

2017-2022年中国果酒行业市场运营态势及投资前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国果酒行业市场运营态势及投资前景预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/295947.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

果酒是水果本身的糖分被酵母菌发酵成为酒精的酒，含有水果的风味与酒精。因此民间的家庭时常会自酿一些水果酒来饮用。如李子酒，葡萄酒，猕猴桃酒等等。因为这些水果表皮会有一些野生的酵母，加上一些蔗糖，因此不需要额外添加酵母也能有一些发酵作用，但民间传统做酒的方法往往旷日费时，也容易被污染。所以外加一些活性酵母是快速酿造水果酒的理想方法。

果酒是用水果酿造的酒，是人类最早学会酿造的酒，早在6000年前苏美尔人和古埃及人已经会酿造葡萄酒了。自然界中的单糖大部分存在于各种水果之中，主要为葡萄糖和果糖，水果中的糖在合适的温度和湿度条件下，就可以被自然界中存在的微生物发酵产生酒精，早在几万年以前，人类已经会贮存食物，采集贮存的水果，经一段时间后，就会自然产生酒精，尤其在湿度较高的欧洲，对酒精比较敏感的孕妇吃了这种水果可能会流产，经过几万年的自然选择，欧洲的白种人对酒精都有了一定的抵抗力，大部分人喝酒脸不变色；而在亚洲因为冬季气候寒冷又干燥，水果不容易发酵，缺乏这种自然选择的机会，因此黄种人酒精过敏的比例较高，大部分人喝酒都会脸红，尤其是从未接触过酒精的印地安人，有一种说法认为印地安民族是毁于白种人带去的酒和梅毒。

空白市场。果酒在中国市场仅仅起步十多年，还没有找到一个成熟的销售模式。营养健康需求。在人们普遍注重营养健康时代，顺应潮流，消费需求，发展趋势。连带效应。四季水果可以延伸几百种甚至上千种果酒、果脯、果汁产品产业生产，不仅在中国销售市场前景广阔，在国外市场也定会大受欢迎，因为我们是资源大国，其他国家无法媲美。销量巨大。五大酒类市场全国一年大约5000亿销量，如果果酒连带产业兴起能够占领20—60%，那就是几百亿、几千亿的市场份额，前景不可想象。（五大酒类：白酒，黄酒，啤酒，红酒，紫酒）

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。

报告目录：

第一章中国低度果酒行业pest模型分析

第一节低度果酒行业定义统计标准

一、低度果酒行业概念及分类

二、低度果酒行业统计部门和统计口径

三、低度果酒行业产业链结构分析

四、低度果酒行业发展周期分析

第二节中国低度果酒行业政策环境分析（p）

一、行业相关政策动向

二、行业产品质量标准

三、行业生产安全标准

四、行业贸易环境分析

五、行业“十三五”发展规划

第三节中国低度果酒行业经济环境分析（e）

一、国际宏观经济及对低度果酒行业影响

二、国内宏观经济及对低度果酒行业影响

三、食品制造行业主要经济指标分析

四、低度果酒行业在食品制造行业地位分析

第四节中国低度果酒行业社会环境分析（s）

一、我国人口因素及对低度果酒行业影响

二、低度果酒人均消费及发展影响

三、国内生活方式及对低度果酒行业影响

第五节中国低度果酒行业技术环境分析（t）

一、生产技术

二、安全检测技术

第二章2014-2015年全球低度果酒行业市场发展状况分析

第一节2014-2015年世界低度果酒行业发展状况

一、世界低度果酒行业生产情况

二、世界低度果酒消费及趋势分析

三、世界低度果酒行业发展趋势分析

第二节美国低度果酒行业现状分析

一、美国低度果酒行业的市场现状

二、美国低度果酒行业的市场特征

第三节日本低度果酒行业现状分析

一、日本低度果酒行业的市场规模

二、日本低度果酒行业的市场特征

三、日本饮料市场销售特征

第四节欧洲低度果酒行业市场状况

一、欧洲低度果酒行业的市场现状

二、欧洲低度果酒行业的市场特征

第五节主要跨国低度果酒公司在中国市场的投资布局

第三章2014-2015年我国低度果酒行业现状及市场发展分析

第一节2014-2015年我国低度果酒行业发展现状

- 一、低度果酒行业市场规模
- 二、低度果酒行业产品发展现状
- 三、低度果酒行业消费市场现状

第二节2014-2015年低度果酒行业发展特点分析

- 一、市场格局特点
- 二、产品创新特点
- 三、营销服务特点
- 四、市场品牌特点

第三节2014-2015年低度果酒市场结构和价格走势分析

- 一、2014-2015年我国低度果酒市场结构和价格走势概述
- 二、2014-2015年我国低度果酒市场结构分析
- 三、2014-2015年我国低度果酒市场价格走势分析

