

# 2015-2020年中国草莓酒市场深度调查及发展趋势 研究报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2015-2020年中国草莓酒市场深度调查及发展趋势研究报告》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.chyxx.com/research/201504/314016.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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

草莓补气健胃，生津止渴，利尿止泻。适用于夏季暑热烦渴、腹泻，小便频数，糖尿病消渴尿多，以及消除疲劳，增进食欲，含有丰富的维生素C、柠檬酸，可美化肌肤，对养颜美容非常有助益，非常适合女性饮用；亦有美容作用。可改善低血压与贫血症状，很适合生病痊愈后饮用，有助恢复体力。

草莓含有有机酸、糖类和维生素、矿物质等，尤其以维生素C含量十分丰富。此维生素C即使经酒浸泡，也不会失去活性。酒中酸桔是为了调味之用，使酒具有酸甜味道。

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：

第一部分 草莓酒行业发展现状

第一章 2012-2015年草莓酒行业发展综述 1

第一节 草莓酒行业界定 1

一、行业经济特性 1

二、主要产品品种 2

三、产业链结构分析 3

第二节 草莓酒行业发展成熟度分析 5

一、行业发展周期分析 5

二、行业中外市场成熟度对比 5

三、行业及其主要子行业成熟度分析 6

第二章 2015-2020年中国草莓酒企业PEST（环境）分析 9

第一节 经济环境分析 9

一、国内经济增长 9

二、居民收入水平 11

三、工业及居民消费水平 12

第二节 政治环境分析 14

一、国家食品安全监管机制 14

二、政府管制与调控 16

三、行业发展规划 20

四、全面加强酒类生产环节 食品安全管理 20

五、产业结构调整指导目录 21

第三节 社会环境分析 22

- 一、居民消费观念 22
- 二、消费观念的发展趋向 24
- 第四节 技术环境分析 25
  - 一、微生物学研究 25
  - 二、低度酒的研制 25
  - 三、先进纳米技术 26
  - 四、草莓规模种植可实现 26
  - 五、果酒降酸技术研究进展 27
  - 六、现代生物技术发展 29
- 第三章 草莓酒行业生产技术分析 30
  - 第一节 草莓酒行业生产技术发展现状 30
  - 第二节 草莓酒行业产品生产工艺特点或流程 35
    - 一、材料和设备 35
    - 二、生产工艺流程 36
    - 三、工艺要点说明 36
    - 四、质量指标 38
    - 五、结果与讨论 39
    - 六、结论 40
  - 第三节 草莓酒行业生产技术发展趋势分析 40
    - 一、发酵微生物选择 40
    - 二、草莓酒酿造新工艺 41
    - 三、陈化新工艺 42
    - 四、澄清新工艺 42
    - 五、草莓酒与啤酒工艺结合 43
- 第四章 2012-2015年中国草莓酒企业发展情况分析 44
  - 第一节 中国草莓酒企业发展分析 44
    - 一、2012-2015年草莓酒企业运行情况及特点分析 44
    - 二、2012-2015年草莓酒企业投资情况分析 52
    - 三、中国草莓酒企业产品结构分析 55
    - 四、中国草莓酒企业与宏观经济相关性分析 55
  - 第二节 中国草莓酒企业区域发展分析 56
    - 一、企业重点区域分布特点及变化 56
    - 二、华北地区市场分析 59
    - 三、东北市场分析 65
    - 四、华东市场分析 69

- 五、华中市场分析 77
- 六、华南市场分析 81
- 七、西南市场分析 85
- 八、西北市场分析 91
- 第五章 2012-2015年中国草莓酒市场供需调查分析 97
  - 第一节 2012-2015年中国草莓酒市场供给分析 97
    - 一、产品市场供给 97
    - 二、价格供给 98
    - 三、渠道供给 98
  - 第二节 2012-2015年中国草莓酒市场需求分析 99
    - 一、产品市场需求 99
    - 二、价格需求 100
    - 三、渠道需求 100
    - 四、购买需求 101
  - 第三节 2012-2015年中国草莓酒市场特征分析 103
    - 一、2012-2015年中国草莓酒产品特征分析 103
    - 二、2012-2015年中国草莓酒渠道特征 104
    - 三、2012-2015年中国草莓酒购买特征 104
    - 四、草莓酒主要消费群体分析 105
- 第二部分 草莓酒市场竞争格局分析
- 第六章 2012-2015年草莓酒企业市场竞争格局分析 116
  - 第一节 2012-2015年中国草莓酒企业集中度分析 116
    - 一、市场集中度分析 116
    - 二、企业集中度分析 116
    - 三、区域集中度分析 117
  - 第二节 2012-2015年中国草莓酒企业规模经济情况分析 118
  - 第三节 2012-2015年中国草莓酒企业格局以及竞争态势分析 119
    - 一、企业整体竞争格局及态势分析 119
    - 二、区域市场竞争格局及态势分析 121
  - 第四节 中国企业进入和退出壁垒分析 125
    - 一、企业进入壁垒 125
    - 二、退出壁垒 126
  - 第五节 2012-2015年中国草莓酒企业主要优势企业竞争力综合评价 127
    - 一、现有企业间竞争 127
    - 二、潜在进入者分析 128

