

# 2022-2028年中国果酒行业市场发展模式及投资策略 略研究报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2022-2028年中国果酒行业市场发展模式及投资策略研究报告》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/202111/984696.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

果酒生产历史悠久，在中国就有2000多年的发展历史。根据文献记载，自汉代开始，一直到唐代、明代、清代，我国一直都有果酒生产的记载，而且种类繁多。如枸杞酒、梅子酒、桑葚酒、大枣酒等等，这些果酒以酸、甜、清香的风味得到了历代人民的喜爱。新中国建立以后，我国果酒的生产得到了进一步发展，产量、质量稳步提升，酿造技术与设备也在从小作坊式的生产方式向工业化的方向过渡，梅酒、山枣酒、山楂酒等酒品，均被评为国家名酒，而且每年都有一定量的出口。

智研咨询发布的《2022-2028年中国果酒行业市场发展模式及投资策略研究报告》共十四章。首先介绍了果酒行业市场发展环境、果酒整体运行态势等，接着分析了果酒行业市场运行的现状，然后介绍了果酒市场竞争格局。随后，报告对果酒做了重点企业经营状况分析，最后分析了果酒行业发展趋势与投资预测。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。

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 2021年国内外软饮料业整体运行态势

#### 1.1 2021年全球软饮料市场运行透析

##### 1.1.1 全球各国饮料市场发展概况

##### 1.1.2 全球软饮料市场龙头企业发展分析

##### 1.1.3 国际软饮料业新流行产品

##### 1.1.4 欧洲软饮料市场形势喜人东西部差异大

#### 1.2 2021年中国软饮料业运行总况

##### 1.2.1 中国软饮料市场发展特征分析

##### 1.2.2 我国软饮料市场发展格局分析

##### 1.2.3 中国软饮料制造行业SCP分析

#### 1.3 2021年中国软饮料行业的安全与健康

#### 1.4 2021年中国软饮料行业面临的挑战及对策

### 第二章 2021年中国果酒行业运行环境分析

#### 2.1 2021年中国宏观环境分析

##### 2.1.1 中国GDP分析

##### 2.1.2 消费价格指数分析

##### 2.1.3 城乡居民收入分析

#### 2.1.4 社会消费品零售总额

#### 2.1.5 全社会固定资产投资分析

#### 2.1.6 进出口总额及增长率分析

### 2.2 2021年中国果酒制造业政策环境分析

#### 2.2.1 中华人民共和国食品卫生法

#### 2.2.2 饮料产品生产许可证审查细则

#### 2.2.3 果醋饮料国家标准（意见稿）

### 2.3 2021年中国果酒制造业社会环境分析

#### 2.3.1 人口环境分析

#### 2.3.2 教育环境分析

#### 2.3.3 文化环境分析

#### 2.3.4 生态环境分析

## 第三章 2021年中国酒饮料市场运行态势分析

### 3.1 2021年国际酒饮料运行简况

#### 3.1.1 发达国家酒精饮料消费渐趋减少

#### 3.1.2 泰国政府调高酒精饮料消费税

#### 3.1.3 拉美国家酒精饮料市场消费概况

#### 3.1.4 格鲁吉亚酒精饮料行业概况

### 3.2 2021年中国酒精饮料运行总况

#### 3.2.1 制酒饮料行业生产运行情况

#### 3.2.2 制酒饮料行业进出口情况

#### 3.2.3 中国制酒饮料行业利润总额增长分析

#### 3.2.4 制酒饮料工艺分析

### 3.3 2021年中国酒精饮料行业发展存在的问题与对策分析

## 第四章 2021年中国果酒市场动态分析

### 4.1 2021年中国果酒行业发展概况

#### 4.1.1 我国发展果酒业的有利条件

#### 4.1.2 中国果酒市场容量巨大竞争激烈

#### 4.1.3 中国果酒市场的新变化

#### 4.1.4 