

2014-2018年中国果酒市场 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年中国果酒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/yanjiu1312/M46510XN07.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】2013-12-04

【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年中国果酒市场竞争力分析及投资前景研究报告》共十五章。首先介绍了果酒产业相关概述、中国果酒行业市场发展环境等，接着分析了中国果酒产业运行的现状，然后介绍了中国果酒市场竞争格局。随后，报告对中国果酒产业做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国果酒市场发展前景与投资预测。您若想对果酒产业有个系统的了解或者想投资果酒行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

近两来自日本、韩国以及欧美国家的很多果酒不断进入中国，这些果酒以芒果、草莓、香蕉、苹果等各种水果为原料，酿造出来的酒果香浓郁、色泽鲜艳，让人垂涎不已。很多经销商也在咨询果酒的一些问题，一些人已经或者准备引入果酒代理。

如今，伴随着许多国家的优质进口酒品牌的大量涌入，抢滩市场，我们认为，同进口葡萄酒发展休戚相关的果酒产品如果借助大环境优势，通过合理方式加大推广力度，也将会有极大的发展机会。

第一章 果酒产业相关概述

第一节 果酒基础阐述

- 一、果酒特性及品类分析
- 二、果酒的质量鉴别
- 三、果酒的健康功效及饮用价值
- 四、果酒经济价值分析

第二节 果酒产业链分析

第三节 中国果酒产业经济指标分析

- 一、赢利性
- 二、成长速度
- 三、附加值的提升空间
- 四、进入壁垒 / 退出机制
- 五、风险性
- 六、行业周期
- 七、竞争激烈程度指标
- 八、当前行业发展所属周期阶段的判断

第二章 2013年世界果酒产业发展透析

第一节 2013年世界果酒产业运行环境浅析

一、世界经济景气度分析

二、世界果酒历史

三、世界水果生产与消费情况

第二节 2013年世界果酒产业发展分析

一、果酒是世界上最早的饮料酒之一

二、世界果酒产业现状分析

三、世界果酒市场消费分析

四、世界果酒生产工艺

第三节 2013年世界重点国家果酒市场分析

一、欧美

二、日本

三、韩国

第四节 2014-2018年世界果酒产业发展趋势预测

第三章 2013年中国果酒行业市场发展环境分析

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、2014年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2013年中国果酒行业政策环境分析

一、果酒产业亟待政策扶持

二、果酒质量标准

三、中华人民共和国食品卫生法

四、饮料产品生产许可证审查细则

第三节 2013年中国果酒行业社会环境分析

第四章 2013年中国果酒产业运行形势探析

第一节 中国果酒产业动态分析

一、西部首届果酒论坛开幕 青梅酒引领健康果酒风潮

二、果酒业唯一国家级研发中心落户宁夏

第二节 2013年中国果酒产业现状综述

一、中国果酒产业所处发展阶段

二、优质果酒产业化开发

三、我国发展果酒业的有利条件

四、中国果酒加工生产状况

第三节 2013年中国果酒产业面临的挑战

一、产品质量还不过硬

二、市场开拓艰难

三、缺少舆论导向和国家政策支持

四、企业运作乏力

第五章 2013年中国果酒产业加工工艺与技术研究分析

第一节 中国果酒产业技术研究新进展

一、山西保德海红果酒甲醇去除技术获国家专利

二、生产技术成熟与消费环境变化为果酒产业带来机会

三、江苏大学研制成功黑莓果酒酿制技术

四、福建成功掌握两类果酒生产技术

五、湖工大攻克果酒产品开发技术难题

六、果酒加工生产存在的主要难题

第二节 果酒的生产工艺流程与技术改进

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

第六章 2011-2013年中国果酒制造行业主要数据监测分析

第一节 2011-2013年中国果酒制造行业总体数据分析

一、2011年中国果酒制造行业全部企业数据分析

二、2012年中国果酒制造行业全部企业数据分析

三、2013年中国果酒制造行业全部企业数据分析

第二节 2011-2013年中国果酒制造行业不同规模企业数据分析

- 一、2011年中国果酒制造行业不同规模企业数据分析
- 二、2012年中国果酒制造行业不同规模企业数据分析
- 三、2013年中国果酒制造行业不同规模企业数据分析
- 第三节 2011-2013年中国果酒制造行业不同所有制企业数据分析
- 一、2011年中国果酒制造行业不同所有制企业数据分析
- 二、2012年中国果酒制造行业不同所有制企业数据分析
- 三、2013年中国果酒制造行业不同所有制企业数据分析

第七章 2013年中国果酒市场深度分析

第一节 中国果酒市场新亮点呈现

第二节 2013年中国果酒市场透析

- 一、中国果酒市场规模及容量分析
- 二、中国果酒市场结构分析
- 三、中国果酒消费形态
- 四、中国果酒产销形势

第三节 中国果酒的区域市场发展分析

- 一、宁夏红枸杞酿酒 开创果酒新纪元
- 二、成都发力高端果酒市场
- 三、广东年产5000吨果酒生产线开建
- 四、江苏果酒业发展现状探析
- 五、山东苹果酒陷入尴尬境地

