

2021-2027年中国果酒行业 深度研究与投资前景评估报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2021-2027年中国果酒行业深度研究与投资前景评估报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.chinairr.org/report/R07/R0701/202108/27-424653.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

用水果本身的糖分被酵母菌发酵成为酒精的酒，含有水果的风味与酒精。因此民间的家庭时常会自酿一些水果酒来饮用。如李子酒，葡萄酒，杨梅酒、猕猴桃酒等等。因为这些水果表皮会有一些野生的酵母，加上一些蔗糖，因此不需要额外添加酵母也能有一些发酵作用，但民间传统做酒的方法往往旷日费时，也容易被污染。所以外加一些活性酵母是快速酿造水果酒的理想方法。

中国产业研究报告网发布的《2021-2027年中国果酒行业深度研究与投资前景评估报告》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 果酒行业相关基础概述及研究机构

1.1 果酒的定义及分类

1.1.1 果酒的界定

1.1.2 果酒的品鉴

1.1.3 果酒产品分类

1、发酵果酒

2、蒸馏果酒

3、配制果酒

4、起泡果酒

1.1.4 果酒饮用方式

1.1.5 果酒的营养价值

1.2 果酒行业特点分析

1.2.1 市场特点分析

1.2.2 行业经济特性

1.2.3 行业发展周期分析

1.2.4 行业进入风险

1.2.5 行业成熟度分析

第二章 2019年中国果酒行业市场发展环境分析

2.1 中国果酒行业经济环境分析

2.1.1 中国经济运行情况

1、国民经济运行情况GDP

2、消费价格指数CPI、PPI

3、全国居民收入情况

4、恩格尔系数

5、工业发展形势

6、酿酒工业发展现状

7、酒水进出口规模情况

2.1.2 经济环境对行业的影响分析

2.2 中国果酒行业政策环境分析

2.2.1 行业监管环境

1、中国轻工业联合会

2、国家酒类及饮料质量监督检验中心

2.2.2 行业政策分析

1、《中华人民共和国食品安全法》

2、《食品标识管理规定》

3、《食品安全国家标准 预包装食品标签通则》（GB 7718¬2011）

4、《预包装饮料酒标签通则》（GB 10344¬2005）

5、《食品安全国家标准 蒸馏酒及其配制酒》（GB 2757¬2012）

2.2.3 政策环境对行业的影响分析

2.3 中国果酒行业社会环境分析

2.3.1 行业社会环境

1、人口环境分析

2、饮酒文化分析

3、消费升级分析

4、个性化消费分析

5、 饮酒低度化趋势分析

6、 健康消费意识逐渐加强

7、 多元化的消费趋势

2.3.2 社会环境对行业的影响分析

2.4 中国果酒行业技术环境分析

2.4.1 果酒酿造工艺分析

1、 酿造工艺流程分析

2、 中国果酒行业新工艺研究

2.4.2 地理环境对果酒品质的影响分析

第三章 中国果酒行业上、下游产业链分析

3.1 果酒行业产业链概述

3.1.1 产业链定义

3.1.2 果酒行业产业链

3.2 果酒行业上游-水果种植产业发展分析

3.2.1 水果种植产业发展现状

3.2.2 水果产业供给分析

3.2.3 水果供给价格分析

3.2.4 主要水果企业分析

3.2.5 主要水果供给区域分析

3.3 果酒行业下游-经销商情况分析

3.3.1 果酒经销商发展现状

3.3.2 果酒经销商规模情况

3.3.3 果酒经销商区域分布

3.4 果酒行业消费者消费情况分析

3.4.1 居民人均果酒消费情况

3.4.2 果酒消费者地域分布情况

3.4.3 消费升级下的果酒消费市场

3.4.4 果酒消费者品牌忠诚度分析

第四章 国际果酒行业市场发展分析

4.1 2015-2019年国际果酒行业发展现状

- 4.1.1 国际果酒行业发展现状
- 4.1.2 国际果酒行业发展规模
- 4.2 2015-2019年国际果酒市场需求研究
 - 4.2.1 国际果酒市场需求特点
 - 4.2.2 国际果酒市场需求结构
 - 4.2.3 国际果酒市场需求规模
- 4.3 2015-2019年国际区域果酒行业研究
 - 4.3.1 欧洲
 - 4.3.2 美国
 - 4.3.3 日韩
- 4.4 国际著名果酒品牌分析
 - 4.4.1 CHOYA俏雅
 - 4.4.2 Jinro真露
 - 4.4.3 Berentzen百人城
- 4.5 2021-2027年国际果酒行业发展展望
 - 4.5.1 国际果酒行业发展趋势
 - 4.5.2 国际果酒行业规模预测
 - 4.5.3 国际果酒行业发展机会

