

2015-2020年中国低度果酒市场全景评估及未来发展趋势报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2015-2020年中国低度果酒市场全景评估及未来发展趋势报告》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/201412/297907.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

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调查

- 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前景预测

第一节 我国低度果酒行业前景与机遇分析

一、我国低度果酒行业发展前景

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 低度果酒行业投资风险及控制策略分析

- 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 低度果酒行业投资战略研究

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 投资战略研究

一、2014年低度果酒投资战略

二、2014年低度果酒行业投资战略

三、2015-2020年低度果酒行业投资战略

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中商华研分析

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：低度果酒市场调查对象情况分析
- 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前景预测

图表：2015-2020年中国低度果酒市场价格走势预测

图表：2015-2020年中国低度果酒发展前景预测

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201412/297907.html>