

2013-2018年中国大枣饮料 市场分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2013-2018年中国大枣饮料市场分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/yinliao1307/P74380GI0T.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2013-07-17

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2013-2018年中国大枣饮料市场分析与投资前景研究报告》共十二章。首先介绍了中国大枣饮料行业的概念，接着分析了中国大枣饮料行业发展环境，然后对中国大枣饮料行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国大枣饮料行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国大枣饮料行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

通过《2013-2018年中国大枣饮料市场分析与投资前景研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

大枣饮料是由大枣经过浸提、配制而成的果汁饮料，主要包括枣汁、枣茶和枣醋饮料等。这些饮料大多具有酸甜适口、饮用方便、干净卫生，尤其是含有丰富的营养物质，保留了原枣汁的色、香、味等特点，因此深受人们的喜爱。

枣属鼠李科，是植物枣树的果实。枣起源于我国，有3000多年的栽培历史。我国种植枣树的地域很广，主要的栽培区域在黄河中下游的陕西、山西、河南、河北及山东等地区。据统计，我国枣树种植面积近30万万平方米，约8770.4万株，鲜枣年产量达42.32万吨，年高产可达55万吨以上。枣营养丰富，除含糖分较高外，Ca、P和Fe等矿物质元素及维生素含量也较高。早在《神农本草经》中，就将红枣列为上品，认为它具有补气健脾的功效。现在实验也证明，红枣有养血益气的功效。研究和探讨枣在我国的加工利用现状及发展趋势，有着十分重要的现实意义。

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2006-2012年进出口数据分析 85

第三节2013-2018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2013-2018年大枣饮料行业运行能力预测 87

一、2013-2018年大枣饮料行业总资产预测 87

- 二、2013-2018年大枣饮料行业工业总产值预测 88
- 三、2013-2018年大枣饮料行业产品销售收入预测 88
- 四、2013-2018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 2013-2018年全国市场规模及增长趋势 99

第四节 2013-2018年全国投资规模预测 99

第五节 2013-2018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、2006-2012年我国GDP及增长率统计 16

图表、2012年我国GDP分产业国内生产总值 17

图表、2012年全年我国分地区投资增长率 18

图表、2012年我国居民消费价格同比上涨情况 19

图表、2012年全年工业增加值增长率 20

图表、主要工业国家2012年经济增长数据 22

图表、金砖四国2012年经济增长数据 23

图表、2013-2018年我国固定资产投资预测 26

图表、2010-2012年我国国内生产总值预测 38

图表1999年8月—2012年7月社会消费品零售总额月度同比增长率(%) 44

图表1999年1-8月—2012年1-7月固定资产投资完成额月度累计同比增长率(%) 45

图表1999年8月—2012年7月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1999年8月—2012年7月居民消费价格指数(上年同月=100) 47

图表2006—2012年国内大枣饮料行业市场规模 49

图表、2006—2012年我国大枣饮料行业总资产统计表 50

图表、2012年大枣饮料行业销售利润率统计 50

图表、2009年大枣饮料经营情况 51

图表、2012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 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、2010-2012年郑州太阳谷生物科技有限公司效益指标分析 61

图表、2010-2012年郑州太阳谷生物科技有限公司偿债指标分析 62

图表、2010-2012年山西天骄食业有限公司效益指标分析 64

图表、2010-2012年山西天骄食业有限公司偿债指标分析 64

图表、2010-2012年沧州欧亚匡枣业有限公司效益指标分析 66

图表、2010-2012年沧州欧亚匡枣业有限公司偿债指标分析 66

图表、2010-2012年河南天方原创食品股份有限公司效益指标分析 68

图表、2010-2012年河南天方原创食品股份有限公司偿债指标分析 68

图表、2010-2012年新郑隆基生物科技食品有限公司效益指标分析 70

图表、2010-2012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、2006-2012年中国大枣饮料行业进出口变动表 85

数据来源：中国海关 85

图表、2013-2018年我国大枣饮料行业进出口金额预测表 85

资料来源：时间序列模型预测 86

图表、2013-2018年我国大枣饮料行业总资产预测表 87

图表、2013-2018年我国大枣饮料行业总产值预测表 88

图表、2013-2018年我国大枣饮料行业销售收入预测表 88

图表、2013-2018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、2013-2018年国内大枣饮料市场规模预测 99

图表、2013-2018年国内大枣饮料固定资产投资额预测 99

图表、2013-2018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

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/yinliao1307/P74380GI0T.html>