

2009-2012年柠檬饮料行业 发展前景分析及投资风险预测报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2009-2012年柠檬饮料行业发展前景分析及投资风险预测报告》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.abaogao.com/b/yinliao/M93271AUFW.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

[b]2009-2012年柠檬饮料行业发展前景分析及投资风险预测报告 内容介绍：[/b]

国内果汁领军人物汇源在与可口可乐的并购失败后,迅速推出“柠檬me”低果汁饮料作为其重新布局市场的重要一步。留意2009年果汁市场,不难发现,柠檬成为现在果汁饮料的流行指标。低浓度果汁饮料市场正掀起一场以维C柠檬果汁为概念的争夺战。最新市场调查数据显示,以补充维生素C为概念的柠檬饮料产品,已经取代接近市场饱和的橙汁饮料成为市场新宠。公开资料显示,农夫山泉“水溶C100”自08年夏天上市的半年后,率先在中国市场开创了一个补充维C的柠檬饮料新品类。这款后来被众多竞争对手竞相模仿的产品,在半年内就获得超过1亿元的销售额。在这款柠檬饮料大获全胜之后,无论是产品口味、包装设计、容量价格都相差无几的同类饮料纷纷上市,甚至连名称都是采用了中英结合的方式。娃哈哈率先加入战局,娃哈哈“HELLO-C”的宣传攻势在2009年春节期达到了高潮,铺天盖地的宣传让不少消费者记住了这款以健康和补充维C为卖点的柠檬汁饮料。更值得注意的是,汇源在和可口可乐联姻不成后,启动的“亮剑行动”就是以同质的柠檬饮料“柠檬me”作为突破口的。不过,市场渠道是柠檬me的软肋,这款新产品目前仍是雷声大雨点小,还未全国大面积铺货。此外,还有天喔茶庄的“C满全能”也占据该细分市场的不小份额。此举是企业的竞争策略,目前橙汁市场几近饱和,要进一步开拓市场就必须采取非同质化的竞争策略,增加卖点。而显然目前企业都纷纷把目光瞄准柠檬果汁市场。

从最先进军柠檬果汁市场的水溶C100,到后继者HELLO-C、柠檬me、C满全能等,不难发现他们有很多共同点。都采用最新的灌装技术,拥有时尚的外观,新潮的中英结合饮料名称,同属补充维C的柠檬饮料类功能饮料。同时,市场定位以时尚白领一族和学生族为主。而即使差异也体现得十分细微。水溶C100作为先行者,定位很高,从它每瓶4.5元的售价就可以看出,再加上时尚的外观带给人的耳目一新,瞬间掠走了消费者的芳心。HELLO-C标明柠檬汁含量12%,比水溶C100多一点,售价每瓶4元/瓶少一点,添加蜂蜜力图在果汁含量、售价和口味方面胜过水溶C100。柠檬me500毫升的瓶装容量,每瓶3.9元的售价,15%的果汁含量更是超越水溶C100和HELLO-C,加入蜂蜜,中和柠檬酸性,令口味更清新,无疑柠檬me在主打自己物美价廉,充分发挥汇源果汁在品牌、果汁饮料产能、原料供应方面的优势。在柠檬果汁领域,水溶C100、HELLO-C和新品柠檬me之间的一场恶战似乎已不可避免。

2009年饮料巨头们集体转向抢夺低浓度果汁饮料市场,预计上述公司全年押宝柠檬果汁的资金可能在10亿元以上。从消费心理上来看,果汁饮料在消费心理、消费习惯和消费目的等方面与其它饮料都存在着明显的差异。据分析,近年来茶饮料、新兴的复合型果汁饮料很快成为市场的新宠,这类饮料迎合了都市人群以健康为主的概念。低浓度果汁饮料的市场前景更是被

看好。尽管目前低浓度果汁饮料的市场竞争十分激烈,已被可口可乐、农夫果园、统一、康师傅等品牌占领。但目前市面上低浓度果汁的果汁含量一般只有10%以下,甚至5%以下,果汁成本还没有包装瓶成本高。而其中,尤其是补充维C的柠檬饮料新品类的前景十分被看好,对于很多追求健康概念的消费者来说,适量补充维生素C,是保持年轻活力、美容与增强免疫力的重要手段。喝瓶水就可以补充维C的简单方式,更容易被消费者接受。不过,由于各家山寨版、新品模仿痕迹浓重,缺乏各自明确的定位,很容易让人混淆视听,彼此形成冲击。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上,主要依据了国家统计局、国家海关总署、国家商务部、国务院发展研究中心、国家经济信息中心、国家农业部、中国饮料工业协会、中国食品工业协会、全国商业信息中心、国内外相关刊物杂志的基础信息以及柠檬饮料研究单位等公布和提供的大量资料,结合中研普华公司对柠檬饮料相关企业的实地调查,对中国柠檬饮料市场发展分析[/b]