果酒企业在酒标上标新立异

#### 4.1.5 中国南派果酒夹缝中艰难成长

### 4.2 2021年中国果酒的区域市场发展概况

#### 4.2.1 成都发力高端果酒市场

#### 4.2.2 江苏果酒业发展现状探析

#### 4.2.3 山东苹果酒陷入尴尬境地

#### 4.3 2021年中国果酒业发展的问题与对策

##### 4.3.1 我国果酒业存在的主要不足

##### 4.3.2 中国果酒产业发展的瓶颈

##### 4.3.3 中国果酒发展道路上的五大忧思

##### 4.3.4 推进我国果酒业快速发展的措施

##### 4.3.5 中国果酒业发展的出路探讨

#### 第五章 2021年中国葡萄酒市场运行动态分析

##### 5.1 2021年中国葡萄酒市场运行总况

###### 5.1.1 我国葡萄酒市场仍处在培育期

###### 5.1.2 进口葡萄酒抢夺中国市场

###### 5.1.3 中国葡萄酒进军日本市场分析

##### 5.2 2021年中国部分地区葡萄酒行业市场运行分析

###### 5.2.1 北京葡萄酒市场格局分析

###### 5.2.2 广州葡萄酒市场解析

###### 5.2.3 深圳葡萄酒市场发展分析

###### 5.2.4 大连葡萄酒市场发展分析

###### 5.2.5 成都葡萄酒市场分析

##### 5.3 2021年中国葡萄酒市场消费分析

###### 5.3.1 我国葡萄酒消费市场快速增长

###### 5.3.2 中国葡萄酒市场消费者分析

###### 5.3.3 我国葡萄酒消费市场品牌分析

###### 5.3.4 餐饮终端市场葡萄酒消费特点

###### 5.3.5 影响葡萄酒消费的三点因素

###### 5.3.6 2021年中国有望成为世界大葡萄酒消费国

##### 5.4 2021年中国葡萄酒市场存在的问题

###### 5.4.1 葡萄酒市场的乱象

###### 5.4.2 葡萄酒市场四大问题亟待改善

###### 5.4.3 中国葡萄酒目标市场定位不明

###### 5.4.4 中国葡萄酒市场缺乏个性的品牌

##### 5.5 2021年中国拓展葡萄酒市场的措施

###### 5.5.1 葡萄酒企业开拓市场的五大策略

###### 5.5.2 中国葡萄酒市场发展建议

###### 5.5.3 葡萄酒市场实现稳步发展的战略

#### 第六章 2021年中国果酒行业的工艺技术研究

##### 6.1 各种果酒产品的生产技术

- 6.1.1 无花果酒的生产工艺解析
- 6.1.2 柑橘果酒的酿制流程
- 6.1.3 杨梅果酒生产工艺研究进程
- 6.1.4 五味子果酒的制造工艺分析
- 6.1.5 法国苹果酒制造工艺研究
- 6.2 果酒的工艺技术研究进展
  - 6.2.1 国内外果酒生产工艺的研究概况
  - 6.2.2 福建成功掌握两类果酒生产技术
  - 6.2.3 2021年湖工大攻克果酒产品开发技术难题
  - 6.2.4 果酒加工生产存在的主要难题
- 第七章 2021年中国果醋、果酒行业原料分析
  - 7.1 水果
    - 7.1.1 我国水果市场发展概况
    - 7.1.2 中国水果市场规模分析
    - 7.1.3 我国积极推动水果产业健康有序发展
    - 7.1.4 中国水果产业的品牌化路径分析
    - 7.1.5 影响我国水果贸易的因素及应对策略
  - 7.2 枸杞
    - 7.2.1 国内枸杞市场发展综述
    - 7.2.2 宁夏中宁枸杞产业蓬勃发展
    - 7.2.3 青海省大力推进枸杞种植产业化发展
    - 7.2.4 我国枸杞产业全球扩张面临的挑战及对策
  - 7.3 食糖
    - 7.3.1 中国食糖业总体发展概况
    - 7.3.2 影响食糖价格变动的因素
    - 7.3.3 中国食糖生产面临的制约因素及
- 第八章 2021年中国果酒的市场营销解析
  - 8.1 知名果酒品牌的营销案例分析
    - 8.1.1 宁夏红枸杞酒
    - 8.1.2 仙林青梅酒
    - 8.1.3 宁波永成杨梅酒
    - 8.1.4 南国香邑
    - 8.1.5 梅鹤山庄青梅果酒
  - 8.2 2021年中国果酒的市场营销分析
    - 8.2.1 果酒的营销路径分析

