

2017-2023年中国果酒市场运行态势与投资前景评估报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2023年中国果酒市场运行态势与投资前景评估报告》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/201704/518052.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

前言

在现代市场经济活动中，信息已经是一种重要的经济资源，信息资源的优先占有者胜，反之则处于劣势。中国每年有近100万家企业倒闭，对于企业经营而言，因为失误而出局，极有可能意味着从此退出历史舞台。他们的失败、他们的经验教训，可能再也没有机会转化为他们下一次的成功了！企业成功的关键就在于，是否能够在需求尚未形成之时就牢牢的锁定并捕捉到它。那些成功的公司往往都会倾尽毕生的精力及资源搜寻产业的当前需求、潜在需求以及新的需求。

随着果酒行业竞争的不断加剧，大型企业间并购整合与资本运作日趋频繁，国内外优秀的果酒企业愈来愈重视对行业市场的分析研究，特别是对当前市场环境和客户需求趋势变化的深入研究，以期提前占领市场，取得先发优势。正因为如此，一大批优秀品牌迅速崛起，逐渐成为行业中的翘楚。

本果酒行业研究报告是智研咨询公司的研究成果，通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。智研咨询在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。本中国果酒行业研究报告是2016-2017年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

本研究咨询报告由智研咨询公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研咨询提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了中国果酒行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国果酒行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国果酒行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第一章 2016年国内外软饮料业整体运行态势分析

1.1 2016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 2016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 2016年中国软饮料行业的安全与健康
 - 1.3.1 食品饮料行业面对健康和赢利难以选择
 - 1.3.2 食品饮料业面临安全考验
 - 1.3.3 亟需建立食品饮料安全保障体系
 - 1.3.4 管理问题是中国饮料行业发展的重要问题
- 1.4 2016年中国软饮料行业面临的挑战及对策
 - 1.4.1 中国“饮料”企业面临八大考验
 - 1.4.2 国内软饮料企业应对品牌竞争对策
 - 1.4.3 中国饮料企业攻克技术壁垒的途径

第二章 2016年中国果酒行业运行环境分析

- 2.1 2016年中国宏观经济环境分析
 - 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 2016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 2016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 2016年中国酒饮料市场运行态势分析

- 3.1 2016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 2016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 2016年中国酒精饮料行业发展存在的问题与对策分析

第四章 2016年中国果酒市场动态分析

4.1 2016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 2016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 2016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 2016年中国葡萄酒市场运行动态分析

5.1 2016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 2016年中国部分地区葡萄酒市场运行分析

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 2016年中国葡萄酒市场消费状况分析
 - 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 2016年中国有望成为世界第七大葡萄酒消费国
- 5.4 2016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 2016年中国拓展葡萄酒市场的战略措施
 - 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 2016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 2016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 2016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风险

第八章 2016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
 - 8.1.2 宁夏红枸杞酒
 - 8.1.3 仙林青梅酒
 - 8.1.4 宁波永成杨梅酒
 - 8.1.5 南国香邑
 - 8.1.6 梅鹤山庄青梅果酒
- 8.2 2016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 2016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 2014-2016年中国果酒相关产品制造行业主要指标监测分析

- 9.1 2014-2016年中国软饮料制造行业规模分析
 - 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 2014-2016年中国软饮料制造行业结构分析
 - 9.2.1 企业数量结构分析
 - 9.2.2 销售收入结构分析
- 9.3 2014-2016年中国软饮料制造行业产值分析
 - 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 2014-2016年中国软饮料制造行业成本费用分析
 - 9.4.1 销售成本分析
 - 9.4.2 费用分析
- 9.5 2014-2016年中国软饮料制造行业盈利能力分析
 - 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 2014-2016年中国葡萄酒产量数据统计分析

- 10.1 2014-2016年全国葡萄酒产量分析
- 10.2 2016年主要省份葡萄酒产量分析
- 10.3 2016年葡萄酒产量集中度分析

第十一章 2016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 2016年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 烟台飞龙王葡萄酒业有限公司

- 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 兴邦仙人掌有限责任公司
 - 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
- 12.8 飞环(集团)公司
 - 12.8.1 企业概况
 - 12.8.2 企业主要经济指标分析
 - 12.8.3 企业盈利能力分析
 - 12.8.4 企业偿债能力分析
 - 12.8.5 企业运营能力分析
 - 12.8.6 企业成长能力分析
- 12.9 江西省猕猴桃酒业股份有限公司
 - 12.9.1 企业概况
 - 12.9.2 企业主要经济指标分析

12.9.3 企业盈利能力分析

12.9.4 企业偿债能力分析

12.9.5 企业运营能力分析

12.9.6 企业成长能力分析

第十三章 2017-2023年中国果酒行业投资战略研究

13.1 2017-2023年中国果酒投资机遇

13.1.1 我国软饮料行业投资前景乐观

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 2017-2023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 权威专家投资建议

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 2017-2023年中国果酒行业发展前景展望(ZY PXS)

14.1 2017-2023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 2017-2023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 2017-2023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

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：2014-2016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：2014-2016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：2014-2016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：2014-2016年中国软饮料制造企业总资产分析 单位：亿元

图表：2016年中国软饮料制造行业不同类型企业数量 单位：个

图表：2016年中国软饮料制造行业不同所有制企业数量 单位：个

图表：2016年中国软饮料制造行业不同类型销售收入 单位：千元

图表：2016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：2014-2016年中国软饮料制造产成品及增长分析 单位：亿元

图表：2014-2016年中国软饮料制造工业销售产值分析 单位：亿元

图表：2014-2016年中国软饮料制造出口交货值分析 单位：亿元

图表：2014-2016年中国软饮料制造行业销售成本分析 单位：亿元

图表：2014-2016年中国软饮料制造行业费用分析 单位：亿元

图表：2014-2016年中国软饮料制造行业主要盈利指标分析 单位：亿元

图表：2014-2016年中国软饮料制造行业主要盈利能力指标分析

图表：2014-2016年全国葡萄酒产量分析

图表：2016年主要省份葡萄酒产量分析

图表：2016年葡萄酒产量集中度分析

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201704/518052.html>