

# 2014-2019年中国椰子汁行业 监测与投资方向研究报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2014-2019年中国椰子汁行业监测与投资方向研究报告》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.cction.com/report/201408/111071.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

椰子汁为棕榈科植物椰树的果实椰果的抽取汁液。汁清如水，且相当清甜、晶莹透亮，清凉解渴。一个好椰子，大约有两玻璃杯的水，内含两汤匙糖，以及蛋白质、脂肪、维生素C及钙、磷、铁、钾、镁、钠等矿物质，是营养极为丰富的饮料。另外椰子汁清如水、甜如蜜，晶莹透亮，是极好的清凉解渴之品。椰汁和椰肉都含有丰富的营养素。椰汁清如水甜如蜜，饮之甘甜可口。在炎热的夏季，椰汁有很好的清凉消暑、生津止渴的功效。椰汁还有强心、利尿、驱虫、止呕止泻的功效。

据了解，目前我国椰子汁市场需求越来越大。有关调查显示，全国椰子汁的需求量为远远不能满足日益膨胀的市场需求。市场需求增大，企业有利可图，椰子汁企业和品牌便迅速涌现，导致同质化现象也日益突出，尤其在外包装、口味等方面越来越接近。这是行业竞争的结果，但是如果真正立足市场，还需要靠自身的创新。

虽然椰子是亚热带沿海地区的特有水果，但椰汁饮料的销售范围早已经扩展到全国各地，比如我们的产品湖南等内地市场都有着不错的销量。这样的市场需求使得海南以外地区的饮料生产企业也开始涉足椰汁市场。据了解，除海南外，在广东、浙江、上海等有着较好饮料工业基础的省市，已经出现了一大批采取贴牌生产方式运作的椰汁饮料企业，还有部分内陆企业通过在菲律宾等其它亚热带国家投资建设自有生产基地，从当地采购椰浆原料进行生产，比如上海绿加饮料公司。

椰子汁所处果汁饮料行业竞争激烈。虽然目前的饮料市场依然被碳酸饮料、茶饮料及水饮料占据着绝大部分的份额，但是果汁饮料的市场潜力同样吸引着饮料的巨头们。主要的品牌有北京的华邦、如梦、汇源和广州的都乐。其它的果汁饮料有统一牌的荔枝多、苹果多，上海的佳得乐等。据有关资料显示，统一企业正计划出资30亿元新台币收购内地的食品和饮料生产企业，希望通过收购当地同业企业，挤掉可口可乐公司，重夺内地第一大果汁销售商的地位。而百事可乐的果缤纷已经在全国范围内上市，康师傅对果汁饮料市场的投入力度也是前所未有的。一场果汁饮料市场的斗争也愈演愈烈。

本行业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、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。我们对椰子汁行业进行了长期追踪，结合我们对椰子汁相关企业的调查研究，对我国椰子汁行业发展现状与前景、市场竞争格局与形势、赢利水平与企业发展、投资策略与风险预警、发展趋势与规划建议等进行深入研究，并重点分析了椰子汁行业的前景与风险。报告揭示了椰子汁市场潜在需求与潜在机会，为战略投资者选择恰当

