2015-2020年中国果酒行业
市场分析与发展前景分析报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2015-2020年中国果酒行业市场分析与发展前景分析报告》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.chinairr.org/report/R07/R0702/201503/09-177253.html

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: http://www.chinairr.org

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

所谓果酒，即是以果品为原料经发酵酿制而成的低度饮料酒，酒度一般在12%Vol左右，主要成分除乙醇外，还有糖、有机酸、酯类及维生素等。果酒具有低酒度、高营养、益脑健身等特点，可促进血液循环和机体的新陈代谢，控制体内胆固醇水平，改善心脑血管功能，同时具有利尿，激发肝功能和抗衰老的功效。果酒含有大量的多酚，能起到抑制脂肪在人体中堆积的作用。随着人们生活水平的提高以及对生活质量的更高要求，果酒的诸多优点和独特功效受到越来越多的重视。随着人民生活水平的提高以及果酒生产者等各方面的共同努力，最近几年我国果酒业结束了长期徘徊不前的局面，发展呈现出良好的态势，如广东省投资建设了数家以荔枝为原料的果酒加工厂，浙江宁波地区也建成了杨梅酒和桑椹酒生产基地。另外，西北地区的枸杞酒、天津的果酒也都进行了规模化生产和管理。这些，都显示着我国的果酒业正在健康地向前发展。

目前，在世界上虽然果酒占饮料酒的比例为15—20%， 而在中国果酒只占饮料酒的1%不到。我国果酒的人均年消费量为0.2—0.3升，而世界人均年消费量为6升，彼此之间相差甚远，但同时说明我国果酒市场有潜力可挖。随着人们健康意识的加强，果酒正以其低酒度、高营养、好口感的特点而越来越被众多消费者认同和接受。尽管短时间内，我国的果酒消费量不可能同比增长，但是，我国的果酒市场绝对有着充分的发展空间和市场前景。如果我们总是固守在葡萄酒这一传统而古老的领域，将会制约果酒行业的快速发展。近年来，欧美等国也在大力提倡用苹果、樱桃，梨子等水果来酿造果酒，投放市场后取得了较大成功。据统计，我国水果年产量约8000多万吨，位居世界首位，而且将以每年10%的速度增长，但我国水果深加工却十分低下，用于加工的不到10%， 其中加工量最大的葡萄也只占20%左右，欧美国家的葡萄80%用于酿酒，巴西、美国的柑橘80%用于深加工，如果水果的深加工问题得不到有效解决，将在一定程度上制约农村经济的发展。因此，面对我国十分丰富的水果资源和高速成长中的果酒消费市场，因地制宜地实施果酒品种的多样化发展，将具有十分积极的意义和深远的影响。

目前我国的果酒产业中，葡萄酒占了大部分的市场份额，其他果种开发力度还相对较小，只有苹果酒、枸杞酒、青梅酒、杨梅酒、猕猴桃酒、黑加仑酒等稍有知名度，还有大量的果种资源没有得到开发利用，造成了极大的浪费。而多种水果混合酿制的复合果酒还多处于研究阶段，少有投放市场。为此，应加大复合果酒的研制生产，或研制果酒与其他酒种结合生产混合酒。不仅要开发出口感好、品质高、品种丰富的果酒，同时还要注意兼备保健性、营养性、功能性。不但要扩大果酒的品种，还应有针对性地开发市场，通过市场调研，有计划、有目的地开发适合不同年龄、性别和消费能力的消费人群的果酒产品。加强市场营销及企

业管理，提高果酒的知名度，吸引更多的消费者。广大消费者对果酒的营养价值还不是很了解，因而果酒的消费受到限制。果酒业今后要赢得更多的消费者，就必须加强对产品的宣传和对市场的培育；要通过多种途径、多种方式向消费者宣传果酒的营养价值、饮用方法，以激起消费者的购买欲望，让喝果酒的人感到自己是站在时代的前沿，是引导潮流的先行者。

本报告由中国产业研究报告网的资深专家和研究人员通过长期周密的市场调研，参考国家统计局、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、行业协会、全国及海外专业研究机构提供的大量权威资料，并对多位业内资深专家进行深入访谈的基础上，通过与国际同步的市场研究工具、理论和模型撰写而成。全面而准确地为您从行业的整体高度来架构分析体系。让您全面、准确地把握整个果酒行业的市场走向和发展趋势。