第五章 2015-2019年中国果酒行业发展概述

- 5.1 中国果酒行业发展状况分析
 - 5.1.1 中国果酒行业发展阶段
 - 5.1.2 中国果酒行业发展总体概况
 - 5.1.3 中国果酒行业发展特点分析
- 5.2 2015-2019年果酒行业发展现状
 - 5.2.1 2015-2019年中国果酒行业发展热点
 - 5.2.2 2015-2019年中国果酒行业发展现状
 - 5.2.3 2015-2019年中国果酒企业发展分析
- 5.3 中国果酒行业细分市场概况
 - 5.3.1 发酵果酒市场
 - 5.3.2 蒸馏果酒
 - 5.3.3 配制果酒市场

- 5.3.4 起泡果酒市场
- 5.4 重点果酒企业市场份额分析
- 5.5 果酒行业市场集中度分析
- 5.6 中国果酒终端市场运作分析
 - 5.6.1 产品选择和客户管理
 - 5.6.2 公关和培训
 - 5.6.3 促销和客户服务
 - 5.6.4 激励政策
 - 5.6.5 物流管控
 - 5.6.6 理货管理和回款管理
- 5.7 果酒市场同质化竞争严重
 - 5.7.1 品牌泛滥弱化品牌形象
 - 5.7.2 价格体系混乱导致终端价格竞争激烈
 - 5.7.3 包装雷同及包装浮夸
 - 5.7.4 市场发展方向与居民消费需求脱节
- 5.8 中国果酒行业发展问题及对策建议
 - 5.8.1 中国果酒行业发展制约因素
 - 5.8.2 中国果酒行业存在问题分析
 - 5.8.3 中国果酒行业发展对策建议

第六章 中国果酒行业运行指标分析及预测

- 6.1 中国果酒所属行业企业数量分析
 - 6.1.1 2015-2019年中国果酒行业企业数量情况
 - 6.1.2 2015-2019年中国果酒行业企业竞争结构
- 6.2 中国果酒行业生产成本构成分析
- 6.3 2015-2019年中国果酒所属行业财务指标总体分析
 - 6.3.1 所属行业盈利能力分析
 - 6.3.2 所属行业偿债能力分析
 - 6.3.3 行业营运能力分析
 - 6.3.4 行业发展能力分析
 - 6.3.5 财务指标总体情况分析
- 6.4 中国果酒行业市场规模分析及预测

