

# 2013-2017年中国草莓酒行业全景调研及竞争格局分析报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2013-2017年中国草莓酒行业全景调研及竞争格局分析报告》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/putaojiu/Y16189GIWE.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

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

草莓酒营养丰富，据测定，鲜草莓含多种矿物质和多种维生素。钙、磷、铁的含量是苹果、梨、葡萄的2-4倍，维生素C含量达10倍以上。此外含蛋白质0.7-1.0%，糖6-9%，有机酸1.8-4.5%。含氨基酸17种，其中7种为人体必需的氨基酸。中医学认为草莓味甘酸、性凉、无毒，有消暑解热、润肺化痰、利尿止泻、助消化等功效。对消化不良症、贫血症、肠胃症、心血管硬化、心力衰竭等有一定的预防和调节作用。美国和意大利专家的研究结果证明，草莓酒是将草莓榨汁后，采用国内先进工艺酿制成的原汁发酵酒，加工过程不破坏草莓果中的对人体有益成份。酒香浓郁、酒度适中、口味酸甜、老幼皆宜，长期饮用，有化痰、补血、降压、健脾、防癌、养颜、益寿的食疗功能，是一种高级滋补保健酒。草莓酒销售市场已遍及国内各大城市和地区，东南亚及各国外商对草莓酒这一新产品也非常欢迎。

与传统的吃草莓相比，将草莓以酒的形式喝入身体，更易于吸收，对人体更有益，现在一般将葡萄以外的水果发酵酿成的酒统称为果酒，喝果酒已成为一种健康，一种时尚，随着社会形态的变化，人们养生意识的提高，果酒必将引领酒行业的风骚。

目前，从果酒的整个行业来看，大部分企业生产果酒是主营的少，兼营的多，试探的多，实质操作的少。没有把主要精力放在发展果酒的事业上来，从而导致了果酒行业发展滞后的局面。企业的战略定位应是实现远景的计划和组织，体现出独特的产品、市场和顾客的价值观，实现于互相配称的经营活动，创造出可持续的社会效益和经济效益的发展空间。果酒在宣传提高知名度的同时要注意到产品本身的美誉度，要从文化、品牌理念上下工夫，做到宣传用语的规范化，产品运作的品位化，提倡科学时尚健康的饮酒文化。大部分的果酒生产工艺是借鉴了白酒和葡萄酒生产工艺，再者是继承和发扬了传统的经验。其实在借鉴和继承上是没有错误的，但还要结合自己的生产实际需要，结合现代的高科技手段，使草莓酒产品做的更加完美。草莓酒的生产工艺一定要和医药学、制剂学、方剂学、香精香料学、酿酒工艺学等有机的结合起来，才能真正解决草莓酒生产过程中所存在的问题，以确保草莓酒产品的质量稳定。

智研数据研究中心发布的《2013-2017年中国草莓酒行业全景调研及竞争格局分析报告》共十四章。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、全国商业信息中心、中国经济景气监测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。我们对草莓酒行业进行了长期追踪，结合我们对草莓酒相关企业的调查研究，对我国草莓酒行业发展现状与前景、市场竞争格局与形势、赢利水平与企业

发展、投资策略与风险预警、发展趋势与规划建议等进行深入研究，并重点分析了草莓酒行业的前景与风险。

## 报告目录

第一章 2012年草莓酒行业发展综述第一节 草莓酒行业界定一、行业经济特性二、主要产品品种三、产业链结构分析第二节 草莓酒行业发展成熟度分析一、行业发展周期分析二、行业中外市场成熟度对比三、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 2013-2017年中国草莓酒企业环境分析第一节 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、2013年中国宏观经济发展预测分析第二节 政治环境分析一、国家食品安全监管机制二、政府管制与调控三、行业发展规划四、全面加强酒类生产环节五、产业结构调整指导目录第三节 社会环境分析一、居民消费观念二、消费观念的发展趋向第四节 技术环境分析一、微生物学研究二、低度酒的研制三、先进纳米技术四、草莓规模种植可实现五、果酒降酸技术研究进展六、现代生物技术发展

第三章 草莓酒行业生产技术分析第一节 草莓酒行业生产技术发展现状第二节 草莓酒行业产品生产工艺特点或流程一、材料和设备二、生产工艺流程三、工艺要点说明四、质量指标五、结果与讨论六、结论第三节 草莓酒行业生产技术发展趋势分析一、发酵微生物选择二、草莓酒酿造新工艺三、陈化新工艺四、澄清新工艺五、草莓酒与啤酒工艺结合