### 8.2.2 中国果酒品牌营销的缺失

### 8.2.3 以糖酒会为平台探究果酒的体验营销策略

### 8.2.4 果酒的市场定位与营销突围

## 8.3 2021年中国高度果酒的销售渠道分析

### 8.3.1 高度果酒发展现状

### 8.3.2 餐饮终端

### 8.3.3 商务团购

### 8.3.4 时尚夜场

## 第九章 2017-2021年中国果酒相关产品制造所属行业主要指标监测分析

### 9.1 2017-2021年中国软饮料制造所属行业规模分析

#### 9.1.1 企业数量增长分析

#### 9.1.2 从业人数增长分析

#### 9.1.3 资产规模增长分析

### 9.2 2017-2021年中国软饮料制造所属行业结构分析

#### 9.2.1 企业数量结构分析

#### 9.2.2 销售收入结构分析

### 9.3 2017-2021年中国软饮料制造所属行业产值分析

#### 9.3.1 产成品增长分析

#### 9.3.2 工业销售产值分析

#### 9.3.3 出口交货值分析

### 9.4 2017-2021年中国软饮料制造所属行业成本费用分析

#### 9.4.1 销售成本分析

#### 9.4.2 费用分析

### 9.5 2017-2021年中国软饮料制造所属行业盈利能力分析

#### 9.5.1 主要盈利指标分析

#### 9.5.2 主要盈利能力指标分析

## 第十章 2017-2021年中国葡萄酒产量数据分析

### 10.1 2017-2021年全国葡萄酒产量分析

### 10.2 2021年主要省份葡萄酒产量分析

### 10.3 2021年葡萄酒产量集中度分析

## 第十一章 2021年中国果酒替代产品剖析

### 11.1 果汁

#### 11.1.1 中国果汁饮料行业发展概况

#### 11.1.2 果汁行业发展态势良好

#### 11.1.3 饮料新规助推果汁产业健康发展

- 11.1.4 果汁饮料市场的发展特点
- 11.1.5 果汁饮料市场逐渐走向细分
- 11.2 乳饮料
  - 11.2.1 我国乳饮市场竞争格局
  - 11.2.2 乳饮料的市场创新
  - 11.2.3 乳饮料产品市场定位分析
  - 11.2.4 果粒酸乳饮料成市场热点
  - 11.2.5 乳饮料市场发展趋势分析
- 11.3 保健酒
  - 11.3.1 中国保健酒发展进入快车道
  - 11.3.2 中国保健酒行业的发展规律
  - 11.3.3 中国保健酒行业良性升级
- 11.4 露酒
  - 11.4.1 露酒产业发展的有利条件
  - 11.4.2 露酒的生产沿革
  - 11.4.3 白酒消费税新政给露酒带来实质利好
  - 11.4.4 露酒的产品开发建议
  - 11.4.5 露酒市场的发展趋势分析
- 第十二章 中国果酒重点企业运营关键财务数据分析
  - 12.1 青岛琅琊台集团股份有限公司
    - 12.1.1 企业概况
    - 12.1.2 企业主要经济指标分析
    - 12.1.3 企业盈利能力分析
    - 12.1.4 企业偿债能力分析
    - 12.1.5 企业运营能力分析
    - 12.1.6 企业成长能力分析
  - 12.2 天津挂月集团有限公司
    - 12.2.1 企业概况
    - 12.2.2 企业主要经济指标分析
    - 12.2.3 企业盈利能力分析
    - 12.2.4 企业偿债能力分析
    - 12.2.5 企业运营能力分析
    - 12.2.6 企业成长能力分析
  - 12.3 飞环(集团)公司
    - 12.3.1 企业概况



