

2020-2026年中国果啤行业市场全景调查及投资价值预测报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2020-2026年中国果啤行业市场全景调查及投资价值预测报告》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/202007/879571.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

果啤是一种口味介于啤酒和饮料之间的低度酒精饮料，它是以麦芽、大米等为原料，加入啤酒花，经糖化、发酵，并在过滤时加入果汁酿制的含有二氧化碳的酒，果啤中含有多种人体所必需的氨基酸和维生素。果啤单字来解释，果就是水果的意思，啤，就是大家常喝的啤酒。把水果榨成果汁然后与啤酒掺在一起，就是果啤。现在市场上有卖的菠萝果啤、哈密瓜果啤、苹果果啤、桔子果啤等等。相对于国内发展成熟啤酒市场，果味啤酒近年来才受到较多关注，并受到女性消费群体的青睐。但由于国内果味啤酒市场起步较晚，目前消费量占比啤酒消费量的比重仍然较低。

智研咨询发布的《2020-2026年中国果啤行业市场全景调查及投资价值预测报告》共十章。首先介绍了果啤行业市场发展环境、果啤整体运行态势等，接着分析了果啤行业市场运行的现状，然后介绍了果啤市场竞争格局。随后，报告对果啤做了重点企业经营状况分析，最后分析了果啤行业发展趋势与投资预测。您若想对果啤产业有个系统的了解或者想投资果啤行业，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 果啤行业概念、成分及品质分析