的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

## 报告目录

### 第一部分椰子汁行业发展概述

#### 第一章椰子汁概述1

##### 第一节椰子汁定义1

##### 第二节椰子汁行业发展历程1

##### 第三节椰子汁分类情况2

##### 第四节椰子汁产业链分析4

###### 一、产业链模型介绍4

###### 二、椰子汁产业链模型分析11

#### 第二章2013年中国椰子汁行业发展环境分析12

##### 第一节2013年中国经济环境分析12

##### 第二节2013年中国椰子汁行业发展政策环境分析16

###### 一、行业政策影响分析16

###### 二、相关行业标准分析24

##### 第三节行业相关规划分析24

###### 一、《饮料行业“十二五”发展规划建议》24

###### 二、《食品工业“十二五”发展规划》27

##### 第四节国内主要生产方法41

#### 第三章中国椰子汁生产现状分析42

##### 第一节椰子汁产能概况42

###### 一、2009-2013年产能分析42

###### 二、2014-2019年产能预测43

##### 第三节椰子汁市场容量概况43

###### 一、2009-2013年市场容量分析43

###### 二、产能配置与产能利用率调查44

###### 三、2014-2019年市场容量预测44

##### 第四节椰子汁产业的生命周期分析44

#### 第四章椰子汁国内产品价格走势及影响因素分析48

##### 第一节2012年国内产品价格回顾48

##### 第二节2013年国内产品市场价格及评述49

第三节国内产品价格影响因素分析	49
第四节2014-2019年国内产品未来价格走势预测	50
第五章2013年我国椰子汁行业发展现状分析	51
第一节我国椰子汁行业发展现状	51
一、椰子汁行业品牌发展现状	51
二、椰子汁行业需求市场现状	51
三、椰子汁市消费结构分析	52
第二节中国椰子汁产品技术分析	52
一、椰子汁产品主要生产技术	52
二、椰子汁产品市场的新技术进展	53
三、2014-2019年椰子汁产品技术趋势	54
第三节中国椰子汁行业存在的问题	55
一、椰子汁产品市场存在的主要问题	55
二、国内椰子汁产品市场的三大瓶颈	56
三、椰子汁产品解决问题的对策	56
第六章2014-2019年年中国椰子汁行业投资概况	59
第一节2013年椰子汁行业投资情况分析	59
一、2013年总体投资结构	59
二、2013年投资规模情况	59
三、2013年投资增速情况	60
第二节2014-2019年椰子汁投资新方向	60
第二部分椰子汁行业竞争分析	
第七章椰子汁行业市场竞争策略分析	62
第一节行业竞争结构分析	62
一、现有企业间竞争	62
二、潜在进入者分析	63
三、替代品威胁分析	64
四、供应商议价能力	64
五、客户议价能力	65
第二节椰子汁市场竞争策略分析	66
一、椰子汁市场增长潜力分析	66
二、椰子汁产品竞争策略分析	66

三、典型企业产品竞争策略分析	68
第三节椰子汁企业竞争策略分析	69
一、2014-2019年我国椰子汁市场竞争趋势	69
二、2014-2019年椰子汁行业竞争格局展望	70
三、2014-2019年椰子汁行业竞争策略分析	71
第八章2014-2019年中国椰子汁行业发展前景预测分析	72
第一节2014-2019年中国椰子汁行业发展预测分析	72
一、未来椰子汁发展分析	72
二、未来椰子汁行业技术开发方向	73
三、总体行业“十二五”整体规划及预测	74
第二节2014-2019年中国椰子汁行业市场前景分析	76
一、产品差异化是企业发展的方向	76
二、渠道重心下沉	76
第九章椰子汁上游原材料供应状况分析	79
第一节主要原材料	79
第二节2013年主要原材料价格变动及供应情况	83
第三节2014-2019年主要原材料未来价格及供应情况预测	84
第十章椰子汁行业上下游行业分析	86
第一节上游行业分析	86
一、发展现状	86
二、发展趋势预测	86
三、行业新动态及其对椰子汁行业的影响	87
四、行业竞争状况及其对椰子汁行业的意义	87
第二节下游行业分析	91
第十一章椰子汁国内重点生产厂家分析	99
第一节椰树集团	99
一、企业基本概况	99
二、企业重点产品分析	100
三、2013年企业经营状况	101
四、2013年企业SWOT分析	103
五、2014-2019年企业发展前景	106
第二节海南新大食品有限公司	106

- 一、企业基本概况106
- 二、企业重点产品分析107
- 三、2013年企业经营状况108
- 四、2013年企业SWOT分析110
- 五、2014-2019年企业发展前景113
- 第三节海南椰岛集团114
  - 一、企业基本概况114
  - 二、企业重点产品分析115
  - 三、2013年企业经营状况117
  - 四、2013年企业SWOT分析120
  - 五、2014-2019年企业发展前景120
- 第四节苏萨食品国际集团股份有限公司120
  - 一、企业基本概况120
  - 二、企业重点产品分析121
  - 三、2013年企业经营状况122
  - 四、企业组织结构分析123
  - 五、2014-2019年企业发展战略123
- 第五节海口椰彩食品有限公司127
  - 一、企业基本概况127
  - 二、企业重点产品分析128
  - 三、2013年企业经营状况128
  - 四、企业营销中心组织架构分析129
  - 五、2014-2019年企业发展战略129
- 第十二章椰子汁地区销售分析130
  - 第一节椰子汁“东北地区”销售分析130
  - 第二节椰子汁“华北地区”销售分析132
  - 第三节椰子汁“中南地区”销售分析132
- 第三部分椰子汁行业投资战略研究
- 第十三章2014-2019年中国椰子汁行业投资战略研究137
  - 第一节2014-2019年中国椰子汁行业投资策略分析137
    - 一、椰子汁产品投资策略137
    - 二、椰子汁细分行业投资策略138