第一节 2008年世界柠檬饮料市场分析

- 一、2008年世界柠檬饮料市场回顾
- 二、2008年世界柠檬饮料市场环境
- 三、2008年全球柠檬饮料销售分析
- 四、2008年世界柠檬饮料市场规模

第二节 2009年世界柠檬饮料市场分析

- 一、2009年全球柠檬饮料需求分析
- 二、2009年世界柠檬饮料市场规模
- 三、2009年全球柠檬饮料品牌分析
- 四、2009年中外柠檬饮料市场对比

第三节 主要国家地区柠檬饮料市场分析

- 一、2008-2009年美国柠檬饮料市场调研市场分析
- 二、2008-2009年欧洲柠檬饮料市场分析
- 三、2008-2009年日本柠檬饮料市场分析
- 四、2008-2009年韩国柠檬饮料市场调研市场分析
- 五、2008-2009年其他国家柠檬饮料市场

[b]第二章 中国柠檬饮料行业投资与发展前景分析[/b]

第一节 2009年上半年柠檬饮料行业投资情况分析

- 一、2009年上半年总体投资结构
- 二、2009年上半年投资规模情况
- 三、2009年上半年投资增速情况

四、2009年上半年分行业投资分析

五、2009年上半年分地区投资分析

第二节 柠檬饮料行业投资机会分析

一、柠檬饮料投资项目分析

二、可以投资的柠檬饮料模式

三、2009年柠檬饮料投资机会

四、2009年柠檬饮料细分行业投资机会

五、2009年柠檬饮料投资新方向

第三节 柠檬饮料行业发展前景分析

一、柠檬饮料市场发展前景分析

二、中国柠檬饮料行业竞争格局分析[/b]

第一节 柠檬饮料行业集中度分析

一、柠檬饮料市场集中度分析

二、柠檬饮料企业集中度分析

三、柠檬饮料区域集中度分析

第二节 柠檬饮料行业主要企业竞争力分析

一、重点企业资产总计对比分析

二、重点企业从业人员对比分析

三、重点企业全年营业收入对比分析

四、重点企业利润总额对比分析

五、重点企业综合竞争力对比分析

第三节 柠檬饮料行业竞争格局分析

一、2008年柠檬饮料行业竞争分析

二、2008年中外柠檬饮料产品竞争分析

三、2008-2009年国内外柠檬饮料竞争分析

四、2008-2009年中国柠檬饮料行业赢利水平分析[/b]

第一节 成本分析

一、2008-2009年柠檬饮料原材料价格走势

二、2008-2009年柠檬饮料行业人工成本分析

第二节 产销运存分析

一、2008-2009年柠檬饮料行业产销情况

二、2008-2009年柠檬饮料行业库存情况

三、2008-2009年柠檬饮料行业资金周转情况

第三节 盈利水平分析

一、2008-2009年柠檬饮料行业价格走势

二、2008-2009年柠檬饮料行业营业收入情况

三、2008-2009年柠檬饮料行业毛利率情况

四、2008-2009年柠檬饮料行业赢利能力

五、2008-2009年柠檬饮料行业赢利水平

六、2009-2012年柠檬饮料行业赢利预测

[b]第十一章 柠檬饮料行业盈利能力分析[/b]

第一节 2009年中国柠檬饮料行业投资策略分析[/b]

第一节 行业发展特征

一、行业的周期性

二、行业的区域性

三、行业的上下游

四、行业经营模式

第二节 行业投资形势分析

一、行业发展格局

二、行业进入壁垒

三、行业SWOT分析

四、行业五力模型分析

第三节 柠檬饮料行业投资效益分析

一、2009年柠檬饮料行业投资状况分析

二、2009年柠檬饮料行业投资效益分析

三、2009-2012年柠檬饮料行业投资方向

四、2009-2012年柠檬饮料行业投资建议

第四节 柠檬饮料行业投资策略研究

一、2008年柠檬饮料行业投资策略

二、2009年柠檬饮料行业投资策略

三、2009-2012年柠檬饮料行业投资策略

四、2009-2012年柠檬饮料细分行业投资策略

[b]第十四章 柠檬饮料行业投资风险预警[/b]

第一节 影响柠檬饮料行业发展的主要因素

一、2009年影响柠檬饮料行业运行的有利因素

二、2009年影响柠檬饮料行业运行的稳定因素

三、2009年影响柠檬饮料行业运行的不利因素

四、2009年中国柠檬饮料行业发展趋势分析[/b]

