2022-2028年中国果酒行业分析与投资战略研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司
www.cction.com

一、报告报价

《2022-2028年中国果酒行业分析与投资战略研究报告》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.cction.com/report/202206/300441.html

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司
订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838
海外报告销售: 010-69365838
Email: kefu@gonyn.com
联系人：李经理

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

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。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国果酒行业分析与投资战略研究报告》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 2020年国内外软饮料业整体运行态势
1.1 2020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 2020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 2020年中国软饮料行业的安全与健康
1.4 2020年中国软饮料行业面临的挑战及对策

第二章 2020年中国果酒行业运行环境分析
2.1 2020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 2020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 2020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 2020年中国酒饮料市场运行态势分析
3.1 2020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 2020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 2020年中国酒精饮料行业发展存在的问题与对策分析

第四章 2020年中国果酒市场动态分析

4.1 2020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 2020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 2020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 2020年中国葡萄酒市场运行动态分析
5.1 2020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 2020年中国部分地区葡萄酒所属行业市场运行分析
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 2020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 2020年中国有望成为世界大葡萄酒消费国
5.4 2020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 2020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 2020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 2020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 2020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 2020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 2020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 2020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 2016-2020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 2016-2020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 2016-2020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 2016-2020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 2016-2020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 2016-2020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 2016-2020年中国葡萄酒产量数据分析
10.1 2016-2020年全国葡萄酒产量分析
10.2 2020年主要省份葡萄酒产量分析
10.3 2020年葡萄酒产量集中度分析

第十一章 2020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

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：2016-2020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：2016-2020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：2016-2020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：2016-2020年中国软饮料制造企业总资产分析 单位：亿元

图表：2020年中国软饮料制造行业不同类型企业数量 单位：个
图表：2020年中国软饮料制造行业不同所有制企业数量 单位：个
图表：2020年中国软饮料制造行业不同类型销售收入 单位：千元
图表：2020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：2016-2020年中国软饮料制造产成品及增长分析 单位：亿元
图表：2016-2020年中国软饮料制造工业销售产值分析 单位：亿元
图表：2016-2020年中国软饮料制造出口交货值分析 单位：亿元
图表：2016-2020年中国软饮料制造行业销售成本分析 单位：亿元
图表：2016-2020年中国软饮料制造行业费用分析 单位：亿元
图表：2016-2020年中国软饮料制造行业主要盈利指标分析 单位：亿元
图表：2016-2020年中国软饮料制造行业主要盈利能力指标分析
图表：2016-2020年全国葡萄酒产量分析
图表：2020年主要省份葡萄酒产量分析
图表：2020年葡萄酒产量集中度分析
更多图表见正文……

详细请访问：http://www.cction.com/report/202206/300441.html