

2014-2018年中国粗粮饮料 市场竞争力分析及投资前景研究报告

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

《2014-2018年中国粗粮饮料市场竞争力分析及投资前景研究报告》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/yinliao1311/W450434R0E.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】2013-11-04

【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年中国粗粮饮料市场竞争力分析及投资前景研究报告》共十三章。首先介绍了中国粗粮饮料行业市场发展环境、中国粗粮饮料整体运行态势等，接着分析了中国粗粮饮料行业市场运行的现状，然后介绍了中国粗粮饮料市场竞争格局。随后，报告对中国粗粮饮料做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国粗粮饮料行业发展趋势与投资预测。您若想对粗粮饮料产业有个系统的了解或者想投资粗粮饮料行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

改革开放以来，中国饮料业经历了碳酸饮料、瓶装水、茶饮料、果汁饮料、功能饮料、凉茶饮料、乳饮料等七次产业浪潮，饮料成为中国发展最快的行业之一。数据显示，2012年全国饮料行业总产量为13024.01万吨，比去年同期增长10.73%，而以大豆、小米、高粮、芝麻等为原料的粗粮饮料增长率则达到20%以上，远远超过行业增长水平。如同中国饮料工业协会所言“——粗粮饮品是饮料市场未来五年的发展”。

粗粮饮料市场巨大，这已经是被国际饮料市场证明的事实；随着中国经济的持续增长和国民收入的快速增加，人们的消费观念、健康观念也在不断升级，饮料更多地 在风味化、时尚化的基础上，迈向营养化和功能化。由于粗粮天生具备“天然、绿色、营养、健康”的品类特征，符合饮料市场发展潮流和趋势，正越来越受到消费者喜爱。

业内认为，粗粮产业链的上中下游整合能力将成为衡量企业市场地位高低的标志。未来的竞争将不再是单纯的产品之间或企业之间的竞争，而是一个产业链条和另一个产业链条的竞争。唯有依托雄厚的资金实力，强大研发能力和完善的营销体系，整合供应商、经销商、服务商资源，才能真正推动中国的粗粮健康食品产业的发展。

随着人们生活节奏的加快，便捷地“补充”健康所需要的营养，成为了食品行业的一道新课题。而中国人对吃谷物的健康追求让谷物饮料成为理想的选择之一，加之都市年轻人将五谷作为时尚的追捧，粗粮饮料将成为消费者快捷、方便的“以喝代吃”的中国式的快餐。

随着中国经济的持续增长和国民收入的快速增加，人们的消费观念、健康观念也在不断升级，饮料更多地 在风味化、时尚化的基础上，迈向营养化和功能化。由于粗粮天生具备“天然、绿色、营养、健康”的品类特征，符合饮料市场发展潮流和趋势，正越来越受到消费者喜爱。

专家认为，粗粮产业链的上中下游整合能力将成为衡量企业市场地位高低的标志。未来的竞争将不再是单纯的产品之间或企业之间的竞争，而是一个产业链条和另一个产业链条的竞

争。唯有依托雄厚的资金实力，强大研发能力和完善的营销体系，整合供应商、经销商、服务商资源，才能真正推动中国的粗粮健康食品产业的发展。

第一章 2013年中国饮料行业运行新形势透析

第一节 2013年中国饮料行业总体概述

一、中国饮料产业国际地位分析

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 2013年中国饮料行业运行状况

一、饮料市场百花齐放，逆势增长

二、我国饮料市场三足鼎立之势

第三节 我国饮料市场热点关注

一、饮料行业频发“门”事件

二、饮料行业引入风险投入资金，刮起“并购风”

第四节 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

第五节 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、新国标出台饮料业又遇新门槛

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

第二章 2013年中国粗粮饮料行业发展环境分析

第一节 国内粗粮饮料经济环境分析

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、2013年中国粗粮饮料经济发展预测分析

第二节 中国粗粮饮料行业政策环境分析

第三章 2013年中国粗粮饮料业运行态势分析

第一节 2013年中国粗粮饮料业运行总况

- 一、粗粮饮料的兴起
- 二、粗粮回归 五谷精华渐成饮料新生代
- 三、粗粮饮料营养价值及利润情况分析
- 四、粗粮饮料成饮料蓝海
- 五、粗粮饮料加工业生产问题探讨

第二节 2013年中国粗粮饮料市场探析

- 一、消费者重健康 粗粮饮料试水市场
- 二、粗粮饮料迅速抢占市场份额
- 三、杂粮饮料欲“痛饮”节庆市场
- 四、饮料业劲刮“营养风”五谷健康喝出来
- 五、小洋人力推粗粮饮料

第四章 2007-2013年中国粗粮饮料加工行业数据监测分析

第一节 2007-2013年中国粗粮饮料加工行业规模分析

- 一、企业数量增长分析
- 二、从业人数增长分析
- 三、资产规模增长分析

第二节 2013年中国粗粮饮料加工行业结构分析

- 一、企业数量结构分析
 - 1、不同类型分析
 - 2、不同所有制分析
- 二、销售收入结构分析
 - 1、不同类型分析
 - 2、不同所有制分析

第三节 2007-2013年中国粗粮饮料加工行业产值分析

- 一、产成品增长分析
- 二、工业销售产值分析
- 三、出口一交货值分析

第四节 2007-2013年中国粗粮饮料加工行业成本费用分析

- 一、销售成本统计

二、费用统计

第五节 2007-2013年中国粗粮饮料加工行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第五章 2008-2013年中国粗粮饮料加工业相关产量数据分析

