

2015-2020年中国低度果酒 市场竞争力分析及投资预测报告

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

《2015-2020年中国低度果酒市场竞争力分析及投资预测报告》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/yanjiu1502/H92716FRIT.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-03-03

【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《2015-2020年中国低度果酒市场竞争力分析及投资预测报告》共十二章。报告介绍了低度果酒行业相关概述、中国低度果酒产业运行环境、分析了中国低度果酒行业的现状、中国低度果酒行业竞争格局、对中国低度果酒行业做了重点企业经营状况分析及中国低度果酒产业发展前景与投资预测。您若想对低度果酒产业有个系统的了解或者想投资低度果酒行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

果酒是以春、夏、秋、冬四季水果或野生果实为原料，经过破碎、榨汁、发酵或浸泡等工艺流程精心酿制调配而成的低度饮料酒，不同季节饮用不同果酒。用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。

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“十二五”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 2013-2014年全球低度果酒行业市场发展状况分析

第一节 2013-2014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 2013-2014年我国低度果酒行业现状及市场发展分析

第一节 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014年低度果酒市场结构和价格走势分析

一、2013-2014年我国低度果酒市场结构和价格走势概述

二、2013-2014年我国低度果酒市场结构分析

三、2013-2014年我国低度果酒市场价格走势分析

第四节 2013-2014年重点城市低度果酒市场发展情况

第四章 2013-2014年中国低度果酒行业财务指标与供需情况分析

第一节 2013-2014年中国低度果酒行业经济运行主要特点

第二节 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014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、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、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 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、2014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运营状况分析

- 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 2013-2014年低度果酒行业竞争格局分析

- 一、2013-2014年国内外低度果酒竞争分析
- 二、2013-2014年我国低度果酒市场竞争分析
- 三、2013-2014年我国低度果酒市场集中度分析
- 四、2015-2020年国内主要低度果酒企业动向
- 五、2014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、2014年低度果酒市场增长潜力分析
- 二、2014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、2015-2020年我国低度果酒市场竞争趋势
- 三、2015-2020年低度果酒行业竞争策略分析
- 四、2015-2020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、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 低度果酒行业发展趋势与趋势分析

第一节 我国低度果酒行业前景与机遇分析

一、我国低度果酒行业趋势预测

二、我国低度果酒发展机遇分析

第二节 2015-2020年中国低度果酒市场趋势分析

一、2013-2014年低度果酒市场趋势总结

二、2015-2020年低度果酒市场发展空间

三、2015-2020年低度果酒产业政策趋向

四、2015-2020年低度果酒技术革新趋势

五、2015-2020年低度果酒价格走势分析

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、2015-2020年低度果酒产品消费预测

二、2015-2020年低度果酒市场规模预测

三、2015-2020年低度果酒行业总产值预测

四、2015-2020年低度果酒行业销售收入预测

第四节 2015-2020年中国低度果酒行业供需预测

一、2015-2020年中国低度果酒供给预测

二、2015-2020年中国低度果酒需求预测

三、2015-2020年中国低度果酒供需平衡预测

四、2015-2020年中国低度果酒产品价格趋势

五、2015-2020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 2013-2014年低度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

第二节 政策法规环境分析

第三节 技术发展环境分析

一、2014年低度果酒技术发展分析

二、2015-2020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、2014年相关产业活力系数比较

二、2013-2014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、2013-2014年低度果酒行业投资状况分析

二、2015-2020年低度果酒行业投资效益分析

三、2015-2020年低度果酒行业投资趋势预测

四、2015-2020年低度果酒行业的投资方向

五、2015-2020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、2015-2020年影响低度果酒行业运行的有利因素分析

二、2015-2020年影响低度果酒行业运行的不利因素分析

三、2015-2020年我国低度果酒行业发展面临的挑战分析

四、2015-2020年我国低度果酒行业发展面临的机遇分析

第五节 低度果酒行业投资前景及控制策略分析

一、2015-2020年低度果酒行业市场风险及控制策略

二、2015-2020年低度果酒行业政策风险及控制策略

三、2015-2020年低度果酒行业经营风险及控制策略

四、2015-2020年低度果酒行业技术风险及控制策略

五、2015-2020年低度果酒行业同业竞争风险及控制策略

六、2015-2020年低度果酒行业其他风险及控制策略

第十二章 低度果酒行业投资规划建议研究

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 投资规划建议研究

一、2014年低度果酒投资规划建议

二、2014年低度果酒行业投资规划建议

三、2015-2020年低度果酒行业投资规划建议

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：2014年我国低度果酒行业主要经济指标

图表：2014年我国低度果酒出厂价格和消费价格月度涨幅

图表：2014年低度果酒销售收入分析

图表：2014年低度果酒销售收入增长趋势图

图表：2014年低度果酒不同规模企业销售额

图表：2014年低度果酒不同规模企业销售额对比图

图表：2014年低度果酒不同规模企业销售额对比图

图表：2014年1-9月低度果酒不同所有制企业销售额

图表：2014年低度果酒不同所有制企业销售额

图表：2014低度果酒不同所有制企业销售额对比图

图表：2014低度果酒利润总额

图表：2014年低度果酒利润总额增长趋势图

图表：2014低度果酒不同规模企业利润总额

图表：2014年低度果酒不同规模企业利润总额对比图

图表：2014年低度果酒不同所有制企业利润总额

图表：2014年低度果酒不同所有制企业利润总额对比图

图表：2013-2014年低度果酒资产总额

图表：2011-2014年低度果酒总资产增长趋势图

图表：2013-2014年低度果酒不同规模企业总资产

图表：2013-2014年低度果酒不同规模企业总资产对比图

图表：2013-2014年低度果酒不同所有制企业总资产

图表：2013-2014年低度果酒不同所有制企业总资产对比图

图表：2014年低度果酒亏损面

图表：2014年低度果酒亏损企业亏损总额

图表：2014年低度果酒销售毛利率趋势图

图表：2014年低度果酒成本费用率

图表：2014年低度果酒成本费用利润率趋势图

图表：2014年低度果酒销售利润率趋势图

图表：2014年低度果酒应收账款周转率对比图

图表：2014年低度果酒流动资产周转率对比图

图表：2014年低度果酒总资产周转率对比图

图表：2014年低度果酒资产负债率对比图

图表：2014年低度果酒利息保障倍数对比图

图表：2013-2014年中国低度果酒发展能力分析

图表：2013-2014年中国低度果酒竞争力分析

图表：低度果酒市场运营状况分析对象情况分析

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：2013-2014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：2015-2020年中国低度果酒产能预测

图表：2015-2020年中国低度果酒消费量预测

图表：2015-2020年中国低度果酒市场趋势分析

图表：2015-2020年中国低度果酒市场价格走势预测

图表：2015-2020年中国低度果酒趋势预测分析

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/yanjiu1502/H92716FRIT.html>