

2016-2022年中国果醋行业 深度研究与投资可行性报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国果醋行业深度研究与投资可行性报告》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.abaogao.com/b/yinliao/774128YJ5P.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

果醋作为一种新兴饮料，兼备水果和醋的双重功效，随着人们生活水平的提高，对于健康环保饮食越来越关注，饮食习惯的改变使得果醋市场投资潜力巨大。果醋吸引消费者的原因之一就是保健功效突出，可以降低胆固醇、提高免疫力、促进血液循环、开发智力、抗菌杀毒、减肥等等。果醋饮料被誉为“第四代饮料”，据称具有美容养颜、软化血管、促进消化等很多保健功效。然而，可能是由于果醋这东西太时尚了，目前其在饮料市场的占有率并不是很高，尚不能进入主流饮品行列。而且，同样因为是新兴产品，果醋市场当下还存在品牌众多、价格混乱、产品质量水平低下等行业性问题。

中国目前的果醋行业呈现小、乱、杂的特点。小，一指行业规模小，虽然市场成长挺快，但到2014年市场规模才只有13亿元；二指以中小企业为主，缺乏强势品牌。全国上千家果醋生产企业，销售额超过千万元的屈指可数。

《2016-2022年中国果醋行业深度研究与投资可行性报告》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、智研数据中心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。

报告揭示了果醋行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国果醋做了重点企业经营状况分析，并分析了中国果醋行业发展前景预测。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 2015年世界果醋行业整体运营状况分析

第一节 2015年世界果醋行业发展环境浅析

一、全球经济景气度分析

二、食品饮料制造业运行状况

三、欧洲规定果醋商品应标明其成分

四、世界水果产业分析

第二节 2015年世界果醋行业市场格局

一、世界果醋市场特征分析

二、世界主要果醋品牌综述

三、世界果醋市场发展动态分析

四、欧美果醋市场风靡

第三节 2015年日本果醋市场分析

一、果醋——健康食品发展不断推陈出新

二、近几年日本果醋市场产销形势

三、日本高档醋的需求量剧增

四、黑醋为代表的保健醋异军突起

五、日本果醋企业状况

六、日本果醋市场价格分析

七、日本果醋产业未来发展方向

第四节 2016-2022年世界果醋行业发展趋势分析

第二章 2015年中国果醋行业市场发展环境解析

第一节 国内宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2016年中国宏观经济发展预测分析

四、中国食品饮料加工业在国民经济中的地位分析

第二节 2015年中国果醋市场政策环境分析

一、七大措施搞活流通扩大消费政策解析

二、果醋国标的征求意见稿

三、法律法规

第三节 2015年中国果醋市场社会环境分析

一、居民消费情况

二、消费观念

三、人们生活水平不断提高

四、保健意识迅速加强

第三章 2015年中国果醋行业市场运行态势剖析

第一节 2015年中国果醋加工产业运行总况

一、果醋饮料行业特点

二、果醋加工所处发展阶段

三、行业健康发展引关注

四、果醋加工生产企业生存状况分析

五、中国果醋加工项目分析

第二节 2015年中国果醋加工技术与工艺研究

一、果醋的主要加工工艺研究进展

二、苹果醋的制作流程简述

三、柑桔果醋的生产技术

四、野生酸枣果醋的生产方法探究

第三节 2015年中国果醋产业热点问题探讨

一、中国果醋饮料行业目前非常不规范

二、调味品与饮料混淆

三、定位模糊，焦点涣散

第四章 2010-2015年中国果醋加工制造行业数据监测分析

第一节 2010-2015年中国果醋加工制造行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、从业人数增长分析

三、资产规模增长分析

第二节 2014年中国果醋加工制造行业结构分析

一、企业数量结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

二、销售收入结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

第三节 2010-2015年中国果醋加工制造行业产值分析

一、产成品增长分析

二、工业销售产值分析

三、出口交货值分析

第四节 2010-2015年中国果醋加工制造行业成本费用分析

一、销售成本统计

二、费用统计

第五节 2010-2015年中国果醋加工制造行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第五章 2015年中国果醋市场深度聚焦

