

2015-2022年中国果醋市场供需形势及未来投资评估报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2015-2022年中国果醋市场供需形势及未来投资评估报告》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/201508/334509.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

从目前来看，随着行业的日渐成熟发展，全国果醋市场已经开始呈现出一定的行业分布格局。目前，全国果醋饮料品牌叫得上名字的有近50多种，主要集中分布在广东、江苏、沈阳、河南四个地区，但广东市场则是主要核心，占据全国市场近70%的市场。

2013年我国果醋行业消费量达到11.7万吨，果醋行业市场规模约10.85亿元，2014年达到了12.99亿元。近几年我国果醋行业市场规模情况如下图所示：

2010-2014年我国果醋行业市场规模情况

资料来源：智研数据中心整理

2010-2014年我国果醋饮料行业市场规模情况

资料来源：智研数据中心整理

果醋作为一种新兴饮料，兼备水果和醋的双重功效，随着人们生活水平的提高，对于健康环保饮食越来越关注，饮食习惯的改变使得果醋市场投资潜力巨大。果醋吸引消费者的原因之一就是保健功效突出，可以降低胆固醇、提高免疫力、促进血液循环、开发智力、抗菌杀毒、减肥等等。

上世纪90年代，在美国、法国等国家的市场上，醋饮料曾经一度受到时尚女性的追捧。以苹果、葡萄、山楂等为原料生产的果醋饮料迎合了现代都市人绿色、健康的消费理念，也同时满足了现代都市女性保健、美容的需求。

智研咨询发布的《2015-2022年中国果醋市场供需形势及未来投资评估报告》共十五章。首先介绍了中国果醋行业市场发展环境、中国果醋整体运行态势等，接着分析了中国果醋行业市场运行的现状，然后介绍了中国果醋市场竞争格局。随后，报告对中国果醋做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国果醋行业发展趋势与投资预测。您若想对果醋产业有个系统的了解或者想投资果醋行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

报告目录：

第一章 2014年世界果醋行业整体运营状况分析 1

第一节 2014年世界果醋行业发展环境浅析 1

一、全球经济景气度分析 1

二、食品饮料制造业运行状况 22

三、欧洲规定果醋商品应标明其成分 23

四、世界水果产业分析 23

第二节 2014年世界果醋行业市场发展格局 24

- 一、世界果醋市场特征分析 24
- 二、世界主要果醋品牌综述 25
- 三、世界果醋市场发展动态分析 28
- 四、欧美果醋市场风靡 29
- 第三节 2014年日本果醋市场分析 30
 - 一、果醋——健康食品发展不断推陈出新 30
 - 二、近几年日本果醋市场产销形势 30
 - 三、日本高档醋的需求量剧增 30
 - 四、黑醋为代表的保健醋异军突起 31
 - 五、日本果醋企业状况 31
 - 六、日本果醋市场价格分析 32
 - 七、日本果醋产业未来发展方向 34
- 第四节 2015-2022年世界果醋行业发展趋势分析 34
- 第二章 2014年中国果醋行业市场发展环境解析 37
 - 第一节 国内宏观经济环境分析 37
 - 一、GDP历史变动轨迹分析 37
 - 二、固定资产投资历史变动轨迹分析 40
 - 三、2015年中国宏观经济发展预测分析 45
 - 四、中国食品饮料加工业在国民经济中的地位分析 47
 - 第二节 2014年中国果醋市场政策环境分析 48
 - 一、七大措施搞活流通扩大消费政策解析 48
 - 二、果醋国标的征求意见稿 48
 - 三、法律法规 49
 - 第三节 2014年中国果醋市场社会环境分析 50
 - 一、居民消费情况 50
 - 二、消费观念 52
 - 三、人们生活水平不断提高 53
 - 四、保健意识迅速加强 55
- 第三章 2014年中国果醋行业市场运行态势剖析 57
 - 第一节 2014年中国果醋加工产业运行总况 57
 - 一、果醋饮料行业特点 57
 - 二、果醋加工所处发展阶段 58
 - 三、行业健康发展引关注 58
 - 四、果醋加工生产企业生存状况分析 59
 - 五、中国果醋加工项目分析 60