第四章 2012年中国草莓酒企业发展情况分析第一节 中国草莓酒企业发展分析一、2012年草莓酒企业运行情况及特点分析二、2012年草莓酒企业投资情况分析三、中国草莓酒企业产品结构分析四、中国草莓酒企业与宏观经济相关性分析第二节 中国草莓酒企业区域发展分析一、企业重点区域分布特点及变化二、华北地区市场分析三、东北市场分析四、华东市场分析五、华中市场分析六、华南市场分析七、西南市场分析八、西北市场分析

第五章 2012年中国草莓酒市场供需调查分析第一节 2012年中国草莓酒市场供给分析一、产品市场供给二、价格供给三、渠道供给第二节 2012年中国草莓酒市场需求分析一、产品市场需求二、价格需求三、渠道需求四、购买需求第三节 2012年中国草莓酒市场特征分析一、2012年中国草莓酒产品特征分析二、2012年中国草莓酒渠道特征三、2012年中国草莓酒购买特征四、草莓酒主要消费群体分析

第六章 2012年草莓酒企业市场竞争格局分析第一节 2012年中国草莓酒企业集中度分析一、市场集中度分析二、企业集中度分析三、区域集中度分析第二节 2012年中国草莓酒企业规模经济情况分析第三节 2012年中国草莓酒企业格局以及竞争态势分析一、企业整体竞争格局及态势分析二、区域市场竞争格局及态势分析第四节 中国企业进入和退出壁垒分析一、企业进入壁垒二、退出壁垒第五节 2012年中国草莓酒企业主要优势企业竞争力综合评价一、现有企业

间竞争二、潜在进入者分析三、替代品威胁分析四、供应商议价能力

第七章 2012年草莓酒企业主要竞争对手分析第一节 烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司一、企业简介二、主要产品分析三、经营状况分析四、企业经营指标分析五、企业经营策略和发展战略分析第二节 浙江果花香酿酒股份有限公司一、企业简介二、主要产品分析三、企业经营现状和发展战略分析第三节 安徽龙川胡草莓酒有限公司一、企业简介二、企业经营策略和发展战略分析第四节 四川省峨眉山市沁园春果酒厂一、企业简介二、企业发展方向第五节 通化恒通酒业有限责任公司一、企业简介二、主导产品分析第六节 青岛玛丽酒业有限公司

第八章 2013-2017年中国草莓酒企业上下游产业链分析及其影响第一节 2012年中国草莓酒企业上游企业发展及影响分析一、2012年中国草莓酒企业上游企业运行现状分析二、对本链节第二节 2012年中国草莓酒企业下游企业发展及影响分析一、零售业发展现状与需求二、酒类综合零售渠道发展情况三、餐饮业发展现状与需求四、休闲娱乐产业发展现状与需求第三节 其他相关产业发展及影响分析一、物流业发展现状与趋势二、酒类包装行业发展三、相关产业第九章 2013-2017年中国草莓酒企业发展趋势预测第一节 2013-2017年政策变化趋势预测第二节 2013-2017年供求趋势预测一、产品供给预测二、产品需求预测第三节 2013-2017年进出口趋势预测第四节 2013-2017年技术发展趋势一、新技术发展情况二、2013-2017年草莓酒技术发展趋势分析第五节 2013-2017年竞争趋势预测一、行业标准逐渐规范化二、2013-2017年我国草莓酒行业发展面临的挑战分析三、2013-2017年我国草莓酒行业发展面临的机遇分析四、中国草莓酒制造行业前景预测分析第六节 我国酒类产品发展综合分析一、草莓酒发展环境和消费需求预测二、发展方向和主要目标三、发展的主要任务四、政策性建议

第十章 2013-2017年草莓酒企业投资潜力与价值分析第一节 2013-2017年草莓酒企业投资环境分析一、宏观环境的推动作用分析二、2012年高端白酒行业宏观环境发展分析三、2013-2017年我国经济前景分析与预测第二节 2013-2017年草莓酒企业SWOT模型分析一、优势二、劣势三、机会四、威胁第三节 2013-2017年我国草莓酒企业投资潜力分析第四节 2013-2017年我国草莓酒企业前景展望分析一、果酒行业发展有利条件分析二、草莓酒市场发展方向分析第五节 2013-2017年我国草莓酒企业盈利能力预测一、草莓酒行业盈利因素分析二、草莓酒行业盈利模式分析三、价值链盈利模式分析

第十一章 2013-2017年草莓酒企业投资风险预警第一节 政策和体制风险第二节 宏观经济波动风险第三节 市场风险第四节 技术风险第五节 原材料压力风险分析第六节 市场竞争风险第七节 外资进入现状及对未来市场的威胁第八节 营销风险第九节 相关企业风险第十节 区域风险第十一节 经营风险分析第十二节 管理风险分析