三、替代品威胁分析 128

四、供应商议价能力 128

第七章 2012-2015年草莓酒企业主要竞争对手分析 130

第一节 烟台张裕葡萄酒股份有限公司 130

一、企业简介 130

二、主要产品分析 130

三、经营状况分析 137

四、企业经营指标分析 138

五、企业经营策略和发展战略分析 140

第二节 浙江果花香酿酒股份有限公司 148

一、企业简介 148

二、主要产品分析 148

三、企业经营现状和发展战略分析 149

第三节 安徽龙川胡草莓酒有限公司 150

一、企业简介 150

二、企业经营策略和发展战略分析 151

第四节 四川省峨眉山市沁园春果酒厂 151

一、企业简介 151

二、企业发展方向 152

第五节 通化恒通酒业有限责任公司 153

一、企业简介 153

二、主导产品分析 153

第六节 青岛玛丽酒业有限公司 154

第八章 2015-2020年中国草莓酒企业上下游产业链分析及其影响 156

第一节 2012-2015年中国草莓酒企业上游企业发展及影响分析 156

一、2012-2015年中国草莓酒企业上游企业运行现状分析 156

二、对本链节企业产生的影响分析 158

第二节 2012-2015年中国草莓酒企业下游企业发展及影响分析 159

一、零售业发展现状与需求 159

二、酒类综合零售渠道发展情况 167

三、餐饮业发展现状与需求 167

四、休闲娱乐产业发展现状与需求 172

第三节 其他相关产业发展及影响分析 176

一、物流业发展现状与趋势 176

二、酒类包装行业发展 180

### 三、相关产业 183

#### 第三部分 草莓酒行业发展趋势与投资建议

#### 第九章 2015-2020年中国草莓酒企业发展趋势预测 189

##### 第一节 2015-2020年政策变化趋势预测 189

##### 第二节 2015-2020年供求趋势预测 191

###### 一、产品供给预测 191

###### 二、产品需求预测 193

##### 第三节 2015-2020年进出口趋势预测 196

##### 第四节 2015-2020年技术发展趋势 197

###### 一、新技术发展情况 197

###### 二、2015-2020年草莓酒技术发展趋势分析 201

##### 第五节 2015-2020年竞争趋势预测 202

###### 一、行业标准逐渐规范化 202

###### 二、2015-2020年我国草莓酒行业发展面临的挑战分析 203

###### 三、2015-2020年我国草莓酒行业发展面临的机遇分析 204

###### 四、中国草莓酒制造行业前景预测分析 204

##### 第六节 我国酒类产品发展综合分析 207

###### 一、草莓酒发展环境和消费需求预测 207

###### 二、发展方向和主要目标 208

###### 三、发展的主要任务 215

###### 四、政策性建议 221

#### 第十章 2015-2020年草莓酒企业投资潜力与价值分析 223

##### 第一节 2015-2020年草莓酒企业投资环境分析 223

###### 一、宏观环境的推动作用分析 223

###### 二、2012-2015年高端白酒行业宏观环境发展分析 223

###### 三、2015-2020年我国经济前景分析与预测 224

##### 第二节 2015-2020年草莓酒企业SWOT模型分析 226

###### 一、优势 226

###### 二、劣势 228

###### 三、机会 229

###### 四、威胁 230

##### 第三节 2015-2020年我国草莓酒企业投资潜力分析 231

##### 第四节 2015-2020年我国草莓酒企业前景展望分析 231

###### 一、果酒行业发展有利条件分析 231

###### 二、草莓酒市场发展方向分析 232

第五节 2015-2020年我国草莓酒企业盈利能力预测	236
