

2013-2018年中国果醋、果 酒市场监测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

《2013-2018年中国果醋、果酒市场监测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/yinliao1310/U25104X2WF.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】2013-10-17

【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《2013-2018年中国果醋、果酒市场监测及投资前景研究报告》共十三章。首先介绍了果醋、果酒相关概述、中国果酒、果醋制造业运行环境等，接着分析了中国果酒、果醋行业运行的现状，然后介绍了中国果醋、果酒行业的工艺技术研究、中国果醋、果酒行业原料等。随后，报告对中国果醋、果酒行业做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国果醋、果酒行业前景与投资战略。您若想对果醋、果酒产业有个系统的了解或者想投资果醋、果酒行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

果酒生产和消费近年来也在快速增长，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，近些年来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。浙江宁波地区建成了杨梅酒和桑椹酒生产基地，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，“宁夏红”等果酒品牌也在市场中大出风头。

果醋与果酒饮料行业都具有巨大的市场潜力。一旦果醋饮料国家标准出台，行业将走向规范化，必将产生飞跃式的发展。国家的酒业总体政策为“限制高度酒，鼓励发酵酒和低度酒的发展，支持水果酒和非粮食原料酒的发展”，这为果酒的发展带来契机。尽管果酒在酒类市场中仍属弱小品种，但果酒业正欣欣向荣地朝着健康的方向发展壮大。

第一章 果醋、果酒相关概述

第一节 果醋

一、果醋的原料

二、果醋的主要功能

三、果醋的主要品种

四、果醋的减肥原理解析

第二节 果酒

一、果酒特点

二、果酒工艺制作

三、果酒的质量鉴别

四、果酒的健康功效

第二章 2012-2013年中国果酒、果醋制造业运行环境分析

第一节 国内宏观经济环境分析

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年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2012-2013年中国果酒、果醋制造业政策环境分析

一、中华人民共和国食品卫生法

二、饮料产品生产许可证审查细则

三、果醋饮料国家标准（意见稿）

第三节 2012-2013年中国果酒、果醋制造业社会环境分析

第三章 2012-2013年国内外软饮料业整体运行态势分析

第一节 2012-2013年全球软饮料市场运行透析

一、世界软饮料三分天下

二、全球软饮料生产商销售业务点评

三、国际软饮料业新流行产品

四、欧洲软饮料市场形势喜人东西部差异大

五、西方低糖软饮料发展时机已成熟

第二节 2012-2013年中国软饮料业运行总况

一、近几年中国软饮料产业经济指标分析

二、近几年中国软饮料产量统计分析

三、我国软饮料行业发展分析

四、中国软饮料制造行业SCP分析

五、中国软饮料科技创新分析

第三节 2012-2013年中国软饮料行业的安全与健康

一、食品饮料行业面对健康和赢利难以选择

二、食品饮料业面临安全考验

三、亟需建立食品饮料安全保障体系

四、管理问题是中国饮料行业发展的重要问题

第四节 2012-2013年中国软饮料行业面临的挑战及对策

一、中国“饮料”企业面临八大考验

二、国内软饮料企业应对品牌竞争对策

三、中国饮料企业攻克技术壁垒的途径

第四章 2012-2013年中国果醋市场运行态势分析

第一节 2012-2013年中国果醋业运行总况

- 一、果醋行业逐步摆脱困境渐入佳境
- 二、中国果醋饮料业生存现状
- 三、果醋饮料市场发展迅猛格局初现
- 四、果醋饮料渐成礼品市场新宠
- 五、果醋饮料市场竞争激烈陷国标困局

第二节 2012-2013年中国果醋区域市场分析

- 一、重庆“果醋减肥”成为女性时尚潮流
- 二、广东果醋饮料行业蓄势待发
- 三、河南果醋行业的生存现状及发展建议
- 四、河南果醋业在产品形象与销售渠道上实现突破