本报告专业！权威！报告根据果酒行业的发展轨迹及多年的实践经验，对中国果酒行业的内外部环境、行业发展现状、产业链发展状况、市场供需、竞争格局、标杆企业、发展趋势、机会风险、发展策略与投资建议等进行了分析，并重点分析了我国果酒行业将面临的机遇与挑战，对果酒行业未来的发展趋势及前景作出审慎分析与预测。是果酒企业、学术科研单位、投资企业准确了解行业最新发展动态，把握市场机会，正确制定企业发展战略的必备参考工具，极具参考价值！

第一章 中国果酒行业PEST模型分析
第一节 果酒行业定义统计标准
一、果酒行业概念及分类
二、果酒行业统计部门和统计口径
三、果酒行业产业链结构分析
四、果酒行业发展周期分析
第二节 中国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“十二五”发展规划
第三节 中国果酒行业经济环境分析（E）
一、国际宏观经济及对果酒行业影响
二、国内宏观经济及对果酒行业影响
三、食品制造行业主要经济指标分析

四、果酒行业在食品制造行业地位分析
第四节 中国果酒行业社会环境分析（S）
一、我国人口因素及对果酒行业影响
二、果酒人均消费及发展影响
三、国内生活方式及对果酒行业影响
第五节 中国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 2013-2014年全球果酒行业市场发展状况分析
第一节 2013-2014年世界果酒行业发展状况
一、世界果酒行业生产情况
二、世界果酒消费及趋势分析
三、世界果酒行业发展趋势分析
第二节 美国果酒行业现状分析
一、美国果酒行业的市场现状
二、美国果酒行业的市场特征
第三节 日本果酒行业现状分析
一、日本果酒行业的市场规模
二、日本果酒行业的市场特征
三、日本饮料市场销售特征
第四节 欧洲果酒行业市场状况
一、欧洲果酒行业的市场现状
二、欧洲果酒行业的市场特征
第五节 主要跨国果酒公司在中国市场的投资布局

第三章 2013-2014年我国果酒行业现状及市场发展分析
第一节 2013-2014年我国果酒行业发展现状
一、果酒行业市场规模
二、果酒行业产品发展现状
三、果酒行业消费市场现状
第二节 2013-2014年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 2013-2014年果酒市场结构和价格走势分析
一、2013-2014年我国果酒市场结构和价格走势概述
二、2013-2014年我国果酒市场结构分析
三、2013-2014年我国果酒市场价格走势分析
第四节 2013-2014年重点城市果酒市场发展情况

第四章 2013-2014年中国果酒行业财务指标与供需情况分析
第一节 2013-2014年中国果酒行业经济运行主要特点
第二节 2013-2014年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 2013-2014年全国果酒行业供给情况分析
一、全国果酒行业总产值分析
二、全国果酒行业产成品分析
三、各地区果酒行业供给情况分析
第四节 2013-2014年全国果酒行业需求情况分析
一、全国果酒行业销售产值分析
二、全国果酒行业销售收入分析
三、各地区果酒行业需求情况分析
四、全国果酒行业产销率分析
第五节 2013-2014年中国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、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、果酒行业进口前景及建议

第五章 果酒区域市场情况分析
第一节 华北地区
一、2013-2014年行业发展现状分析
二、2013-2014年市场需求情况分析
三、2013-2014年市场规模情况分析
四、2013-2014年行业竞争格局分析
五、2013-2014年消费者的偏好分析
六、2015-2020年行业发展趋势分析
第二节 东北地区
一、2013-2014年行业发展现状分析
二、2013-2014年市场需求情况分析
三、2013-2014年市场规模情况分析
四、2013-2014年行业竞争格局分析
五、2013-2014年消费者的偏好分析
六、2015-2020年行业发展趋势分析
第三节 华东地区
一、2013-2014年行业发展现状分析
二、2013-2014年市场需求情况分析
三、2013-2014年市场规模情况分析
四、2013-2014年行业竞争格局分析
五、2013-2014年消费者的偏好分析
六、2015-2020年行业发展趋势分析
第四节 华南地区
一、2013-2014年行业发展现状分析
二、2013-2014年市场需求情况分析
三、2013-2014年市场规模情况分析
四、2013-2014年行业竞争格局分析