第一节 2015年中国果醋市场综述

一、果醋饮料市场发展迅猛格局初现

二、中国果醋市场规模及增长

三、中国果醋饮料市场消费现状

第二节 2014年中国果醋市场价格分析

一、中国果醋市场品牌价格情况

二、中国果醋与其它同类产品价格对比

第三节 2014年中国果醋区域市场分析

一、重庆“果醋减肥”成为女性时尚潮流

二、广东果醋饮料行业蓄势待发

三、河南果醋行业的生存现状及发展建议

四、河南果醋业在产品形象与销售渠道上实现突破

第六章 2015年中国果醋市场细分市场剖析

第一节 苹果醋

第二节 葡萄醋

第三节 香蕉果醋

第四节 柠檬醋

第五节 草莓醋

第六节 酸梅醋

第七节 猕猴桃醋

第八节 樱桃醋

第九节 番茄醋

第十节 其它

一、玫瑰醋

二、果冻醋

三、菊花醋

四、酸奶醋

第七章 2010-2015年中国果醋进出口数据监测分析

第一节 2010-2015年中国果醋进口数据分析

一、进口数量分析（22090000）

二、进口金额分析

第二节 2010-2015年中国果醋出口数据分析

一、出口数量分析

二、出口金额分析

第三节 2010-2015年中国果醋进出口平均单价分析

第四节 2010-2015年中国果醋进出口国家及地区分析

一、进口国家及地区分析

二、出口国家及地区分析

第八章 2015年中国果醋市场营销解析

第一节 饮料营销发展概述

一、国内饮料营销的五大派系

二、饮料行业销售渠道探讨

三、饮料营销策略探索

四、饮料业网络营销战略分析

第二节 2015年中国果醋市场营销定位分析

一、功能定位分析

二、价格定位分析

三、营销买点定位分析（“美容”、“减肥”、“健康”、“时尚”）

第三节 2014年中国果醋市场营销状况分析

一、果醋饮料营销模式亟待突破创新

二、我国果醋饮料市场营销的多元化

三、汇源果汁醋市场营销案例解析

四、我国果醋饮料行业广告投放情况分析

五、我国果醋企业品牌营销运作存在的问题及对策

第四节 软饮料市场的差异化营销策略分析

- 一、产品差异化策略分析
- 二、品牌形象差异化策略分析
- 三、促销差异化策略分析
- 四、中国软饮料市场的差异化营销策略的误区与风险
- 五、中国软饮料市场差异化营销策略的建议

第九章 2015年中国果醋市场竞争格局透析

第一节 2015年中国果醋行业竞争总况

- 一、果醋饮料市场竞争激烈陷国标困局
- 二、果醋品牌竞争
- 三、价格竞争分析
- 四、营销方式竞争分析

第二节 2015年中国果醋行业集中度分析

- 一、市场集中度分析
- 二、生产企业的集中分布

第三节 中国果醋提升竞争力策略分析

第四节 2016-2022年中国果醋行业竞争趋势分析

第十章 2015年中国果醋替代产品竞争分析

第一节 果汁

- 一、中国果汁饮料行业发展概况
- 二、果汁行业发展态势良好
- 三、饮料新规助推果汁产业健康发展
- 四、果汁饮料市场的发展特点
- 五、果汁饮料市场逐渐走向细分

第二节 乳饮料

- 一、我国乳饮市场竞争格局
- 二、乳饮料的市场创新
- 三、乳饮料产品市场定位分析
- 四、果粒酸乳饮料成市场热点
- 五、乳饮料市场发展趋势分析

第十一章 2015年中国果醋优势生产企业竞争力及关键性数据分析

第一节 汇源集团公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第二节 广东天地壹号饮料有限公司

- 一、公司简介
- 二、天地壹号保持果醋行业领先地位
- 三、天地壹号加速国内果醋市场扩张步伐
- 四、天地壹号推出国内首款罐装果醋饮料

第三节 沈阳麦金利食品制造有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第四节 养生堂

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第五节 乐天华邦（北京）饮料有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节 维嘉思食品饮料有限公司（华生堂）