第三节 2012-2013年中国苹果醋市场动态分析

- 一、苹果醋市场亮点聚焦
- 二、新一代苹果醋升级产品
- 三、苹果醋市场呼唤领军品牌
- 四、苹果醋饮料市场的误区及发展策略

第四节 2012-2013年中国果醋市场存在的问题与对策

- 一、标准缺失成为果醋饮料发展的最大软肋
- 二、中国果醋行业存在的不足
- 三、果醋市场存在两大怪象
- 四、果醋的市场开发途径挖掘

第五章 2012-2013年中国果酒市场运行格局探析

第一节 2012-2013年中国果酒业运行简况

- 一、我国发展果酒业的有利条件
- 二、中国果酒市场容量巨大竞争激烈
- 三、中国果酒市场的新变化
- 四、果酒企业在酒标上标新立异
- 五、中国南派果酒夹缝中艰难成长

第二节 2012-2013年中国果酒的区域市场发展概况

- 一、成都发力高端果酒市场
- 二、广东年产5000吨果酒生产线开建

三、江苏果酒业发展现状探析

四、山东苹果酒陷入尴尬境地

第三节 2012-2013年中国果酒业发展的问题与对策

一、我国果酒业存在的主要不足

二、中国果酒产业发展的瓶颈

三、中国果酒发展道路上的五大忧思

四、推进我国果酒业快速发展的措施

五、中国果酒业发展的出路探讨

第六章 2012-2013年中国果醋、果酒行业的工艺技术研究分析

第一节 果醋的生产工艺

一、果醋的主要加工工艺研究进展

二、苹果醋的制作流程简述

三、柑桔果醋的生产技术

四、野生酸枣果醋的生产方法探究

第二节 果酒的工艺技术研究进展

一、国内外果酒生产工艺的研究概况

二、福建成功掌握两类果酒生产技术

三、江苏大学黑莓果酒生产技术成熟

四、湖工大攻克果酒产品开发技术难题

五、果酒加工生产存在的主要难题

第三节 各种果酒产品的生产技术

一、无花果酒的生产工艺解析

二、柑橘果酒的酿制流程

三、杨梅果酒生产工艺研究进程

四、五味子果酒的制造工艺分析

五、法国苹果酒制造工艺研究

第七章 2012-2013年中国果醋、果酒行业原料分析

第一节 水果

一、我国水果市场发展概况

二、中国水果市场持续增长

三、我国积极推动水果产业健康有序发展

四、中国水果产业的品牌化路径分析

五、影响我国水果贸易的因素及应对策略

第二节 枸杞

一、国内枸杞市场发展综述

二、宁夏中宁枸杞产业蓬勃发展

三、青海省大力推进枸杞种植产业化发展

四、我国枸杞产业全球扩张面临的挑战及对策

第三节 食醋

一、我国食醋行业发展概况

二、国内食醋业市场结构简析

三、我国食醋行业发展中存在的问题

四、促进中国食醋业发展的措施建议

第四节 食糖

一、中国食糖业总体发展概况

二、榨季国内食糖市场发展综述

三、影响食糖价格变动的因素

四、中国食糖生产面临的制约因素及风险

第八章 2012-2013年中国果醋、果酒的营销解析

第一节 2012-2013年中国果醋的市场定位与营销分析

一、果醋饮料需要明确的市场定位

二、果醋饮料市场营销的缺失现象

三、果醋市场营销面临的主要问题

四、果醋饮料营销模式亟待突破创新

五、果醋饮料的营销方案规划

第二节 2012-2013年中国果酒的营销分析

一、果酒的营销路径分析

二、中国果酒品牌营销的缺失

三、以糖酒会为平台探究果酒的体验营销策略

四、果酒的市场定位与营销突围

第三节 2012-2013年中国高度果酒的销售渠道分析

一、高度果酒的定义及发展

二、餐饮终端

三、商务团购

四、时尚夜场

第四节 知名果醋、果酒品牌的营销案例分析

一、汇源果汁醋

二、宁夏红枸杞酒

三、仙林青梅酒

四、宁波永成杨梅酒

五、南国香邑

六、梅鹤山庄青梅果酒

第九章 2012-2013年中国果醋、果酒行业领先企业动态分析

第一节 宁夏红枸杞产业集团公司

一、公司简介

二、宁夏红成为枸杞果酒行业龙头企业

三、宁夏红集团打造果酒市场典范品牌

四、宁夏红诞生果酒业首个国家认定企业技术中心

五、宁夏红七大类33个产品通过绿色食品认证

第二节 广东帝浓酒业有限公司

一、公司简介

二、帝浓酒业积极拓展国内果酒市场

三、帝浓酒业冰荔枝酒进入香港市场

四、帝浓酒业“荔枝果醋生产技术”通过省科技厅鉴定

第三节 广东天地壹号饮料有限公司

一、公司简介

二、天地壹号保持果醋行业领先地位

三、天地壹号加速国内果醋市场扩张步伐