五、2013-2014年消费者的偏好分析
六、2015-2020年行业发展趋势分析
第五节 中南地区
一、2013-2014年行业发展现状分析
二、2013-2014年市场需求情况分析
三、2013-2014年市场规模情况分析
四、2013-2014年行业竞争格局分析
五、2013-2014年消费者的偏好分析
六、2015-2020年行业发展趋势分析
第六节 西南地区
一、2013-2014年行业发展现状分析
二、2013-2014年市场需求情况分析
三、2013-2014年市场规模情况分析
四、2013-2014年行业竞争格局分析
五、2013-2014年消费者的偏好分析
六、2015-2020年行业发展趋势分析
第七节 西北地区
一、2013-2014年行业发展现状分析
二、2013-2014年市场需求情况分析
三、2013-2014年市场规模情况分析
四、2013-2014年行业竞争格局分析
五、2013-2014年消费者的偏好分析
六、2015-2020年行业发展趋势分析

第六章 中国果酒行业消费市场分析
第一节 中国果酒消费者收入分析
一、中国人口、人民生活分析
二、2013-2014年消费者收入水平
三、2014年消费者信心指数分析
第二节 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 果酒市场消费需求分析
一、果酒市场的消费需求变化
二、果酒行业的需求情况分析
三、2015年果酒品牌市场消费需求趋势
第四节 果酒消费市场状况分析
一、果酒行业消费特点
二、果酒消费者分析
三、果酒消费结构分析
四、果酒消费的市场变化
五、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 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、果酒行业品牌忠诚度调查
六、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 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 2013-2014年果酒行业竞争格局分析
一、2013-2014年国内外果酒竞争分析
二、2013-2014年我国果酒市场竞争分析
三、2013-2014年我国果酒市场集中度分析
四、2015-2020年国内主要果酒企业动向
五、2014年国内果酒拟在建项目分析
第四节 果酒市场竞争策略分析
一、2014年果酒市场增长潜力分析
二、2014年果酒主要潜力品种分析
三、现有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 果酒企业竞争策略分析
一、果酒行业竞争格局的影响因素分析
二、2015-2020年我国果酒市场竞争趋势
三、2015-2020年果酒行业竞争策略分析
四、2015-2020年果酒企业竞争策略分析

第八章 主要果酒企业竞争分析
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、2013-2014年经营状况
四、2015-2020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、2013-2014年经营状况

四、2015-2020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、2013-2014年经营状况
四、2015-2020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、2013-2014年经营状况
四、2015-2020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、2013-2014年经营状况
四、2015-2020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、2013-2014年经营状况
四、2015-2020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、2013-2014年经营状况
四、2015-2020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、2013-2014年经营状况
四、2015-2020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、2013-2014年经营状况
四、2015-2020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、2013-2014年经营状况
四、2015-2020年发展战略

第九章 果酒行业发展趋势与前景预测
第一节 我国果酒行业前景与机遇分析
一、我国果酒行业发展前景
二、我国果酒发展机遇分析
第二节 2015-2020年中国果酒市场趋势分析
一、2013-2014年果酒市场趋势总结
二、2015-2020年果酒市场发展空间
三、2015-2020年果酒产业政策趋向
四、2015-2020年果酒技术革新趋势
五、2015-2020年果酒价格走势分析
六、2015-2020年国际环境对行业的影响
七、2015-2020年果酒发展趋势分析
第三节 未来果酒需求与消费预测
一、2015-2020年果酒产品消费预测
二、2015-2020年果酒市场规模预测
三、2015-2020年果酒行业总产值预测
四、2015-2020年果酒行业销售收入预测
第四节 2015-2020年中国果酒行业供需预测
一、2015-2020年中国果酒供给预测
二、2015-2020年中国果酒需求预测
三、2015-2020年中国果酒供需平衡预测
四、2015-2020年中国果酒产品价格趋势

五、2015-2020年主要果酒产品进出口预测

第十章 果酒行业投资现状与投资环境分析
第一节 2014年果酒行业投资情况分析
一、2014年总体投资及结构
二、2014年投资规模及增速
三、2014年分行业投资分析
四、2014年分地区投资分析
五、2014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、2015-2020年投资趋势及其影响预测
第三节 政策法规环境分析
第四节 技术发展环境分析
一、2014年果酒技术发展分析
二、2015-2020年果酒技术发展趋势分析
第五节 社会发展环境分析