第八章 2013年中国葡萄酒市场深度剖析

第一节 2013年中国葡萄酒产业概况

- 一、中国葡萄酒产业步入第一个发展高潮
- 二、中国葡萄酒行业景气度逐渐回升
- 三、2011-2013年中国葡萄酒制造业经济指标监测

第二节 2011-2013年中国葡萄酒市场分析

- 一、2011-2013年中国葡萄酒产量分析
- 二、葡萄酒市场消费情况
- 三、中国葡萄酒高端产品市场探究
- 四、红葡萄酒与桃红葡萄酒市场分析

五、干葡萄酒市场分析

第三节 2011-2013年中国葡萄酒进出口数据监测分析

一、葡萄酒进出口数量分析

二、葡萄酒进出口金额分析

三、葡萄酒进出口国家及地区分析

第九章 2013年中国果酒其它产品分析

第一节 桑椹酒

第三节 枇杷酒

第四节 苹果酒

第五节 柠檬酒

第六节 山楂酒

第十章 2013年中国果酒市场营销策略分析

第一节 2013年中国果酒市场营销背景点评

第二节 2013年中国果酒市场营销现状

一、果酒的营销路径分析

二、中国果酒品牌营销的缺失

三、果酒的市场定位与营销突围

第三节 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 知名果酒品牌的营销案例分析

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

第五节 中国果酒市场营销策略分析

一、营销模式策略

二、品牌推广策略

三、定价策略

四、促销策略

第十一章 2013年中国果酒市场竞争格局分析

第一节 2013年中国果酒市场竞争现状

一、中国果酒市场竞争激烈

二、中国果酒国际竞争力分析

三、中国果酒SWOT分析

第二节 中国果酒市场竞争力分析

一、品牌

二、价格

三、营销方式

第三节 2013年中国果酒市场集中度分析

第四节 2014-2018年中国果酒提升竞争力策略分析

第五节 2014-2018年中国果酒市场竞争趋势分析

第十二章 2013年中国果酒重点企业经营财务状况分析

第一节 宁夏红枸杞产业集团公司

一、公司概况

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

六、企业运营财务指标分析

第二节 广东帝浓酒业有限公司

一、公司概况

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

五、企业运营财力指标分析

第三节 张裕葡萄酒股份有限公司

- 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

第四节 通化葡萄酒股份有限公司

- 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

第五节 中粮华夏长城葡萄酒有限公司

- 一、企业概况
- 二、长城葡萄酒提出“东方概念”走向国际化
- 三、长城葡萄酒依托品牌做大做强
- 四、企业运营财务指标分析
- 五、长城葡萄酒的五大营销策略

第六节 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

第七节 烟台啤酒朝日有限公司

- 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 莆田绿森庄园酒业有限公司

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

第九节 德州天参饮品有限公司

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

第十节 江西泰纳南丰蜜桔有限公司

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

第十三章 2013年中国果酒上游产业分析——水果产业分析

第一节 2013年中国水果产业概况

一、水果产业是我国农业的第三大支柱

二、水果产业的加工能力

第二节 中国水果直销市场分析

一、市场供给

1、应季水果

2、反季水果

二、消费能力

三、仓储能力

第三节 2013年中国果酒主要原料果品市场分析

一、苹果

二、葡萄

三、枸杞

四、山楂

第十四章 2013年国内外软饮料产业运行分析

第一节 全球软饮料市场概况

一、全球各国饮料市场发展概况

二、全球软饮料业寻找新出路

三、全球软饮料巨头发展简析

四、国际软饮料业新流行产品

五、西方低糖软饮料发展时机已成熟

第二节 中国软饮料行业发展概况

一、中国软饮料制造行业相关经济数据分析

二、2011-2013年中国软饮料产量数据分析

三、我国软饮料市场发展格局分析

第三节 软饮料行业安全与健康

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、迫切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 中国软饮料行业面临的挑战及对策

一、中国“饮料”企业将面临八大考验

- 二、国内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

第十五章 2014-2018年中国果酒市场发展前景与投资预测分析

第一节 2014-2018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、2014-2018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 2014-2018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

第三节 2014-2018年中国果酒市场盈利预测分析

第四节 2014-2018年中国果酒产业发展战略分析

- 一、加强行业协作
- 二、强化市场营销
- 三、讲究投产建设的科学性
- 四、生产有地方特色的果酒品种
- 五、采用先进的技术工艺
- 六、培育果酒消费市场
- 七、重视酿造水果的筛选

第五节 中国果酒投资概况

- 一、中国果酒投资环境
- 二、中国果酒投资特性
- 三、五华拟建果酒产业研发基地
- 四、投资5.43亿成都要造中国最贵果酒

第六节 2014-2018年中国果酒投资机会分析

第七节 2014-2018年中国果酒投资风险分析

第八节 专家投资建议

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：2013年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2013年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2014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/yanjiu1312/M46510XN07.html>