第二节 2014年中国果醋加工技术与工艺研究 61

一、果醋的主要加工工艺研究进展 61

二、苹果醋的制作流程简述 62

三、柑桔果醋的生产技术 63

四、野生酸枣果醋的生产方法探究 65

第三节 2014年中国果醋产业热点问题探讨 67

一、中国果醋饮料行业目前非常不规范 67

二、调味品与饮料混淆 68

三、定位模糊，焦点涣散 69

第四章 2008-2014年中国果醋加工制造行业数据监测分析（1533） 71

第一节 2008-2014年中国果醋加工制造行业规模分析 71

一、企业数量增长分析 71

二、从业人数增长分析 71

三、资产规模增长分析 72

第二节 2013年中国果醋加工制造行业结构分析 72

一、企业数量结构分析 72

1、不同类型分析 72

2、不同所有制分析 72

二、销售收入结构分析 73

1、不同类型分析 73

2、不同所有制分析 73

第三节 2008-2014年中国果醋加工制造行业产值分析 74

一、产成品增长分析 74

二、工业销售产值分析 75

三、出口交货值分析 75

第四节 2008-2014年中国果醋加工制造行业成本费用分析 76

一、销售成本统计 76

二、费用统计 76

第五节 2008-2014年中国果醋加工制造行业盈利能力分析 77

一、主要盈利指标分析 77

二、主要盈利能力指标分析 77

第五章 2014年中国果醋市场深度聚焦 78

第一节 2014年中国果醋市场综述 78

一、果醋饮料市场发展迅猛格局初现 78

二、中国果醋市场规模及增长 79

三、中国果醋饮料市场消费现状 80

十年中果醋的产量和销量都呈现出持续增长的态势。虽然果醋饮料的年产量较大，但是在饮料市场中所占份额却极小，只有 1%左右。主要是由于需求量较小，尽管需求量一直保持逐年递增，但是对于整个饮料市场来说，果醋饮料的需求量所占比重仍然过小。果醋饮料相对于其他饮料来说，消费群体相对固定，主要集中在珠江三角洲这样的发达地区，其购买力主要集中在高收入、高消费这类少数人群上。虽然购买群体的数量不多，但是由于购买力度较大，购买金额较高，其收入依然较为可观。果醋饮料在珠江三角洲地区每年的销售量占全国总销售量的 60%左右，足见果醋饮料行业在珠江三角洲地区是很有发展潜力的。

2013年我国果醋行业消费量约11.7万吨，同比9.5万吨增长了23.2%，2014年我国果醋消费量约13.9万吨。近几年我国果醋行业消费量情况如下图所示：

2010-2014年我国果醋行业消费量情况

资料来源：智研数据中心整理

第二节 2014年中国果醋市场价格分析 81

一、中国果醋市场品牌价格情况 81

二、中国果醋与其它同类产品价格对比 83

第三节 2014年中国果醋区域市场分析 84

一、重庆“果醋减肥”成为女性时尚潮流 84

二、广东果醋饮料行业蓄势待发 84

三、河南果醋行业的生存现状及发展建议 84

四、河南果醋业在产品形象与销售渠道上实现突破 86

第六章 2014年中国果醋市场细分市场剖析 89

第一节 苹果醋 89

第二节 葡萄醋 89

第三节 香蕉果醋 89

第四节 柠檬醋 89

第五节 草莓醋 89

第六节 酸梅醋 90

第七节 猕猴桃醋 90

第八节 樱桃醋 90

第九节 番茄醋 90

第十节 其它 91

一、玫瑰醋 91

二、果冻醋 91

三、菊花醋 91

四、酸奶醋 92

第七章 2009-2014年中国果醋进出口数据监测分析	93
第一节 2009-2014年中国果醋进口数据分析	93
一、进口数量分析（22090000）	93
二、进口金额分析	93
第二节 2009-2014年中国果醋出口数据分析	94
一、出口数量分析	94
二、出口金额分析	94
第三节 2009-2014年中国果醋进出口平均单价分析	95
第四节 2009-2014年中国果醋进出口国家及地区分析	96
一、进口国家及地区分析	96
二、出口国家及地区分析	97
第八章 2014年中国果醋市场营销解析	99
第一节 饮料营销发展概述	99
一、国内饮料营销的五大派系	99
二、饮料行业销售渠道探讨	100
三、饮料营销策略探索	102
四、饮料业网络营销战略分析	106
第二节 2014年中国果醋市场营销定位分析	108
一、功能定位分析	108
二、价格定位分析	109
三、营销买点定位分析（“美容”、“减肥”、“健康”、“时尚”）	110
第三节 2014年中国果醋市场营销状况分析	111
一、果醋饮料营销模式亟待突破创新	111
二、我国果醋饮料市场营销的多元化	114
三、汇源果汁醋市场营销案例解析	115
四、我国果醋饮料行业广告投放情况分析	124
五、我国果醋企业品牌营销运作存在的问题及对策	125
第四节 软饮料市场的差异化营销策略分析	127
一、产品差异化策略分析	127
二、品牌形象差异化策略分析	130
三、促销差异化策略分析	132
四、中国软饮料市场的差异化营销策略的误区与风险	133
五、中国软饮料市场差异化营销策略的建议	134
第九章 2014年中国果醋市场竞争格局透析	137
第一节 2014年中国果醋行业竞争总况	137