第十二章 2013-2017年草莓酒产业投资机会及投资策略分析第一节 2013-2017年草莓酒企业区域投资机会一、区域战略规划概念二、区域战略规划特点三、区域战略规划分类四、区域战略

规划所需资源五、区域战略规划一般程序六、区域战略规划分析工具七、区域战略规划的结果八、&quot;5+2&quot;理念下的区域战略规划

第二节 2013-2017年草莓酒企业主要产品投资机会一、技术开发战略二、业务组合战略

第三节 2013-2017年中国草莓酒企业投资策略分析一、产品定位策略二、产品开发策略三、渠道销售策略四、终端营销革命分析五、品牌经营策略六、服务策略

第十三章 我国草莓酒行业营销分析

第一节 草莓酒营销形势分析一、草莓酒市场基本营销模式二、草莓酒未来的营销趋势分析三、草莓酒营销的分层化趋势四、草莓酒行业未来营销趋势

第二节 草莓酒营销渠道分析一、市场销售渠道结构情况二、草莓酒行业销售渠道现状三、草莓酒新兴销售渠道分析四、电子商务对营销渠道的发展

第十四章 草莓酒行业企业观点综述及专家建议

第一节 企业观点综述

第二节 专家投资建议一、新进入者应注意的障碍因素分析二、品牌和营销运作模式分析三、全国化品牌和区域强势品牌共存格局

图表目录

图表：草莓酒产品周期图

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2012年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2012年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2013年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2013年中国GDP增速预测

图表：草莓酒生产工艺流程图

图表：草莓酒质量检测理化指标

图表：2003-2009年我国草莓酒生产企业数量及增长情况

图表：2012年我国城镇居民人均全年购买数量

图表：2004-2011年我国农村居民不同地区平均全年酒消费量

图表：2008-2011年我国农村居民平均全年酒消费量对比

图表：2012年我国酒类制造产业企业单位分布情况分析

图表：2012年我国不同酒类制造企业工业销售产值情况分析

图表：2012年我国不同酒类制造企业出口交货值情况分析

图表：2012年我国不同酒类制造企业产成品情况分析

图表：2012年我国不同酒类制造企业主营业务收入情况分析

图表：2012年我国不同酒类制造企业主营业务成本情况分析

图表：2012年我国不同酒类制造企业利润情况分析

图表：2012年各季度我国酒类产品生产量对比

图表：2012年各季度我国酒类产品销售率分析

图表：2012年我国城镇居民酒类产品人均全年购买数量

图表：2004-2012年我国农村居民不同地区酒类产品平均全年消费量

图表：2008-2012年我国农村居民酒类产品人均全年平均消费量情况

图表：2012年烟台张裕葡萄酒股份有限公司行业构成经营分析

图表：2012年烟台张裕葡萄酒股份有限公司产品构成经营分析

股份有限公司地区构成经营分析图表：2012年烟台张裕葡萄酒股份有限公司投资收益分析  
图表：2012年烟台张裕葡萄酒股份有限公司现金流量分析图表：2012年烟台张裕葡萄酒  
股份有限公司发展能力分析图表：2012年烟台张裕葡萄酒股份有限公司获利能力分析图表  
：2012年烟台张裕葡萄酒股份有限公司经营效率分析图表：2012年烟台张裕葡萄酒股份  
有限公司资本结构分析图表：2012年烟台张裕葡萄酒股份有限公司偿债能力分析图表  
：2012-2013年2月我国鲜果价格指数变化分析图表：2006-2012年社会消费品零售总额和百家大  
型零售企业零售额增速对比图表：2011和2012年百家大型零售企业各月零售额增速对比图表  
：2011年-2012年社会消费品零售总额分月同比增长速度图表：2012年社会消费品零售总额主  
要数据图表：2008-2012年社会消费品零售总额及增长图表：2011-2012年城镇社会消费品零售  
总额及增长图表：2011-2012年乡村社会消费品零售总额及增长图表：2011-2012年商品零售社  
会消费品零售总额及增长图表：2011-2012年限额以上企业(单位)社会消费品零售总额及增长  
图表：2011-2012年限额以上企业(单位)商品零售及增长图表：2011-2012年烟酒类零售值及增  
长图表：2012年我国酒类制造产业出口值及增长情况图表：2010-2012我国草莓生产需求量及  
预测图表：私人场合和高档场合酒类消费情况图表：草莓酒行业盈利模式图图表：区域发展  
战略咨询流程图图表：区域SWOT战略分析图

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/putaojiu/Y16189GIWE.html>