第十一章 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、2014年相关产业活力系数比较
二、2013-2014年行业活力系数分析
第二节 行业投资收益率比较及分析
一、2014年相关产业投资收益率比较
二、2013-2014年行业投资收益率分析
第三节 果酒行业投资效益分析
一、2013-2014年果酒行业投资状况分析
二、2015-2020年果酒行业投资效益分析
三、2015-2020年果酒行业投资趋势预测
四、2015-2020年果酒行业的投资方向
五、2015-2020年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 影响果酒行业发展的主要因素（SWOT分析）
一、2015-2020年影响果酒行业运行的有利因素分析
二、2015-2020年影响果酒行业运行的不利因素分析
三、2015-2020年我国果酒行业发展面临的挑战分析
四、2015-2020年我国果酒行业发展面临的机遇分析
第五节 果酒行业投资风险及控制策略分析
一、2015-2020年果酒行业市场风险及控制策略
二、2015-2020年果酒行业政策风险及控制策略
三、2015-2020年果酒行业经营风险及控制策略
四、2015-2020年果酒行业技术风险及控制策略
五、2015-2020年果酒行业同业竞争风险及控制策略
六、2015-2020年果酒行业其他风险及控制策略

第十二章 果酒行业投资战略研究
第一节 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 对我国果酒品牌的战略思考
一、企业品牌的重要性
二、果酒实施品牌战略的意义
三、果酒企业品牌的现状分析
四、我国果酒企业的品牌战略
五、果酒品牌战略管理的策略
第三节 果酒经营策略分析
一、果酒市场细分策略
二、果酒市场创新策略
三、饮料品牌定位与品类规划

四、果酒新产品差异化战略
第四节 投资战略研究
一、2013年果酒投资战略
二、2014年果酒行业投资战略
三、2015-2020年果酒行业投资战略

图表目录

图表：果酒产业链分析
图表：全球果酒市场规模
图表：全球果酒生命周期
图表：2014年我国果酒行业主要经济指标
图表：2014年我国果酒出厂价格和消费价格月度涨幅
图表：2014年果酒销售收入
图表：2014年果酒销售收入增长趋势图
图表：2014年果酒不同规模企业销售额
图表：2014年果酒不同规模企业销售额对比图
图表：2014年果酒不同规模企业销售额对比图
图表：2014年1-11月果酒不同所有制企业销售额
图表：2014年果酒不同所有制企业销售额
图表：2014年果酒不同所有制企业销售额对比图
图表：2014年果酒利润总额
图表：2014年果酒利润总额增长趋势图
图表：2014年果酒不同规模企业利润总额
图表：2014年果酒不同规模企业利润总额对比图
图表：2014年果酒不同所有制企业利润总额
图表：2014年果酒不同所有制企业利润总额对比图
图表：2013-2014年果酒资产总额
图表：2011-2014年果酒总资产增长趋势图
图表：2013-2014年果酒不同规模企业总资产
图表：2013-2014年果酒不同规模企业总资产对比图
图表：2013-2014年果酒不同所有制企业总资产
图表：2013-2014年果酒不同所有制企业总资产对比图

图表：2014年果酒亏损面
图表：2014年果酒亏损企业亏损总额
图表：2014年果酒销售毛利率趋势图
图表：2014年果酒成本费用率
图表：2014年果酒成本费用利润率趋势图
图表：2014年果酒销售利润率趋势图
图表：2014年果酒应收账款周转率对比图
图表：2014年果酒流动资产周转率对比图
图表：2014年果酒总资产周转率对比图
图表：2014年果酒资产负债率对比图
图表：2014年果酒利息保障倍数对比图
图表：2013-2014年中国果酒发展能力分析
图表：2013-2014年中国果酒竞争力分析
图表：果酒市场调查对象情况分析
图表：果酒消费者消费习惯调查
图表：消费者对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：果酒消费者品牌状况调查分析
图表：2013-2014年中国消费者果酒品牌构成
图表：果酒消费者性别比例
图表：果酒消费者年龄分布
图表：果酒消费者购买频率分析
图表：果酒消费者购买果酒的规格
图表：果酒消费者购买果酒消费金额
图表：消费者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：2015-2020年中国果酒产能预测
图表：2015-2020年中国果酒消费量预测
图表：2015-2020年中国果酒市场前景预测
图表：2015-2020年中国果酒市场价格走势预测图表：2015-2020年中国果酒发展前景预测

详细请访问：http://www.chinairr.org/report/R07/R0702/201503/09-177253.html