- 一、果醋饮料市场竞争激烈陷国标困局 137
- 二、果醋品牌竞争 138
- 三、价格竞争分析 139
- 四、营销方式竞争分析 140
- 第二节 2014年中国果醋行业集中度分析 141
 - 一、市场集中度分析 141
 - 二、生产企业的集中分布 142
- 第三节 中国果醋提升竞争力策略分析 144
- 第四节 2015-2022年中国果醋行业竞争趋势分析 145
- 第十章 2014年中国果醋替代产品竞争分析 148
 - 第一节 果汁 148
 - 一、中国果汁饮料行业发展概况 148
 - 二、果汁行业发展态势良好 153
 - 三、饮料新规助推果汁产业健康发展 153
 - 四、果汁饮料市场的发展特点 155
 - 五、果汁饮料市场逐渐走向细分 158
 - 第二节 乳饮料 159
 - 一、我国乳饮市场竞争格局 159
 - 二、乳饮料的市场创新 160
 - 三、乳饮料产品市场定位分析 160
 - 四、果粒酸乳饮料成市场热点 163
 - 五、乳饮料市场发展趋势分析 164
- 第十一章 2014年中国果醋优势生产企业竞争力及关键性数据分析 166
 - 第一节 汇源集团公司 166
 - 一、企业概况 166
 - 二、企业主要经济指标分析 167
 - 三、企业盈利能力分析 168
 - 四、企业偿债能力分析 169
 - 五、企业运营能力分析 170
 - 六、企业成长能力分析 171
 - 第二节 广东天地壹号饮料有限公司 172
 - 一、公司简介 172
 - 二、天地壹号保持果醋行业领先地位 174
 - 三、天地壹号加速国内果醋市场扩张步伐 175
 - 四、天地壹号推出国内首款罐装果醋饮料 176

第三节 沈阳麦金利食品制造有限公司 177

- 一、企业概况 177
- 二、企业主要经济指标分析 178
- 三、企业盈利能力分析 178
- 四、企业偿债能力分析 179
- 五、企业运营能力分析 179
- 六、企业成长能力分析 179

第四节 养生堂 179

- 一、企业概况 179
- 二、企业主要经济指标分析 180
- 三、企业盈利能力分析 180
- 四、企业偿债能力分析 181
- 五、企业运营能力分析 181
- 六、企业成长能力分析 181

第五节 乐天华邦（北京）饮料有限公司 182

- 一、企业概况 182
- 二、企业主要经济指标分析 183
- 三、企业盈利能力分析 183
- 四、企业偿债能力分析 183
- 五、企业运营能力分析 184
- 六、企业成长能力分析 184

第六节 维嘉思食品饮料有限公司（华生堂） 184

- 一、公司简介 184
- 二、维嘉思公司倾力打造果醋品牌“华生堂” 186
- 三、维嘉思公司推出新一代苹果醋升级产品 187

第六节 河南天方原创食品股份有限公司 188

- 一、企业概况 188
- 二、企业主要经济指标分析 188
- 三、企业盈利能力分析 189
- 四、企业偿债能力分析 189
- 五、企业运营能力分析 189
- 六、企业成长能力分析 190