三、椰子汁行业产业链投资战略	139
第二节2014-2019年中国椰子汁行业品牌建设策略	142
一、椰子汁行业品牌规划	142
二、椰子汁行业品牌建设	148
第三节椰子汁行业发展战略研究	151
一、战略综合规划	151
二、技术开发战略	153
三、业务组合战略	156
四、区域战略规划	159
五、产业战略规划	169
六、营销品牌战略	170
第十四章2014-2019年市场指标预测及行业项目投资建议	177
第一节2014-2019年椰子汁市场指标预测	177
一、2014-2019年椰子汁行业供给预测	177
二、2014-2019年椰子汁行业需求预测	178
三、2014-2019年椰子汁行业盈利预测	178
第二节2014-2019年椰子汁项目投资建议	179
一、项目投资注意事项	179
二、生产开发注意事项	179
三、销售注意事项	180
第十五章2014-2019年椰子汁行业发展趋势及投资风险分析	192
第一节当前椰子汁存在的问题	192
第二节椰子汁未来发展预测分析	193
一、中国椰子汁发展方向分析	193
二、2014-2019年中国椰子汁行业发展规模	194
三、2014-2019年中国椰子汁行业发展趋势预测	194
第三节2014-2019年中国椰子汁行业投资风险分析	196
一、市场竞争风险	196
二、原材料压力风险分析	197
三、技术风险分析	198
四、政策和体制风险	198
五、外资进入现状及对未来市场的威胁	199

## 图表目录

图表：椰子汁产业链模型11

图表：2009-2013年国内生产总值及其增长速度12

图表：2013年GDP核算数据按产业分析13

图表：2011-2013年GDP环比增长速度13

图表：2009-2013年城镇新增就业人数分析14

图表：2009-2013年国内生产总值与全部就业人员比率14

图表：2013年居民消费价格月度涨跌幅度15

图表：2013年居民消费价格比上年涨跌幅度15

图表：2009-2013年农村居民人均纯收入16

图表：2009-2013年城镇居民人均可支配收入16

图表：2009-2013我国椰子汁产能及增速情况42

图表：2014-2019年我国椰子汁产能及增速情况预测43

图表：2009-2013年我国椰子汁市场容量及增速情况43

图表：2009-2013年我国椰子汁产能利用情况分析44

图表：2014-2019年我国椰子汁市场容量预测44

图表：行业发展周期理论47

图表：2012-2013年我国椰子汁企业数量情况51

图表：2009-2013年我国椰子汁市场需求及增速情况51

图表：椰子汁市场消费结构52

图表：椰子汁整体投资结构59

图表：2009-2013年我国椰子汁行业整体投资规模59

图表：2009-2013年我国椰子汁行业整体投资增速情况60

图表：2014年3月14日椰子价格行情86

图表：椰牛SWOT分析与可能战略113

图表：2013年上半年海南椰岛股份有限公司经营分析118

图表：2012年全年海南椰岛股份有限公司经营分析118

图表：2012-2013年海南椰岛股份有限公司成长能力分析119

图表：2012-2013年海南椰岛股份有限公司盈利能力分析119

图表：2012-2013年海南椰岛股份有限公司运营能力分析119

图表：2012-2013年海南椰岛股份有限公司偿债能力分析119

图表：苏萨食品国际集团股份有限公司主要椰子汁产品121

图表：苏萨食品国际集团股份有限公司企业组织结构分析123

图表：海口椰彩食品有限公司主要椰汁产品分析128

图表：海口椰彩食品有限公司营销中心架构图129

图表：椰子汁行业品牌规划简化142

图表：区域发展战略咨询流程图166

图表：区域SWOT战略分析图167

图表：2014-2019年我国椰子汁行业供给预测177

图表：2014-2019年我国椰子汁需求预测178

图表：椰子汁行业盈利能力分析178

图表：2014-2019年我国椰子汁市场规模及增速情况预测194

图表：2002-2011年我国及东盟椰子产量197

图表：我国椰子进出口情况分析197

图表：中国和椰子主产国椰子贸易竞争力指数（TC）情况199

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201408/111071.html>