第四节2014-2015年重点城市低度果酒市场发展情况

第四章2014-2015年中国低度果酒行业财务指标与供需情况分析

第一节2014-2015年中国低度果酒行业经济运行主要特点

第二节2014-2015年低度果酒行业财务指标分析

- 一、经营效益
- 二、盈利能力
- 三、运营能力
- 四、偿债能力
- 五、发展能力

第三节2014-2015年全国低度果酒行业供给情况分析

- 一、全国低度果酒行业总产值分析
- 二、全国低度果酒行业产成品分析
- 三、各地区低度果酒行业供给情况分析

第四节2014-2015年全国低度果酒行业需求情况分析

- 一、全国低度果酒行业销售产值分析
- 二、全国低度果酒行业销售收入分析
- 三、各地区低度果酒行业需求情况分析
- 四、全国低度果酒行业产销率分析

第五节2014-2015年中国低度果酒行业进出口分析

一、行业出口分析

- 1、行业出口整体情况
- 2、行业出口产品结构
- 3、低度果酒行业出口前景及建议

二、行业进口分析

- 1、行业进口整体情况
- 2、行业进口产品结构
- 3、低度果酒行业进口前景及建议

第五章低度果酒区域市场情况分析

第一节华北地区

- 一、2014-2015年行业发展现状分析
- 二、2014-2015年市场需求情况分析
- 三、2014-2015年市场规模情况分析
- 四、2014-2015年行业竞争格局分析
- 五、2014-2015年消费者的偏好分析
- 六、2017-2022年行业发展趋势分析

第二节东北地区

- 一、2014-2015年行业发展现状分析
- 二、2014-2015年市场需求情况分析
- 三、2014-2015年市场规模情况分析
- 四、2014-2015年行业竞争格局分析
- 五、2014-2015年消费者的偏好分析
- 六、2017-2022年行业发展趋势分析

第三节华东地区

- 一、2014-2015年行业发展现状分析
- 二、2014-2015年市场需求情况分析
- 三、2014-2015年市场规模情况分析
- 四、2014-2015年行业竞争格局分析
- 五、2014-2015年消费者的偏好分析
- 六、2017-2022年行业发展趋势分析

第四节华南地区

- 一、2014-2015年行业发展现状分析
- 二、2014-2015年市场需求情况分析

三、2014-2015年市场规模情况分析

四、2014-2015年行业竞争格局分析

五、2014-2015年消费者的偏好分析

六、2017-2022年行业发展趋势分析

第五节中南地区

一、2014-2015年行业发展现状分析

二、2014-2015年市场需求情况分析

三、2014-2015年市场规模情况分析

四、2014-2015年行业竞争格局分析

五、2014-2015年消费者的偏好分析

六、2017-2022年行业发展趋势分析

第六节西南地区

一、2014-2015年行业发展现状分析

二、2014-2015年市场需求情况分析

三、2014-2015年市场规模情况分析

四、2014-2015年行业竞争格局分析

五、2014-2015年消费者的偏好分析

六、2017-2022年行业发展趋势分析

第七节西北地区

一、2014-2015年行业发展现状分析

二、2014-2015年市场需求情况分析

三、2014-2015年市场规模情况分析

四、2014-2015年行业竞争格局分析

五、2014-2015年消费者的偏好分析

六、2017-2022年行业发展趋势分析

第六章中国低度果酒行业消费市场分析

第一节中国低度果酒消费者收入分析

一、中国人口、人民生活分析

二、2014-2015年消费者收入水平

三、2015年消费者信心指数分析

第二节低度果酒行业产品目标客户群体调查

一、不同收入水平消费者偏好调查

二、不同年龄的消费者偏好调查

三、不同地区的消费者偏好调查

第三节低度果酒市场消费需求分析

- 一、低度果酒市场的消费需求变化
- 二、低度果酒行业的需求情况分析
- 三、2015年低度果酒品牌市场消费需求趋势

第四节低度果酒消费市场状况分析

- 一、低度果酒行业消费特点
- 二、低度果酒消费者分析
- 三、低度果酒消费结构分析
- 四、低度果酒消费的市场变化
- 五、低度果酒市场的消费方向

第五节不同客户购买相关的态度及影响分析

- 一、价格敏感程度
- 二、品牌的影响
- 三、购买方便的影响
- 四、广告的影响程度
- 五、包装的影响程度

第六节低度果酒行业产品的品牌市场调查

- 一、消费者对行业品牌认知度宏观调查
- 二、消费者对行业产品的品牌偏好调查
- 三、消费者对行业品牌的首要认知渠道
- 四、消费者经常购买的品牌调查
- 五、低度果酒行业品牌忠诚度调查
- 六、低度果酒行业品牌市场占有率调查
- 七、消费者的消费理念调研