第七节 其它 190

- 一、驻马店市奇哥食品有限公司 190
- 二、周口百吉利食品有限公司 192

- 三、山西太子湖食品有限公司 194
- 四、陕西祥云实业有限责任公司 196
- 五、河南省淼雨饮品有限公司 198
- 六、承德红源果业有限公司 200
- 七、河南世锦生物工程有限公司 202
- 第十二章 2014年中国果酸上游关联产业分析——水果产业分析 205
 - 第一节 2014年中国水果产业概况 205
 - 一、水果产业是我国农业的第三大支柱 205
 - 二、水果产业的加工能力 207
 - 第二节 中国水果直销市场分析 217
 - 一、市场供给 217
 - 1、应季水果 217
 - 2、反季水果 218
 - 二、消费能力 219
 - 三、仓储能力 220
- 第十三章 2014年国内外软饮料产业运行分析 222
 - 第一节 全球软饮料市场概况 222
 - 一、全球各国饮料市场发展概况 222
 - 二、全球软饮料业寻找新出路 223
 - 三、全球软饮料巨头发展简析 224
 - 四、国际软饮料业新流行产品 227
 - 五、西方低糖软饮料发展时机已成熟 228
 - 第二节 中国软饮料行业发展概况 229
 - 一、中国软饮料制造行业相关经济数据分析 229
 - 二、2005-2014年软饮料产量数据分析 233
 - 三、我国软饮料市场发展格局分析 234
 - 第三节 软饮料行业安全与健康 239
 - 一、食品饮料行业面对健康和赢利难以选择 239
 - 二、食品饮料业面临安全考验 240
 - 三、建立食品饮料安全保障体系 240
 - 四、管理问题是中国饮料行业发展的重要问题 241
 - 第四节 中国软饮料行业面临的挑战及对策 242
 - 一、中国“饮料”企业将面临八大考验 242
 - 二、国内企业应对品牌竞争对策 245
 - 三、中国饮料企业攻克技术壁垒的途径 246

第十四章 2015-2022年中国果醋行业发展趋势与前景展望 249

第一节 2015-2022年中国果醋行业发展前景分析 249

- 一、中国软饮料行业发展优势及空间分析 249
- 二、2015-2022年中国软饮料制造行业预测分析 250
- 三、未来软饮料业将步入重构时期 251
- 四、我国西部软饮料市场增长潜力巨大 252
- 五、谷物饮料成饮料行业发展新趋势 253

第三节 2015-2022年中国果醋行业市场预测分析 254

- 一、我国果醋饮料市场规模及增长预测 254
- 二、国内苹果醋市场发展趋势 254
- 三、葡萄果醋行业未来发展方向 255

第四节 2015-2022年中国果醋市场盈利预测分析 256

第十五章 2015-2022年中国果醋市场投资前景预测 258

第一节 2015-2022年中国果醋行业投资环境 258

第二节 2015年中国饮料产业投资周期分析 259

- 一、经济周期 259
- 二、增长性与波动性 260
- 三、成熟度分析 261

第三节 2015-2022年中国果醋行业投资机会分析 261

- 一、果醋市场投资潜力 261
- 二、产业链投资热点研究 262

第四节 2015-2022年中国果醋行业投资风险预警 262

- 一、宏观调控政策风险 262
- 二、市场竞争风险 262
- 三、原料供给风险 263
- 四、市场运营机制风险 263

第五节 ZY LZG专家投资观点 264

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：2014年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）
- 图表：2014年房地产开发投资同比增速（%）
- 图表：2015年中国GDP增长预测
- 图表：国内外知名机构对2015年中国GDP增速预测
- 图表：果醋行业产业链
- 图表：2011-2014年年我国果醋行业企业数量增长趋势图
- 图表：2011-2014年年我国果醋行业亏损企业数量增长趋势图
- 图表：2011-2014年年我国果醋行业从业人数增长趋势图
- 图表：2011-2014年年我国果醋行业资产规模增长趋势图
- 图表：2011-2014年年我国果醋行业产成品增长趋势图
- 图表：2011-2014年年我国果醋行业工业销售产值增长趋势图
- 图表：2011-2014年年我国果醋行业销售成本增长趋势图
- 图表：2011-2014年年我国果醋行业费用使用统计图
- 图表：2011-2014年年我国果醋行业主要盈利指标统计图
- 图表：2011-2014年年我国果醋行业主要盈利指标增长趋势图
- 图表：企业1
- 图表：企业主要经济指标走势图
- 图表：企业经营收入走势图
- 图表：企业盈利指标走势图
- 图表：企业负债情况图
- 图表：企业负债指标走势图
- 图表：企业运营能力指标走势图
- 图表：企业成长能力指标走势图
- 图表：企业2
- 图表：企业主要经济指标走势图
- 图表：企业经营收入走势图
- 图表：企业盈利指标走势图
- 图表：企业负债情况图
- 图表：企业负债指标走势图
- 图表：企业运营能力指标走势图
- 图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业3

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业4

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业5

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业6

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：其他企业.....

图表：主要经济指标走势图

图表：2011-2014年果醋行业市场供给

图表：2011-2014年果醋行业市场需求

图表：2011-2014年果醋行业市场规模

图表：果醋所属行业生命周期判断

图表：果醋所属行业区域市场分布情况

图表：2015-2022年中国果醋行业市场规模预测

图表：2015-2022年中国果醋行业供给预测

图表：2015-2022年中国果醋行业需求预测

图表：2015-2022年中国果醋行业价格指数预测

图表：.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201508/334509.html>