一、草莓酒行业盈利因素分析	236
二、草莓酒行业盈利模式分析	236
三、价值链盈利模式分析	237
第十一章 2015-2020年草莓酒企业投资风险预警	241
第一节 政策和体制风险	241
第二节 宏观经济波动风险	241
第三节 市场风险	243
第四节 技术风险	245
第五节 原材料压力风险分析	246
第六节 市场竞争风险	248
第七节 外资进入现状及对未来市场的威胁	249
第八节 营销风险	249
第九节 相关企业风险	252
第十节 区域风险	253
第十一节 经营风险分析	253
第十二节 管理风险分析	254
第十二章 2015-2020年草莓酒产业投资机会及投资策略分析	255
第一节 2015-2020年草莓酒企业区域投资机会	255
一、区域战略规划概念	255
二、区域战略规划特点	256
三、区域战略规划分类	256
四、区域战略规划所需资源	257
五、区域战略规划一般程序	260
六、区域战略规划分析工具	262
七、区域战略规划的结果	264
八、“5+2”理念下的区域战略规划	264
第二节 2015-2020年草莓酒企业主要产品投资机会	265
一、技术开发战略	265
二、业务组合战略	269
第三节 2015-2020年中国草莓酒企业投资策略分析	272
一、产品定位策略	272
二、产品开发策略	273
三、渠道销售策略	274
四、终端营销革命分析	281



五、品牌经营策略	285
六、服务策略	288
第十三章 我国草莓酒行业营销分析	290
第一节 草莓酒营销形势分析	290
一、草莓酒市场基本营销模式	290
二、草莓酒未来的营销趋势分析	291
三、草莓酒营销的分层化趋势	293
四、草莓酒行业未来营销趋势	297
第二节 草莓酒营销渠道分析	298
一、市场销售渠道结构情况	298
二、草莓酒行业销售渠道现状	298
三、草莓酒新兴销售渠道分析	307
四、电子商务对营销渠道的发展	311
第十四章 草莓酒行业企业观点综述及专家建议	321
第一节 企业观点综述	321
第二节 专家投资建议	326
一、新进入者应注意的障碍因素分析	326
二、品牌和营销运作模式分析	327
三、全国化品牌和区域强势品牌共存格局	329
图表目录：	
图表：草莓酒产品周期图	5
图表：2012-2015年我国国内生产总值情况	9
图表：2006-2015年国内生产总值及其增长速度	10
图表：2012-2015年1季度我国国内生产总值及其增长速度	10
图表：2004-2015年我国人均国内生产总值及其增长速度	11
图表：2004-2015年我国城乡居民消费水平分析	11
图表：2012-2015年3月我国居民消费价格指数	13
图表：2012-2015年3月我国居民食品价格指数	13
图表：2015年3月我国居民消费价格类别同比增长情况	13
图表：2015年3月我国居民消费价格类别环比增长情况	14
图表：草莓酒生产工艺流程图	36
图表：草莓酒质量检测理化指标	39
图表：2003-2015年我国草莓酒生产企业数量及增长情况	44
图表：2012-2015年我国城镇居民人均全年购买数量	51
图表：2004-2015年我国农村居民不同地区平均全年酒消费量	51

