

# 2014-2018年中国醋酸饮料 市场深度调研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](http://www.bosidata.com)

# 报告报价

《2014-2018年中国醋酸饮料市场深度调研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/yinliao1401/728029A26O.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】2014-01-22

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：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《2014-2018年中国醋酸饮料市场深度调研与投资前景研究报告》共十三章。首先介绍了世界饮料行业整体运营状况、中国醋酸饮料行业市场发展环境等，接着分析了中国醋酸饮料行业市场运行的现状，然后介绍了中国醋酸饮料市场竞争格局。随后，报告对中国醋酸饮料做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国醋酸饮料行业发展趋势与投资战略。您若想对醋酸饮料产业有个系统的了解或者想投资醋酸饮料行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

对于饮料里的其他子行业，消费者对醋酸饮料还比较陌生，但是，随着人们健康理念的提升，未来醋酸饮料的市场潜力巨大。

醋酸饮料属于果汁饮料的一种，是在我国传统食醋酿造的基础上，配以一定的水果和中药材酿造而成，我国醋酸饮料一般以果醋为主。醋酸饮料在我国已经诞生数十多年，然而由于一些原因，目前我国醋酸饮料市场还没有做大做强。而醋酸饮料被称为继碳酸饮料、水饮料、茶饮料、果汁饮料和功能饮料之后的黄金饮品，可以看出，未来醋酸饮料的市场潜力巨大。

追求健康价值，是未来中国市场饮料发展的必然方向，而醋酸饮料也将迎来发展良机。

## 第一章 2012-2013年世界饮料行业整体运营状况分析

### 第一节 2012-2013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 2014-2018年世界饮料行业发展趋势分析

## 第二章 2012-2013年中国醋酸饮料行业市场发展环境解析

### 第一节 国内宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2014年中国宏观经济发展预测分析

### 第二节 2012-2013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 2012-2013年中国醋酸饮料市场社会环境分析

## 第三章 2012-2013年中国饮料行业运行形势透析

### 第一节 2012-2013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 2012-2013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 2012-2013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 2012-2013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 2012-2013年中国醋酸饮料行业市场运行态势剖析

##### 第一节 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 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 2012-2013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 2012-2013年中国醋酸饮料市场典型营销案例分析

#### 第五章 2011-2013年中国醋酸饮料制造行业数据监测分析

##### 第一节 2011-2013年中国醋酸饮料制造行业总体数据分析

- 一、2011年中国醋酸饮料制造行业全部企业数据分析
- 二、2012年中国醋酸饮料制造行业全部企业数据分析
- 三、2013年中国醋酸饮料制造行业全部企业数据分析

##### 第二节 2011-2013年中国醋酸饮料制造行业不同规模企业数据分析

- 一、2011年中国醋酸饮料制造行业不同规模企业数据分析
- 二、2012年中国醋酸饮料制造行业不同规模企业数据分析
- 三、2013年中国醋酸饮料制造行业不同规模企业数据分析

##### 第三节 2011-2013年中国醋酸饮料制造行业不同所有制企业数据分析

- 一、2011年中国醋酸饮料制造行业不同所有制企业数据分析
- 二、2012年中国醋酸饮料制造行业不同所有制企业数据分析
- 三、2013年中国醋酸饮料制造行业不同所有制企业数据分析

## 第六章 2011-2013年中国醋酸饮料相关产量数据统计分析

### 第一节 2011-2013年中国醋酸饮料制造产量数据统计分析

#### 一、2011-2012年中国醋酸饮料制造产量数据分析

#### 二、2013年中国醋酸饮料制造产量数据分析

#### 三、2013年中国醋酸饮料制造产量增长性分析

### 第二节 2011-2013年中国碳酸饮料产量数据统计分析

#### 一、2011-2012年中国碳酸饮料产量数据分析

#### 二、2013年中国碳酸饮料产量数据分析

#### 三、2013年中国碳酸饮料产量增长性分析

## 第七章 2012-2013年中国醋酸饮料市场运营态势分析

### 第一节 2012-2013年中国醋酸饮料市场亮点频现

### 第二节 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 2012-2013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 2012-2013年中国醋酸饮料市场价格走势分析

### 第五节 2012-2013年中国醋酸饮料市场制约因素分析

## 第八章 2012-2013年中国醋酸饮料市场营销解析

### 第一节 2012-2013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 2012-2013年中国果醋饮料卖点难产之惑解析

### 第三节 2012-2013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

## 第九章 2012-2013年中国醋酸饮料市场竞争格局透析

### 第一节 2012-2013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 2012-2013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 2012-2013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 2012-2013年中国醋酸饮料市场竞争优势

### 第五节 2014-2018年中国醋酸饮料行业竞争趋势分析

## 第十章 2012-2013年中国醋酸饮料优势生产企业竞争力分析

### 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

## 第十一章 2012-2013年中国果汁行业关联产业分析

### 第一节 2012-2013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 2012-2013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

## 第十二章 2014-2018年中国醋酸饮料行业发展趋势与前景展望分析

## 第一节 2014-2018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 2014-2018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 2014-2018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 2014-2018年中国醋酸饮料市场盈利预测分析

## 第十三章 2014-2018年中国醋酸饮料行业投资战略研究

### 第一节 2014-2018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 2014-2018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 2014-2018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 博思数据投资建议

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：2013年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2013年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2014年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2014年中国GDP增速预测

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家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/yinliao1401/728029A26O.html>