第一节 2008-2013年中国软饮料产量数据统计分析

一、2008-2012年中国软饮料产量数据分析

二、2013年中国软饮料产量数据分析

三、2013年中国软饮料产量增长性分析

第二节 2008-2013年中国果汁和蔬菜汁饮料产量数据统计分析

一、2008-2012年中国果汁和蔬菜汁饮料产量数据分析

二、2013年中国果汁和蔬菜汁饮料产量数据分析

三、2013年中国果汁和蔬菜汁饮料产量增长性分析

第六章 2013年中国粗粮饮料市场消费调查

第一节 消费者基本情况分析

一、性别占比

二、年龄分布

三、职业

四、对粗粮饮料认知情况

第二节 2013年中国消费者购买粗粮饮料行为调研

一、消费者选用粗粮饮料的目的

二、消费者最常喝粗粮饮料品牌

三、消费者对粗粮饮料价格敏感度分析

第三节 影响消费者选择运动型饮料因素分析

第七章 2013年中国粗粮饮料市场营销解析

第一节 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 2013年中国粗粮饮料卖点解析

第三节 2013年中国粗粮饮料市场营销策略剖析

- 一、粗粮饮料市场产品定位
- 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

第四节 2013年中国粗粮饮料市场营销策略分析

- 一、粗粮饮料概念营销
- 二、粗粮饮料精细营销分析

第八章 2013年中国粗粮饮料市场竞争格局透析

第一节 2013年中国饮料业竞争简况

- 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 2013年中国粗粮饮料市场竞争动态分析

- 一、中国粗粮饮料程度
- 二、粗粮饮料与替代品的竞争
- 三、粗粮饮料品牌竞争分析
- 四、粗粮饮料竞争优势分析

第三节 2013年中国粗粮饮料行业集中度分析

- 一、市场集中度分析
- 二、生产企业的集中分布

第四节 2014-2018年中国粗粮饮料行业竞争趋势分析

第九章 2013年中国粗粮饮料行业重点企业分析

第一节 河北小洋人生物乳业集团有限公司

- 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 味宝食品（昆山）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 中绿（福建）农业综合开发有限公司

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 遂平县华瑞希之源有限公司

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

第五节 北京市味宝食品工业有限公司

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

第六节 中绿(福建)食品实业有限公司

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

第七节 湖北希之源生物工程有限公司

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 济南中天乳业科技发展有限公司

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

第九节 佛山市广粮饮料食品有限公司

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

第十章 2013年中国粗粮饮料产业上游原料透析——粗粮

第一节 粗粮基础阐述

一、粗粮特性

二、粗粮品种

三、粗粮的营养价值

四、粗粮的食有原则

第二节 2013年中国粮食综合生产能力解析

一、中国粮食产量概况

二、中国粮食供需状况分析

三、支撑中国粮食产量增长的因素

四、中国粮食综合生产能力新趋势

第三节 2013年中国粮食产业链解析

一、中国粮食产业链存在四大缺陷

二、改善中国粮食产业链的主要环节

三、中国出现市场化粮食生产新机制

四、优化中国区域资源与效率整合配置

第十一章 2007-2013年中国粗杂粮市场运行动态分析

第一节 2007-2013年中国粗杂粮市场数据监测

一、中国粗杂粮种植概况

二、中国粗杂粮生产情况

三、中国粗杂粮市场需求情况分析

1、消费者购买数量的日渐增多

2、杂粮市场逐步走向平稳

四、中国杂粮市场价格走势分析

1、价格管控机制分析

2、价格波动影响因素

第二节 2013年中国杂粮加大发展力度的重点品种分析

一、甜高粱

二、马铃薯

三、甘薯

四、木薯

第三节 2013年中国杂粮着力发展杂粮优势品种分析

一、加大从国外引进良种

二、加紧在国内开展提纯复壮，良种繁育，推广新品种

第四节 2014-2018年中国粗粮市场前景预测分析

第十二章 2014-2018年中国粗粮饮料产业前景展望与趋势预测

第一节 2014-2018年中国粗粮饮料行业发展前景分析

- 一、我国粗粮饮料市场发展前景乐观
- 二、我国粗粮饮料未来市场发展空间巨大
- 三、有望成饮料业新增长点

第二节 2014-2018年中国粗粮饮料行业发展趋势分析

- 一、饮料业大整合趋势明显
- 二、粗粮饮料产品市场营销趋势
- 三、粗粮为主要原料的谷物饮料是目前饮料发展的又一趋势

第三节 2014-2018年中国粗粮饮料行业市场预测分析

- 一、中国饮料产量预测分析
- 二、中国粗粮饮料市场规模预测分析
- 三、粗粮饮料市场供需预测分析

第四节 2014-2018年中国粗粮饮料市场盈利预测分析

第十三章 2014-2018年中国粗粮饮料行业投资战略研究

第一节 2014-2018年中国粗粮饮料行业投资环境分析

第二节 2014-2018年中国粗粮饮料行业投资机会分析

- 一、中国粗粮饮料投资潜力分析
- 二、与产业链相关的投资机会分析

第三节 2014-2018年中国粗粮饮料行业投资风险分析

- 一、宏观调控政策风险
- 二、市场竞争风险
- 三、原料供给风险
- 四、其他风险

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：2012年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2012年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2013年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2013年中国GDP增速预测

图表：略……

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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/yinliao1311/W450434R0E.html>