- 图表：2008-2015年我国农村居民平均全年酒消费量对比 51
- 图表：2012-2015年我国酒类制造产业企业单位分布情况分析 56
- 图表：2012-2015年我国不同酒类制造企业工业销售产值情况分析 56
- 图表：2012-2015年我国不同酒类制造企业出口交货值情况分析 57
- 图表：2012-2015年我国不同酒类制造企业产成品情况分析 57
- 图表：2012-2015年我国不同酒类制造企业主营业务收入情况分析 57
- 图表：2012-2015年我国不同酒类制造企业主营业务成本情况分析 58
- 图表：2012-2015年我国不同酒类制造企业利润情况分析 58
- 图表：2012-2015年我国华北地区不同酒类制造企业数量分布情况 59
- 图表：2012-2015年我国北京地区不同酒类制造产业工业销售产值情况 59
- 图表：2012-2015年我国北京地区不同酒类制造产业收入与利润情况 60
- 图表：2012-2015年我国天津地区不同酒类制造产业工业销售产值情况 60
- 图表：2012-2015年我国天津地区不同酒类制造产业收入与利润情况 60
- 图表：2012-2015年我国河北地区不同酒类制造产业工业销售产值情况 61
- 图表：2012-2015年我国河北地区不同酒类制造产业收入与利润情况 61
- 图表：2012-2015年我国山西地区不同酒类制造产业工业销售产值情况 62
- 图表：2012-2015年我国山西地区不同酒类制造产业收入与利润情况 62
- 图表：2012-2015年我国内蒙古地区不同酒类制造产业工业销售产值情况 63
- 图表：2012-2015年我国内蒙古地区不同酒类制造产业收入与利润情况 63
- 图表：2012-2015年我国东北地区不同酒类制造企业数量分布情况 65
- 图表：2012-2015年我国辽宁地区不同酒类制造产业工业销售产值情况 66
- 图表：2012-2015年我国辽宁地区不同酒类制造产业收入与利润情况 66
- 图表：2012-2015年我国吉林地区不同酒类制造产业工业销售产值情况 67
- 图表：2012-2015年我国吉林地区不同酒类制造产业收入与利润情况 67
- 图表：2012-2015年我国黑龙江地区不同酒类制造产业工业销售产值情况 68
- 图表：2012-2015年我国黑龙江地区不同酒类制造产业收入与利润情况 68
- 图表：2012-2015年我国华东地区不同酒类制造企业数量分布情况 69
- 图表：2012-2015年我国上海地区不同酒类制造产业工业销售产值情况 70
- 图表：2012-2015年我国上海地区不同酒类制造产业收入与利润情况 70
- 图表：2012-2015年我国江苏地区不同酒类制造产业工业销售产值情况 71
- 图表：2012-2015年我国江苏地区不同酒类制造产业收入与利润情况 71
- 图表：2012-2015年我国浙江地区不同酒类制造产业工业销售产值情况 72
- 图表：2012-2015年我国浙江地区不同酒类制造产业收入与利润情况 72
- 图表：2012-2015年我国安徽地区不同酒类制造产业工业销售产值情况 73
- 图表：2012-2015年我国安徽地区不同酒类制造产业收入与利润情况 73

- 图表：2012-2015年我国福建地区不同酒类制造产业工业销售产值情况 74
- 图表：2012-2015年我国福建地区不同酒类制造产业收入与利润情况 74
- 图表：2012-2015年我国江西地区不同酒类制造产业工业销售产值情况 75
- 图表：2012-2015年我国江西地区不同酒类制造产业收入与利润情况 75
- 图表：2012-2015年我国山东地区不同酒类制造产业工业销售产值情况 76
- 图表：2012-2015年我国山东地区不同酒类制造产业收入与利润情况 76
- 图表：2012-2015年我国河南地区不同酒类制造产业工业销售产值情况 78
- 图表：2012-2015年我国河南地区不同酒类制造产业收入与利润情况 78
- 图表：2012-2015年我国湖北地区不同酒类制造产业工业销售产值情况 79
- 图表：2012-2015年我国湖北地区不同酒类制造产业收入与利润情况 79
- 图表：2012-2015年我国湖南地区不同酒类制造产业工业销售产值情况 80
- 图表：2012-2015年我国湖南地区不同酒类制造产业收入与利润情况 80
- 图表：2012-2015年我国华南地区不同酒类制造企业数量分布情况 81
- 图表：2012-2015年我国广东地区不同酒类制造产业工业销售产值情况 82
- 图表：2012-2015年我国广东地区不同酒类制造产业收入与利润情况 82
- 图表：2012-2015年我国广西地区不同酒类制造产业工业销售产值情况 83
- 图表：2012-2015年我国广西地区不同酒类制造产业收入与利润情况 83
- 图表：2012-2015年我国海南地区不同酒类制造产业工业销售产值情况 84
- 图表：2012-2015年我国海南地区不同酒类制造产业收入与利润情况 84
- 图表：2012-2015年我国西南地区不同酒类制造企业数量分布情况 85
- 图表：2012-2015年我国重庆地区不同酒类制造产业工业销售产值情况 86
- 图表：2012-2015年我国重庆地区不同酒类制造产业收入与利润情况 86
- 图表：2012-2015年我国四川地区不同酒类制造产业工业销售产值情况 87
- 图表：2012-2015年我国四川地区不同酒类制造产业收入与利润情况 87
- 图表：2012-2015年我国贵州地区不同酒类制造产业工业销售产值情况 88
- 图表：2012-2015年我国贵州地区不同酒类制造产业收入与利润情况 88
- 图表：2012-2015年我国云南地区不同酒类制造产业工业销售产值情况 89
- 图表：2012-2015年我国云南地区不同酒类制造产业收入与利润情况 89
- 图表：2012-2015年我国西藏地区不同酒类制造产业工业销售产值情况 90
- 图表：2012-2015年我国西藏地区不同酒类制造产业收入与利润情况 90
- 图表：2012-2015年我国西北地区不同酒类制造企业数量分布情况 91
- 图表：2012-2015年我国陕西地区不同酒类制造产业工业销售产值情况 92
- 图表：2012-2015年我国陕西地区不同酒类制造产业收入与利润情况 92
- 图表：2012-2015年我国甘肃地区不同酒类制造产业收入与利润情况 93
- 图表：2012-2015年我国青海地区不同酒类制造产业工业销售产值情况 94