6.4.1 2015-2019年中国果酒行业市场规模分析

6.4.2 2021-2027年中国果酒行业市场规模预测

6.5 中国果酒行业市场供需分析及预测

6.5.1 中国果酒行业市场供给分析

1、2015-2019年中国果酒行业供给规模分析

2、2021-2027年中国果酒行业供给规模预测

6.5.2 中国果酒行业市场需求分析

1、2015-2019年中国果酒行业需求规模分析

2、2021-2027年中国果酒行业需求规模预测

第七章 中国互联网+果酒行业发展现状及前景

7.1 互联网给果酒行业带来的冲击和变革分析

7.1.1 互联网时代果酒行业大环境变化分析

7.1.2 互联网给果酒行业带来挑战及机遇分析

7.1.3 互联网时代果酒营销模式变革分析

7.1.4 互联网时代果酒销售渠道变革分析

7.2 中国互联网+果酒行业市场发展现状分析

7.2.1 中国互联网+果酒行业投资布局分析

1、中国互联网+果酒行业投资切入方式

2、中国互联网+果酒行业投资规模分析

3、中国互联网+果酒行业投资业务布局

7.2.2 果酒行业目标客户互联网渗透率分析

7.2.3 中国互联网+果酒行业市场规模分析

7.2.4 中国互联网+果酒行业竞争格局分析

1、中国互联网+果酒行业参与者结构

2、中国互联网+果酒行业竞争者类型

3、中国互联网+果酒行业市场占有率

7.2.5 中国果酒垂直电商平台分析

1、酒仙网

2、酒美网

3、网酒网

4、酒库网

5、1919

6、京东商城

7、天猫商城

7.2.6 中国果酒企业互联网战略案例分析

7.3 中国互联网+果酒行业市场前景分析

7.3.1 中国互联网+果酒行业市场增长动力分析

7.3.2 中国互联网+果酒行业市场发展瓶颈剖析

7.3.3 中国互联网+果酒行业市场发展趋势分析

第八章 中国果酒行业消费市场调查

8.1 果酒市场消费需求分析

8.1.1 果酒市场的消费需求变化

8.1.2 果酒行业的需求情况分析

8.1.3 果酒品牌市场消费需求分析

8.2 果酒消费市场状况分析

8.2.1 果酒行业消费特点

8.2.2 果酒行业消费结构分析

8.2.3 果酒行业消费的市场变化

8.2.4 果酒市场的消费方向

8.3 果酒行业产品的品牌市场调查

8.3.1 消费者对行业品牌认知度宏观调查

8.3.2 消费者对行业产品的品牌偏好调查

8.3.3 消费者对行业品牌的首要认知渠道

8.3.4 果酒行业品牌忠诚度调查

8.3.5 消费者的消费理念调研

第九章 中国果酒行业市场竞争格局分析

9.1 中国果酒行业竞争格局分析

9.1.1 果酒行业区域分布格局

9.1.2 果酒行业企业规模格局

9.1.3 果酒行业企业性质格局

9.2 中国果酒行业竞争五力分析

- 9.2.1 果酒行业上游议价能力
- 9.2.2 果酒行业下游议价能力
- 9.2.3 果酒行业新进入者威胁
- 9.2.4 果酒行业替代产品威胁
- 9.2.5 果酒行业现有企业竞争
- 9.3 中国果酒行业竞争SWOT分析
 - 9.3.1 果酒行业优势分析（S）
 - 9.3.2 果酒行业劣势分析（W）
 - 9.3.3 果酒行业机会分析（O）
 - 9.3.4 果酒行业威胁分析（T）
- 9.4 中国果酒行业竞争策略建议

第十章 中国果酒行业领先企业竞争力分析

- 10.1 宁夏红枸杞产业集团有限公司
 - 10.1.1 企业发展基本情况
 - 10.1.2 企业经营情况分析
 - 10.1.3 企业发展战略分析
- 10.2 烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司
 - 10.2.1 企业发展基本情况
 - 10.2.2 企业经营情况分析
 - 10.2.3 企业发展战略分析
- 10.3 中国绍兴黄酒集团有限公司
 - 10.3.1 企业发展基本情况
 - 10.3.2 企业经营情况分析
 - 10.3.3 企业发展战略分析
- 10.4 广东十二岭酒业有限公司
 - 10.4.1 企业发展基本情况
 - 10.4.2 企业经营情况分析
 - 10.4.3 企业发展战略分析
- 10.5 广东十二岭酒业有限公司
 - 10.5.1 企业发展基本情况
 - 10.5.2 企业经营情况分析

- 10.5.3 企业发展战略分析
- 10.6 上海旺旺食品集团有限公司
 - 10.6.1 企业发展基本情况
 - 10.6.2 企业经营情况分析
 - 10.6.3 企业发展战略分析
- 10.7 四川农兴源农业开发有限责任公司
 - 10.7.1 企业发展基本情况
 - 10.7.2 企业经营情况分析
 - 10.7.3 企业发展战略分析
- 10.8 浙江聚仙庄饮品有限公司
 - 10.8.1 企业发展基本情况
 - 10.8.2 企业经营情况分析
 - 10.8.3 企业发展战略分析
- 10.9 蝶矢梅酒(上海)有限公司
 - 10.9.1 企业发展基本情况
 - 10.9.2 企业经营情况分析
 - 10.9.3 企业发展战略分析
- 10.10 北京真露海特酒业有限公司
 - 10.10.1 企业发展基本情况
 - 10.10.2 企业经营情况分析
 - 10.10.3 企业发展战略分析