一、公司简介

二、维嘉思公司倾力打造果醋品牌“华生堂”

三、维嘉思公司推出新一代苹果醋升级产品

第七节 河南天方原创食品股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第八节 其它

一、驻马店市奇哥食品有限公司

二、周口百吉利食品有限公司

三、山西太子湖食品有限公司

四、陕西祥云实业有限责任公司

五、河南省淼雨饮品有限公司

六、承德红源果业有限公司

七、河南世锦生物工程有限公司

第十二章 2015年中国果酸上游关联产业分析——水果产业分析

第一节 2015年中国水果产业概况

一、水果产业是我国农业的第三大支柱

二、水果产业的加工能力

第二节 中国水果直销市场分析

一、市场供给

1、应季水果

2、反季水果

二、消费能力

三、仓储能力

第十三章 2015年国内外软饮料产业运行分析

第一节 全球软饮料市场概况

- 一、全球各国饮料市场发展概况
- 二、全球软饮料业寻找新出路
- 三、全球软饮料巨头发展简析
- 四、国际软饮料业新流行产品
- 五、西方低糖软饮料发展时机已成熟（zylys）

第二节 中国软饮料行业发展概况

- 一、中国软饮料制造行业相关经济数据分析
- 二、2005-2015年软饮料产量数据分析
- 三、我国软饮料市场发展格局分析

第三节 软饮料行业安全与健康

- 一、食品饮料行业面对健康和赢利难以选择
- 二、食品饮料业面临安全考验
- 三、建立食品饮料安全保障体系
- 四、管理问题是中国饮料行业发展的重要问题

第四节 中国软饮料行业面临的挑战及对策

- 一、中国“饮料”企业将面临八大考验
- 二、国内企业应对品牌竞争对策
- 三、中国饮料企业攻克技术壁垒的途径

第十四章 2016-2022年中国果醋行业发展趋势与前景展望

第一节 2016-2022年中国果醋行业发展前景分析

- 一、中国软饮料行业发展优势及空间分析
- 二、2016-2022年中国软饮料制造行业预测分析
- 三、未来软饮料业将步入重构时期
- 四、我国西部软饮料市场增长潜力巨大
- 五、谷物饮料成饮料行业发展新趋势

第二节 2016-2022年中国果醋行业市场预测分析

- 一、我国果醋饮料市场规模及增长预测
- 二、国内苹果醋市场发展趋势

三、葡萄果醋行业未来发展方向

第四节 2016-2022年中国果醋市场盈利预测分析

第十五章 2016-2022年中国果醋市场投资前景预测

第一节 2016-2022年中国果醋行业投资环境

第二节 2015年中国饮料产业投资周期分析

一、经济周期

二、增长性与波动性

三、成熟度分析

第三节 2016-2022年中国果醋行业投资机会分析

一、果醋市场投资潜力

二、产业链投资热点研究

第四节 2016-2022年中国果醋行业投资风险预警

一、宏观调控政策风险

二、市场竞争风险

三、原料供给风险

四、市场运营机制风险

第五节 专家投资观点

图表目录：

图表 果醋行业产业链

图表 2011-2015年年我国果醋行业企业数量增长趋势图

图表 2011-2015年年我国果醋行业亏损企业数量增长趋势图

图表 2011-2015年年我国果醋行业从业人数增长趋势图

图表 2011-2015年年我国果醋行业资产规模增长趋势图

图表 2011-2015年年我国果醋行业产成品增长趋势图

图表 2011-2015年年我国果醋行业工业销售产值增长趋势图

图表 2011-2015年年我国果醋行业销售成本增长趋势图

图表 2011-2015年年我国果醋行业费用使用统计图

图表 2011-2015年年我国果醋行业主要盈利指标统计图

图表 2011-2015年年我国果醋行业主要盈利指标增长趋势图

图表 企业

图表 企业主要经济指标走势图

图表 企业经营收入走势图

图表 企业盈利指标走势图

图表 企业负债情况图

图表 企业负债指标走势图

图表 企业运营能力指标走势图

图表 企业成长能力指标走势图

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/yinliao/774128YJ5P.html>