- 图表：2012-2015年我国青海地区不同酒类制造产业收入与利润情况 94
- 图表：2012-2015年我国宁夏地区不同酒类制造产业工业销售产值情况 95
- 图表：2012-2015年我国宁夏地区不同酒类制造产业收入与利润情况 95
- 图表：2012-2015年我国新疆地区不同酒类制造产业工业销售产值情况 96
- 图表：2012-2015年我国新疆地区不同酒类制造产业收入与利润情况 96
- 图表：2012-2015年各季度我国酒类产品生产量对比 97
- 图表：2012-2015年各季度我国酒类产品生产量对比 97
- 图表：2012-2015年各季度我国酒类产品产销率分析 98
- 图表：2012-2015年我国城镇居民酒类产品人均全年购买数量 99
- 图表：2004-2015年我国农村居民不同地区酒类产品平均全年消费量 99
- 图表：2008-2015年我国农村居民酒类产品人均全年平均消费量情况 100
- 图表：2012-2015年烟台张裕葡萄酒股份有限公司行业构成经营分析 137
- 图表：2012-2015年烟台张裕葡萄酒股份有限公司产品构成经营分析 137
- 图表：2012-2015年烟台张裕葡萄酒股份有限公司地区构成经营分析 138
- 图表：2012-2015年烟台张裕葡萄酒股份有限公司投资收益分析 138
- 图表：2012-2015年烟台张裕葡萄酒股份有限公司现金流量分析 138
- 图表：2012-2015年烟台张裕葡萄酒股份有限公司发展能力分析 139
- 图表：2012-2015年烟台张裕葡萄酒股份有限公司获利能力分析 139
- 图表：2012-2015年烟台张裕葡萄酒股份有限公司经营效率分析 139
- 图表：2012-2015年烟台张裕葡萄酒股份有限公司资本结构分析 140
- 图表：2012-2015年烟台张裕葡萄酒股份有限公司偿债能力分析 140
- 图表：2012-2015年2月我国鲜果价格指数变化分析 156
- 图表：2012-2015年社会消费品零售总额和百家大型零售企业零售额增速对比 161
- 图表：2011和2012-2014年百家大型零售企业各月零售额增速对比 162
- 图表：2012-2013年-2014年社会消费品零售总额分月同比增长速度 163
- 图表：2012-2015年社会消费品零售总额主要数据 164
- 图表：2008-2015年社会消费品零售总额及增长 164
- 图表：2011-2015年城镇社会消费品零售总额及增长 165
- 图表：2011-2015年乡村社会消费品零售总额及增长 165
- 图表：2011-2015年商品零售社会消费品零售总额及增长 165
- 图表：2011-2015年限额以上企业(单位)社会消费品零售总额及增长 166
- 图表：2011-2015年限额以上企业(单位)商品零售及增长 166
- 图表：2011-2015年烟酒类零售值及增长 167
- 图表：2012-2015年我国酒类制造产业出口值及增长情况 196
- 图表：2015年宏观经济预测 225

图表：2015-2020n2我国草莓生产需求量及预测 227

图表：私人场合和高档场合酒类消费情况 231

图表：草莓酒行业盈利模式图 236

图表：区域发展战略咨询流程图 261

图表：区域SWOT战略分析图 263

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201504/314016.html>