 2015-2019年中国瓶装饮用水销售收入分析9.2.5 2019年中国瓶装饮用水品牌市场竞争分析9.2.6 2015-2019年中国瓶装饮用水利润总额分析9.2.7 2015-2019年中国瓶装饮用水经营效益分析 第十章 中国果汁饮料企业经营分析10.1 汇源集团10.1.1 企业发展简况分析10.1.2 企业经营情况分析10.1.3 企业经营优劣势分析10.2 统一集团10.2.1 企业发展简况分析10.2.2 企业经营情况分析10.2.3 企业经营优劣势分析10.3 康师傅集团10.3.1 企业发展简况分析10.3.2 企业经营情况分析10.3.3 企业经营优劣势分析10.4 国投中鲁果汁股份有限公司10.4.1 企

业发展简况分析10.4.2 企业经营情况分析10.4.3 企业经营优劣势分析10.5 海升果汁控股控股有限公司10.5.1 企业发展简况分析10.5.2 企业经营情况分析10.5.3 企业经营优劣势分析10.6 烟台北方安德利果汁股份有限公司10.6.1 企业发展简况分析10.6.2 企业经营情况分析10.6.3 企业经营优劣势分析 第十一章 中国果汁饮料行业营销分析11.1 销售渠道的基本模式11.1.1 厂家直销11.1.2 销售网络11.1.3 平台式销售11.1.4 农贸批发市场向周边自然辐射的模式11.1.5 销售渠道的变化模式11.2 果汁饮料企业超市渠道管理策略11.3 果汁饮料企业餐饮渠道管理策略11.4 果汁饮料企业竞争情报系统构建策略11.4.1 果汁饮料企业竞争情报内部情报系统构建策略11.4.2 果汁饮料企业竞争情报外部情报系统构建策略11.4.3 果汁饮料企业竞争情报相关组织部门构建策略11.5 饮料行业营销趋势分析11.5.1 核心目标策略11.5.2 品牌策略11.5.3 品牌延伸策略11.5.4 包装策略11.5.5 与时俱进11.5.6 促销策略11.5.7 体验营销和情感营销11.5.8 全方位广告11.5.9 提供赞助11.5.10 网络营销11.5.11 价格策略 第十二章 2022-2028年中国果汁饮料行业发展前景预测分析()12.1 中国果汁饮料业SWOT分析12.1.1 中国果汁饮料业发展存在的优势12.1.2 中国果汁饮料业发展存在的劣势12.1.3 中国果汁饮料业发展的机会分析12.1.4 中国果汁饮料业发展面临的威胁12.2 果汁饮料产品发展趋势预测12.2.1 中国饮料行业发展趋势分析12.2.2 纯天然高含量果汁饮料将成为必然发展方向12.2.3 复合果汁及复合果蔬汁将成为未来发展热点12.2.4 功能型果汁饮料的发展亦将成为未来的热点12.2.5 果蔬汁与牛奶有机结合饮料发展潜力巨大12.3 中国果汁饮料市场前景分析12.3.1 中国饮料市场走势和消费倾向分析12.3.2 未来果汁饮料行业市场竞争格局分析12.3.3 细分品类将成为果汁饮料市场主旋律12.4 2022-2028年中国果汁饮料市场预测分析12.4.1 2022-2028年中国软饮料市场规模预测12.4.2 2022-2028年中国果汁饮料零售规模预测() 图表目录 图表 1：果蔬汁类及其饮料规定的检验项目与方法 图表 2：国内果汁饮料品牌概况图 图表 3：国外果汁饮料品牌概况图 图表 4：2015-2019年中国国内生产总值统计分析图 图表 5：2015-2019年全国居民人均可支配收入及其增长速度图 图表 6：部分食品包装国家标准统计及图 图表 7：果蔬汁类及其饮料生产涉及的主要标准图 图表 8：中国人口数量及人口增长率图 图表 9：中国人口分布情况图 图表 10：饮料关注人群性别分布图 图表 11：饮料关注人群年龄分布图 图表 12：饮料关注人群地域分布TOP10图 图表 13：饮料决策因素分布图 图表 14：饮料关注人群品牌国别分布图 图表 15：饮料关注人群讨论品类分布图 图表 16：关注品类份额-年增长率分析图 图表 17：2015-2019年中国社会消费品零售总额统计图 图表 18：2015-2019年中国饮料产量统计图 图表 19：2019年中国饮料产量分省市统计图 图表 20：2015-2019年中国软饮料产量及其增长情况图 图表 21：2019年中国饮品、饮用水、酒类等产量统计图 图表 22：2019年中国软饮料地区产量分布情况图 图表 23：2015-2019年中国软饮料产销统计图 图表 24：2015-2019年中国软饮料产销率统计图 图表 25：2015-2019年中国蔬菜产量统计图 图表 26：2015-2019年中国水果产量统计图 图表 27：2015-2019年中国蔬菜出口规模统计图 图表 28：2015-2019年中国蔬菜出口金额统计图 图表 29：2015-2019年中国

水果出口规模统计更多图表请见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202201/260842.html>