四、天地壹号推出国内首款罐装果醋饮料

第四节 维嘉思食品饮料有限公司

一、公司简介

二、维嘉思公司倾力打造果醋品牌“华生堂”

三、维嘉思公司推出新一代苹果醋升级产品

第十章 2012-2013年中国果醋、果酒重点企业运营关键财务数据分析

第一节 青岛琅琊台集团股份有限公司

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 天津挂月集团有限公司

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

第三节 烟台飞龙王葡萄酒业有限公司

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

第四节 宁夏香山酒业集团有限公司

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

第五节 兴邦仙人掌有限责任公司

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 青岛格林玛特礼品有限公司

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

第七节 宁夏红中宁枸杞制品有限公司

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

第八节 飞环(集团)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 淄博涇源酒水公司

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

第十节 江西省猕猴桃酒业股份有限公司

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

第十一章 2012-2013年中国果醋、果酒替代产品分析

第一节 果汁

一、中国果汁饮料行业发展概况

二、果汁行业发展态势良好

三、饮料新规助推果汁产业健康发展

四、果汁饮料市场的发展特点

五、果汁饮料市场逐渐走向细分

第二节 乳饮料

一、我国乳饮市场竞争格局

二、乳饮料的市场创新

三、乳饮料产品市场定位分析

四、果粒酸乳饮料成市场热点

五、乳饮料市场发展趋势分析

第三节 保健酒

一、中国保健酒发展进入快车道

二、中国保健酒行业的发展规律

三、中国保健酒行业良性升级情况

四、中国保健酒市场销售形势分析

第四节 露酒

一、露酒产业发展的有利条件

二、露酒的生产沿革

三、白酒消费税新政给露酒带来实质利好

四、露酒的产品开发建议

五、露酒市场的发展趋势分析

第十二章 2013-2018年中国果醋、果酒行业前景展望分析

第一节 2013-2018年中国软饮料行业前景预测

- 一、我国软饮料行业发展前景广阔
- 二、2013-2018年中国软饮料制造行业预测分析
- 三、未来软饮料业将步入重构时期

第二节 2013-2018年中国果醋行业发展趋势及前景

- 一、我国果醋市场发展规模预测
- 二、国内苹果醋市场发展趋势
- 三、葡萄果醋行业未来发展方向

第三节 2013-2018年中国果酒行业发展趋势及前景

- 一、中国果酒行业发展前景看好
- 二、我国苹果酒开发有望蓬勃发展

第十三章 2013-2018年中国果醋、果酒行业投资战略研究分析

第一节 2013-2018年中国果醋、果酒投资机遇

- 一、我国软饮料行业投资前景乐观
- 二、我国果酒产业迎来投资机遇
- 三、果醋饮料成为饮料市场投资新热点

第二节 2013-2018年中国果醋、果酒投资风险预警

- 一、国内饮料行业竞争门槛提高
- 二、企业新产品开发力度加大
- 三、国内果醋、果酒市场投资风险

第三节 专家投资建议

- 一、充分发挥资源优势进行产品创新
- 二、中国果醋、果酒行业投资建议
- 三、建立优质原料供应基地

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

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/yinliao1310/U25104X2WF.html>