第一节 2009-2012年中国柠檬饮料发展趋势分析

第二节 2009-2012年柠檬饮料产品发展趋势分析

一、2009-2012年柠檬饮料产品技术趋势分析

二、2009-2012年柠檬饮料产品价格趋势分析

第三节 2009-2012年中国柠檬饮料市场规模

图表：2008-2009年柠檬饮料重要数据指标比较

图表：2008-2009年中国柠檬饮料发展前景预测

图表：2001-2008年美国柠檬饮料市场调研市场销售规模

图表：2009-2012年美国柠檬饮料市场调研市场销售规模预测

图表：2002-2008年英国柠檬饮料市场调研市场规模

图表：2002-2008年英国柠檬饮料市场调研市场占全球和欧洲份额比较

图表：2009-2012年英国柠檬饮料市场调研市场规模预测

图表：2008-2012年英国柠檬饮料市场调研市场规模及其预测趋势图

图表：2002-2008年德国柠檬饮料市场调研市场规模

图表：2002-2008年德国柠檬饮料市场调研市场占全球和欧洲份额比较

图表：2009-2012年德国柠檬饮料市场调研市场规模预测

图表：2008-2012年德国柠檬饮料市场调研市场规模及其预测趋势图

图表：2002-2008年日本柠檬饮料市场规模

图表：2002-2008年日本柠檬饮料市场占全球和亚洲份额比较

图表：2009-2012年日本柠檬饮料市场规模预测

图表：2009-2012年日本柠檬饮料市场规模趋预测势图

图表：2002-2008年中国柠檬饮料行业国有企业工业数据

图表：2009年1-9月中国柠檬饮料行业集体企业工业数据

图表：2009年1-9月中国柠檬饮料行业股份合作制企业工业数据

图表：2009年1-9月中国柠檬饮料行业股份制企业工业数据

图表：2009年1-9月中国柠檬饮料行业私营企业工业数据

图表：2009年1-9月中国柠檬饮料行业外商和港澳台投资企业工业数据

图表：2009年1-9月中国柠檬饮料行业其他类型企业工业数据

图表：2009年1-9月中国不同所有制柠檬饮料企业累计工业总产值对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制柠檬饮料企业累计产品销售收入对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制柠檬饮料企业累计资产总计对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制柠檬饮料企业累计利润总额对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制柠檬饮料企业累计工业总产值增长对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制柠檬饮料企业累计产品销售收入增长对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制柠檬饮料企业累计利润总额增长对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制柠檬饮料企业产销率对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制柠檬饮料企业流动资产周转次数对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制柠檬饮料企业人均销售率对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制柠檬饮料企业亏损面对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制柠檬饮料企业销售利润率对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制柠檬饮料企业资金利税率对比

图表：2009年1-9月柠檬饮料产品产量北京市统计

图表：2009年1-9月柠檬饮料产品产量天津市统计

图表：2009年1-9月柠檬饮料产品产量河北省统计

图表：2009年1-9月柠檬饮料产品产量内蒙古统计

图表：2009年1-9月柠檬饮料产品产量辽宁省统计

图表：2009年1-9月柠檬饮料产品产量吉林省统计

图表：2009年1-9月柠檬饮料产品产量黑龙江统计

图表：2009年1-9月柠檬饮料产品产量上海市统计

图表：2009年1-9月柠檬饮料产品产量江苏省统计

图表：2009年1-9月柠檬饮料产品产量浙江省统计

图表：2009年1-9月柠檬饮料产品产量安徽省统计

图表：2009年1-9月柠檬饮料产品产量福建省统计

图表：2009年1-9月柠檬饮料产品产量江西省统计

图表：2009年1-9月柠檬饮料产品产量山东省统计

图表：2009年1-9月柠檬饮料产品产量河南省统计

图表：2009年1-9月柠檬饮料产品产量湖北省统计

图表：2009年1-9月柠檬饮料产品产量湖南省统计

图表：2009年1-9月柠檬饮料产品产量广东省统计

图表：2009年1-9月柠檬饮料产品产量广西区统计

图表：2009年1-9月柠檬饮料产品产量海南省统计

图表：2009年1-9月柠檬饮料产品产量四川省统计

图表：2009年1-9月柠檬饮料产品产量云南省统计

图表：2009年1-9月柠檬饮料产品产量陕西省统计

图表：2009年1-9月柠檬饮料产品产量甘肃省统计

图表：2009年1-9月柠檬饮料产品产量青海省统计

图表：2009年1-9月柠檬饮料产品产量宁夏区统计

图表：2009年1-9月柠檬饮料产品产量新疆区统计

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/yinliao/M93271AUFW.html>