### 12.3.2 企业主要经济指标分析

### 12.3.3 企业盈利能力分析

### 12.3.4 企业偿债能力分析

### 12.3.5 企业运营能力分析

### 12.3.6 企业成长能力分析

## 12.4 宁夏香山酒业集团有限公司

### 12.4.1 企业概况

### 12.4.2 企业主要经济指标分析

### 12.4.3 企业盈利能力分析

### 12.4.4 企业偿债能力分析

### 12.4.5 企业运营能力分析

### 12.4.6 企业成长能力分析

## 12.5 江西省猕猴桃酒业股份有限公司

### 12.5.1 企业概况

### 12.5.2 企业主要经济指标分析

### 12.5.3 企业盈利能力分析

### 12.5.4 企业偿债能力分析

### 12.5.5 企业运营能力分析

### 12.5.6 企业成长能力分析

## 12.6 青岛格林玛特礼品有限公司

### 12.6.1 企业概况

### 12.6.2 企业主要经济指标分析

### 12.6.3 企业盈利能力分析

### 12.6.4 企业偿债能力分析

### 12.6.5 企业运营能力分析

### 12.6.6 企业成长能力分析

## 12.7 宁夏红中宁枸杞制品有限公司

### 12.7.1 企业概况

### 12.7.2 企业主要经济指标分析

### 12.7.3 企业盈利能力分析

### 12.7.4 企业偿债能力分析

### 12.7.5 企业运营能力分析

### 12.7.6 企业成长能力分析

## 第十三章 2022-2028年中国果酒行业投资战略研究

### 13.1 2022-2028年中国果酒投资机遇

- 13.1.1 我国软饮料行业投资乐观
- 13.1.2 我国果酒产业迎来投资机遇
- 13.1.3 果酒行业区域投资潜力分析
- 13.2 2022-2028年中国果酒投资风险预警
- 13.2.1 国内饮料行业竞争门槛提高
- 13.2.2 企业新产品开发力度加大
- 13.2.3 国内果酒市场投资风险
- 13.3 投资建议
- 13.3.1 充分发挥资源优势进行产品创新
- 13.3.2 中国果酒行业投资建议
- 13.3.3 建立优质原料供应基地

#### 第十四章 2022-2028年中国果酒行业发展前景展望

- 14.1 2022-2028年中国软饮料行业前景预测
- 14.1.1 我国软饮料行业发展前景广阔
- 14.1.2 2022-2028年中国软饮料制造行业预测分析
- 14.1.3 未来软饮料业将步入重构时期
- 14.2 2022-2028年中国果酒行业发展趋势及前景
- 14.2.1 中国果酒行业发展前景看好
- 14.2.2 我国苹果酒开发有望蓬勃发展（ZY LZQ）

部分图表目录：

图表：日本各类饮料市场规模

图表：中国软饮料市场品牌列表（部分）

图表：无花果酒的感观指标

图表：无花果酒的理化指标

图表：2017-2021年中国软饮料制造行业企业数量及增长率分析 单位：个

图表：2017-2021年中国软饮料制造行业亏损企业数量及增长率分析 单位：个

图表：2017-2021年中国软饮料制造行业从业人数及同比增长分析 单位：个

图表：2017-2021年中国软饮料制造企业总资产分析 单位：亿元

图表：2021年中国软饮料制造行业不同类型企业数量 单位：个

图表：2021年中国软饮料制造行业不同所有制企业数量 单位：个

图表：2021年中国软饮料制造行业不同类型销售收入 单位：千元

图表：2021年中国软饮料制造行业不同所有制销售收入 单位：千元

图表：2017-2021年中国软饮料制造产成品及增长分析 单位：亿元

图表：2017-2021年中国软饮料制造工业销售产值分析 单位：亿元

图表：2017-2021年中国软饮料制造出口交货值分析 单位：亿元

图表：2017-2021年中国软饮料制造行业销售成本分析 单位：亿元

图表：2017-2021年中国软饮料制造行业费用分析 单位：亿元

图表：2017-2021年中国软饮料制造行业主要盈利指标分析 单位：亿元

图表：2017-2021年中国软饮料制造行业主要盈利能力指标分析

图表：2017-2021年全国葡萄酒产量分析

图表：2021年主要省份葡萄酒产量分析

图表：2021年葡萄酒产量集中度分析

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202111/984696.html>