第七章低度果酒行业竞争格局与竞争策略分析

第一节波特五力模型分析

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节行业集中度分析

- 一、市场集中度分析
- 二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节2014-2015年低度果酒行业竞争格局分析

- 一、2014-2015年国内外低度果酒竞争分析
- 二、2014-2015年我国低度果酒市场竞争分析
- 三、2014-2015年我国低度果酒市场集中度分析
- 四、2017-2022年国内主要低度果酒企业动向
- 五、2015年国内低度果酒拟在建项目分析

第四节低度果酒市场竞争策略分析

- 一、2015年低度果酒市场增长潜力分析
- 二、2015年低度果酒主要潜力品种分析
- 三、现有低度果酒产品竞争策略分析
- 四、典型企业品牌竞争策略分析

第五节低度果酒企业竞争策略分析

- 一、低度果酒行业竞争格局的影响因素分析
- 二、2017-2022年我国低度果酒市场竞争趋势
- 三、2017-2022年低度果酒行业竞争策略分析
- 四、2017-2022年低度果酒企业竞争策略分析

第八章主要低度果酒企业竞争分析

第一节宁夏红枸杞产业集团有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2014-2015年经营状况
- 四、2017-2022年发展战略

第二节莆田绿森庄园酒业有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2014-2015年经营状况
- 四、2017-2022年发展战略

第三节伊春市忠芝大山王酒业有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2014-2015年经营状况
- 四、2017-2022年发展战略

第四节伊春市雪源饮品股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2014-2015年经营状况

四、2017-2022年发展战略

第五节安康圣桑农业科技有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2014-2015年经营状况

四、2017-2022年发展战略

第六节大兴安岭超越野生浆果加工有限责任公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2014-2015年经营状况

四、2017-2022年发展战略

第七节沾化县雁来红酿酒厂

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2014-2015年经营状况

四、2017-2022年发展战略

第八节吉林省林海雪原酿酒有限责任公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2014-2015年经营状况

四、2017-2022年发展战略

第九节伊春市鑫野实业有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2014-2015年经营状况

四、2017-2022年发展战略

第十节上海川果实业有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2014-2015年经营状况

四、2017-2022年发展战略

第九章低度果酒行业发展趋势与前景预测

第一节我国低度果酒行业前景与机遇分析

一、我国低度果酒行业发展前景

二、我国低度果酒发展机遇分析

第二节2017-2022年中国低度果酒市场趋势分析

一、2014-2015年低度果酒市场趋势总结

二、2017-2022年低度果酒市场发展空间

三、2017-2022年低度果酒产业政策趋向

四、2017-2022年低度果酒技术革新趋势

五、2017-2022年低度果酒价格走势分析

六、2017-2022年国际环境对行业的影响

七、2017-2022年低度果酒发展趋势分析

第三节未来低度果酒需求与消费预测

一、2017-2022年低度果酒产品消费预测

二、2017-2022年低度果酒市场规模预测

三、2017-2022年低度果酒行业总产值预测

四、2017-2022年低度果酒行业销售收入预测

第四节2017-2022年中国低度果酒行业供需预测

一、2017-2022年中国低度果酒供给预测

二、2017-2022年中国低度果酒需求预测

三、2017-2022年中国低度果酒供需平衡预测

四、2017-2022年中国低度果酒产品价格趋势

五、2017-2022年主要低度果酒产品进出口预测

第十章低度果酒行业投资现状与投资环境分析

第一节2014-2015年低度果酒行业投资情况分析

一、2015年总体投资及结构

二、2015年投资规模及增速

三、2015年分行业投资分析

四、2015年分地区投资分析

五、2015年外商投资情况

第二节经济发展环境分析

一、我国宏观经济形势分析

二、2017-2022年投资趋势及其影响预测

第二节政策法规环境分析

第三节技术发展环境分析

- 一、2015年低度果酒技术发展分析
- 二、2017-2022年低度果酒技术发展趋势分析

第四节社会发展环境分析

第十一章低度果酒行业投资机会与风险分析

第一节行业活力系数比较及分析

- 一、2015年相关产业活力系数比较
- 二、2014-2015行业活力系数分析

第二节行业投资收益率比较及分析

- 一、2015年相关产业投资收益率比较
- 二、2014-2015行业投资收益率分析

第三节低度果酒行业投资效益分析

- 一、2014-2015年低度果酒行业投资状况分析
- 二、2017-2022年低度果酒行业投资效益分析
- 三、2017-2022年低度果酒行业投资趋势预测
- 四、2017-2022年低度果酒行业的投资方向
- 五、2017-2022年低度果酒行业投资的建议
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析