一、果啤的概念及成分

- (一) 果啤的概念
- (二) 果啤中主要成分
- (三) 果啤与普通啤酒的区别
- (四) 果啤认知度

二、果啤品质影响因素分析

第二章 2015-2019年全球果啤行业发展分析

一、2015-2019年全球果啤发展状况分析

- (一) 全球果啤消费增长逐步发展，前景广阔
- (二) 目前全球市场果啤的主导品牌以及市场份额分析

二、2015-2019年全球果啤主要国家发展状况分析

- (一) 美国
- (二) 德国
- (三) 比利时

（四）俄罗斯

三、2020-2026年全球果啤发展趋势

第三章 2015-2019年中国果啤行业发展环境分析

一、2015-2019年中国果啤行业政策环境分析

（一）果啤归于啤酒仍要征消费税

（二）所属行业政策影响分析

（三）相关行业标准分析

二、2015-2019年中国宏观经济环境分析

（一）中国经济运行发展分析

（二）中国经济运行趋势展望

三、2015-2019年我国果啤行业将保持平稳增长

（一）果啤行业收入逐步增长，盈利能力上升

（二）国内消费能力增强推动果啤需求增加

（三）所得税下调将大幅度提高酿酒企业利润

（四）食品安全问题有利于优质的品牌酿酒企业

四、2015-2019年中国制酒饮料行业运行情况分析

（一）总体运行情况

（二）财务状况分析

（三）投资情况分析

第四章 2015-2019年中国果啤市场发展状况分析

一、2015-2019年我国果啤市场发展总体分析

（一）2015-2019年果啤市场新品迭出

（二）果啤催生大市场

（三）果啤的现代化发展浅析

（四）果啤的询问度上升

二、2015-2019年我国果啤市场结构及需求分析

（一）果啤消费者需求分析

（二）果啤产品结构分析

（三）果啤市场结构

（四）果啤市场容量分析

三、果啤市场存在问题分析

（一）中国果啤产业存在问题分析

（二）果啤行业企业混杂质量堪忧

（三）没有真正的果啤品牌

四、2015-2019年中国果啤消费者分析

- (一) 果啤消费调查
- (二) 作为果啤的主消费群女性群体的市场调查分析研究
- (三) 果啤消费趋势分析

第五章 2015-2019年中国果啤行业竞争分析

一、2015-2019年我国果啤竞争现状分析

- (一) 果啤市场品牌竞争及合作
- (二) 果啤竞争状况分析

二、果啤市场竞争群体详解

- (一) 市场先行者：广东珠江
- (二) 市场领导者：无
- (三) 市场挑战者：无

三、果啤市场竞争中的营销对策分析

- (一) 果啤品牌文化营销解析
- (二) 果啤品牌竞争中的差异化策略分析
- (三) 果啤产品诉求策略分析

第六章 2015-2019年中国果啤重点区域市场竞争格局分析

一、果啤行业的地区布局

- (一) 果啤行业的地区布局
- (二) 果啤细分产品的地区布局

二、广东地区果啤行业发展

- (一) 发展现状
- (二) 竞争力分析
- (三) 发展前景展望

三、山东地区果啤行业发展

- (一) 发展现状
- (二) 竞争力分析
- (三) 发展前景展望

四、深圳地区果啤行业发展

- (一) 发展现状
- (二) 竞争力分析
- (三) 发展前景展望

五、北京地区果啤行业发展

- (一) 发展现状
- (二) 竞争力分析
- (三) 发展前景展望

第七章中国果啤行业优势企业分析

一、燕京

- (一) 燕京公司简介
- (二) 燕京推出“11°P燕京果味啤酒”便携产品
- (三) 燕京再细分口味产品
- (四) 燕京利润状况分析

二、广东珠江

- (一) 广东珠江简介
- (二) 广东珠江公司自主开发珠江牌珠江菠萝啤
- (三) 珠江牌饮料酒产品规格
- (四) 广东珠江有限公司盈利状况分析

三、青岛汉斯

- (一) 青岛啤酒西安汉斯集团有限公司简介
- (二) 青岛汉斯经营状况分析
- (三) 青岛汉斯凉果啤在全国市场份额分析

四、广东蓝带

- (一) 公司简介
- (二) 广东蓝带经营状况分析
- (三) 广东蓝带推出新型高级啤饮料
- (四) 口味、包装细分

五、金星啤酒

- (一) 公司简介
- (二) 金星经营状况分析
- (三) 金星鲜菠萝在全国市场份额分析
- (四) 金星鲜菠萝的产品促销策略分析
- (五) 金星鲜菠萝的竞争战略解析
- (六) 金星鲜菠萝的营销战略透析
- (七) 金星鲜菠萝营销策略分析

六、金威

- (一) 公司简介
- (二) 公司战略分析
- (三) 金威果啤目标策略分析
- (四) 金威果啤媒体运作策略分析
- (五) 金威果啤的推广方法解析

第八章中国啤酒新型产品发展分析

一、暖啤

- (一) 暖啤行业发展分析
- (二) 暖啤市场前景
- (三) 全球暖啤市场动态
- (四) 中国暖啤的产业规划

二、保健啤酒

- (一) 保健啤酒的发展方向分析
- (二) 保健啤酒的消费人群
- (三) 保健啤酒的未来发展趋势
- (四) 保健啤酒的产业规划
- (五) 保健啤酒的前景及热点解析

三、玉米啤

- (一) 玉米啤的主要成分
- (二) 2015-2019年玉米啤行业竞争现状分析
- (三) 中国玉米啤市场拐点显现
- (四) 中国玉米啤市场发展前景预测

四、运动啤酒

- (一) 运动啤酒的概念
- (二) 运动啤酒的竞争分析
- (三) 运动啤酒的市场阶段分析
- (四) 运动啤酒的市场竞争分析

第九章 2020-2026年中国我们果啤市场前景及投资分析

一、2020-2026年中国果啤行业发展趋势分析

- (一) 行业将继续保持快速增长
- (二) 市场集中度逐步提高
- (三) 行业内部加速分化

二、2020-2026年我国果啤行业前景预测分析

- (一) 中国果啤市场发展趋势浅析
- (二) 果啤市场前景巨大
- (三) 果啤发展趋势预测

三、果啤行业投资机会分析

四、果啤行业投资风险预警分析

五、投资产品和区域建议

第十章 2020-2026年中国果啤市场营销策略分析及建议

一、市场营销策略分析（ZY ZS）

二、企业营销策略建议

图表目录：

图表：2015-2019年全球果啤发展状况分析

图表：全球果啤企业主要国家发展状况分析

图表：2015-2019年果啤行业总产值分析

图表：不同规模企业总产值分析

图表：不同所有制企业总产值比较

图表：2015-2019年果啤行业总销售收入分析

图表：不同规模企业总销售收入分析

图表：不同所有制企业销售收入比较

图表：产品销售份额集中度分析

图表：女性群体的市场调查分析研究

图表：燕京啤酒2015-2019年利润状况分析

图表：广东珠江啤酒2015-2019年盈利状况分析

图表：青岛汉斯啤酒企业经营状况分析

图表：广东蓝带啤酒企业经营状况分析

图表：金星啤酒企业经营状况分析

图表：果啤行业的地区布局

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202007/879571.html>