第十一章 2021-2027年中国果酒行业发展趋势与投资机会研究

- 11.1 2021-2027年中国果酒行业市场发展潜力分析
 - 11.1.1 中国果酒行业市场空间分析
 - 11.1.2 中国果酒行业竞争格局变化
 - 11.1.3 中国果酒行业互联网+前景
- 11.2 2021-2027年中国果酒行业发展趋势分析
 - 11.2.1 中国果酒行业品牌格局趋势
 - 11.2.2 中国果酒行业渠道分布趋势
 - 11.2.3 中国果酒行业市场趋势分析
 - 11.2.4 中国果酒行业发展新契机分析

- 1、新消费
- 2、新市场
- 3、新零售
- 4、新渠道
- 5、新传播

11.3 2021-2027年中国果酒行业投资机会与建议

- 11.3.1 中国果酒行业投资前景展望
- 11.3.2 中国果酒行业投资机会分析
- 11.3.3 中国果酒行业投资建议分析

第十二章 2021-2027年中国果酒行业投资分析与风险规避

- 12.1 中国果酒行业关键成功要素分析
- 12.2 中国果酒行业投资壁垒分析
- 12.3 中国果酒行业投资风险与规避
 - 12.3.1 宏观经济风险与规避
 - 12.3.2 行业政策风险与规避
 - 12.3.3 上游市场风险与规避
 - 12.3.4 市场竞争风险与规避
 - 12.3.5 技术风险分析与规避
 - 12.3.6 下游需求风险与规避
- 12.4 中国果酒行业融资渠道与策略
 - 12.4.1 果酒行业融资渠道分析
 - 12.4.2 果酒行业融资策略分析

第十三章 2021-2027年中国果酒行业盈利模式与投资战略规划分析

- 13.1 国外果酒行业投资现状及经营模式分析
 - 13.1.1 境外果酒行业成长情况调查
 - 13.1.2 经营模式借鉴
 - 13.1.3 行业投资新趋势动向
- 13.2 中国果酒行业商业模式探讨
 - 13.2.1 行业主要商业模式分析
 - 13.2.2 果酒行业商业模式创新分析

13.3 中国果酒行业投资发展战略规划

13.3.1 战略优势分析

13.3.2 战略机遇分析

13.3.3 战略规划目标

13.3.4 战略措施分析

13.4 最优投资路径设计

13.4.1 投资对象

13.4.2 投资模式

13.4.3 预期财务状况分析

13.4.4 风险资本退出方式

第十四章 研究结论及建议

14.1 研究结论

14.2 建议

14.2.1 行业发展策略建议

14.2.2 行业投资方向建议

14.2.3 行业投资方式建议

部分图表目录：

图表：果酒行业特点

图表：果酒行业生命周期

图表：果酒行业产业链分析

图表：中国GDP增长情况

图表：中国CPI增长情况

图表：中国人口数量及其构成

图表：中国果酒消费年龄段变化分析

图表：中国果酒饮用场所分析

图表：中国果酒不同年龄段饮用时机分析

图表：中国工业增加值及其增长速度

图表：中国城镇居民可支配收入情况

图表：中国高端果酒渗透率及平均饮用量分析

图表：中国高端果酒区域市场分析

图表：中国中低端果酒区域市场分析
图表：中国果酒购买渠道分析
图表：果酒行业互联网渠道占比分析
图表：果酒互联网渗透率分析
图表：果酒生产成本构成分析
图表：果酒生产地域分布情况
图表：2015-2019年果酒行业市场规模分析
图表：2021-2027年果酒行业市场规模预测
图表：2015-2019年中国果酒行业供给规模分析
图表：2021-2027年中国果酒行业供给规模预测
图表：2015-2019年中国果酒行业需求规模分析
图表：2021-2027年中国果酒行业需求规模预测
图表：2015-2019年中国果酒行业企业数量情况
图表：2015-2019年中国果酒行业企业竞争结构
图表：中国果酒所属行业盈利能力分析
图表：中国果酒所属行业运营能力分析
图表：中国果酒所属行业偿债能力分析
图表：中国果酒行业发展能力分析
图表：中国果酒行业经营效益分析
图表：2015-2019年果酒行业重要数据指标比较
图表：2015-2019年中国果酒行业竞争力分析
图表：2021-2027年中国果酒行业产能预测
图表：2021-2027年中国果酒行业消费量预测
更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R07/R0701/202108/27-424653.html>