第四节影响低度果酒行业发展的主要因素（swot分析）

- 一、2017-2022年影响低度果酒行业运行的有利因素分析
- 二、2017-2022年影响低度果酒行业运行的不利因素分析
- 三、2017-2022年我国低度果酒行业发展面临的挑战分析
- 四、2017-2022年我国低度果酒行业发展面临的机遇分析

第五节低度果酒行业投资风险及控制策略分析

- 一、2017-2022年低度果酒行业市场风险及控制策略
- 二、2017-2022年低度果酒行业政策风险及控制策略
- 三、2017-2022年低度果酒行业经营风险及控制策略
- 四、2017-2022年低度果酒行业技术风险及控制策略
- 五、2017-2022年低度果酒行业同业竞争风险及控制策略
- 六、2017-2022年低度果酒行业其他风险及控制策略

第十二章低度果酒行业投资战略研究

第一节低度果酒行业发展战略研究

- 一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节对我国低度果酒品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、低度果酒实施品牌战略的意义

三、低度果酒企业品牌的现状分析

四、我国低度果酒企业的品牌战略

五、低度果酒品牌战略管理的策略

第三节低度果酒经营策略分析

一、低度果酒市场细分策略

二、低度果酒市场创新策略

三、饮料品牌定位与品类规划

四、低度果酒新产品差异化战略

第四节投资战略研究

一、2015年低度果酒投资战略

二、2015年低度果酒行业投资战略

三、2017-2022年低度果酒行业投资战略

图表目录：

图表：低度果酒产业链分析

图表：全球低度果酒市场规模

图表：全球低度果酒生命周期

图表：2015年我国低度果酒行业主要经济指标

图表：2015年我国低度果酒出厂价格和消费价格月度涨幅

图表：2015年低度果酒销售收入中商华研分析

图表：2015年低度果酒销售收入增长趋势图

图表：2015年低度果酒不同规模企业销售额

图表：2015年低度果酒不同规模企业销售额对比图

图表：2015年低度果酒不同规模企业销售额对比图

图表：2015年低度果酒不同所有制企业销售额

图表：2015年低度果酒不同所有制企业销售额

图表：2015低度果酒不同所有制企业销售额对比图

图表：2015低度果酒利润总额

图表：2015年低度果酒利润总额增长趋势图

图表：2015低度果酒不同规模企业利润总额

图表：2015年低度果酒不同规模企业利润总额对比图

图表：2015年低度果酒不同所有制企业利润总额

图表：2015年低度果酒不同所有制企业利润总额对比图

图表：2014-2015年低度果酒资产总额

图表：2011-2015年低度果酒总资产增长趋势图

图表：2014-2015年低度果酒不同规模企业总资产

图表：2014-2015年低度果酒不同规模企业总资产对比图

图表：2014-2015年低度果酒不同所有制企业总资产

图表：2014-2015年低度果酒不同所有制企业总资产对比图

图表：2015年低度果酒亏损面

图表：2015年低度果酒亏损企业亏损总额

图表：2015年低度果酒销售毛利率趋势图

图表：2015年低度果酒成本费用率

图表：2015年低度果酒成本费用利润率趋势图

图表：2015年低度果酒销售利润率趋势图

图表：2015年低度果酒应收账款周转率对比图

图表：2015年低度果酒流动资产周转率对比图

图表：2015年低度果酒总资产周转率对比图

图表：2015年低度果酒资产负债率对比图

图表：2015年低度果酒利息保障倍数对比图

图表：2014-2015年中国低度果酒发展能力分析

图表：2014-2015年中国低度果酒竞争力分析

图表：低度果酒市场调查对象情况分析

图表：低度果酒消费者消费习惯调查

图表：消费者对低度果酒产品价格认同情况调查分析

图表：消费者购买渠道情况调查分析

图表：低度果酒消费者品牌状况调查分析

图表：2014-2015年中国消费者低度果酒品牌构成

图表：低度果酒消费者性别比例

图表：低度果酒消费者年龄分布

图表：低度果酒消费者购买频率分析

图表：低度果酒消费者购买低度果酒的规格

图表：低度果酒消费者购买低度果酒消费金额

图表：消费者低度果酒关注度调查分析

图表：影响消费者购买的因素调查分析

图表：2017-2022年中国低度果酒产能预测

图表：2017-2022年中国低度果酒消费量预测

图表：2017-2022年中国低度果酒市场前景预测

图表：2017-2022年中国低度果酒市场价格走势预测

图表：2017-2022年中国低度果酒发展前景预测

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/295947.html>