# 2010-2015年中国果醋、果 酒市场消费调研与投资盈利预测报告

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

《2010-2015年中国果醋、果酒市场消费调研与投资盈利预测报告》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/201101/58214.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

# 第一章 果醋、果酒的相关概述

- 1.1 果醋
- 1.1.1 果醋的原料
- 1.1.2 果醋的主要功效
- 1.1.3 果醋的主要品种
- 1.1.4 果醋的减肥原理解析
- 1.2 果酒
- 1.2.1 果酒特点
- 1.2.2 果酒工艺制作
- 1.2.3 果酒的质量鉴别
- 1.2.4 果酒的健康功效

#### 第二章 2010年国内外软饮料业整体运行态势分析

- 2.1 2010年全球软饮料市场运行透析
- 2.1.1 全球软饮料市场价值及增长情况
- 2.1.2 世界软饮料市场消费情况分析
- 2.1.3 国际软饮料业新流行产品
- 2.1.4 世界软饮料市场竞争与投资热点
- 2.2 2010年中国软饮料业运行总况
- 2.2.1 中国软饮料市场亮点聚焦
- 2.2.2 2006-2010年中国软饮料产量分析
- 2.2.3 中国软饮料消费与盈利分析
- 2.2.4 我国软饮料生产企业生存状况
- 2.2.5 中国软饮料制造行业SCP分析
- 2.3 2010年中国软饮料行业的安全与健康
- 2.3.1 食品饮料行业面对健康和赢利难以选择
- 2.3.2 食品饮料业面临安全考验
- 2.3.3 亟需建立食品饮料安全保障体系
- 2.3.4 管理问题是中国饮料行业发展的重要问题
- 2.4 2010年中国软饮料行业面临的挑战及对策

- 2.4.1 中国"饮料"企业面临八大考验
- 2.4.2 国内软饮料企业应对品牌竞争对策
- 2.4.3 中国饮料企业攻克技术壁垒的途径

#### 第三章 2010年中国果醋市场运行新形势分析

- 3.1 2010年中国果醋行业发展概况
- 3.1.1 果醋行业特点分析
- 3.1.2 中国果醋饮料业生存现状
- 3.1.3 果醋饮料市场规模分析
- 3.1.4 果醋饮料渐成礼品市场新宠
- 3.1.5 果醋饮料市场竞争激烈陷国标困局
- 3.2 2010年中国果醋区域市场分析
- 3.2.1 重庆"果醋减肥"成为女性时尚潮流
- 3.2.2 广东果醋饮料行业蓄势待发
- 3.2.3 河南果醋行业的生存现状及发展建议
- 3.2.4 河南果醋业在产品形象与销售渠道上实现突破
- 3.3 2010年中国苹果醋市场动态分析
- 3.3.1 国外苹果醋的发展简况
- 3.3.2 中国苹果醋行业的发展状况
- 3.3.3 阻碍苹果醋发展的主要问题
- 3.3.4 苹果醋饮料市场的误区及发展策略
- 3.4 2010年中国果醋市场存在的问题与对策
- 3.4.1 标准缺失成为果醋饮料发展的最大软肋
- 3.4.2 中国果醋行业存在的不足
- 3.4.3 2009年果醋市场存在两大怪象
- 3.4.4 果醋的市场开发途径挖掘

#### 第四章 2010年中国果酒市场深度剖析

- 4.1 2010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 2010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 广东年产5000吨果酒生产线开建
- 4.2.3 江苏果酒业发展现状探析
- 4.2.4 山东苹果酒陷入尴尬境地
- 4.3 2010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 2006-2009年中国果酒、果醋进出口贸易数据分析(2209)

- 6.1 2006-2009年中国果酒、果醋进口数据监测
- 6.1.1 果酒、果醋进口数量分析
- 6.1.2 果酒、果醋进口金额分析
- 6.2 2006-2009年中国果酒、果醋出口数据分析
- 6.2.1 果酒、果醋出口数量分析
- 6.2.2 果酒、果醋出口金额分析
- 6.3 2006-2009年中国果酒、果醋进出口平均单价分析
- 6.4 2006-2009年中国果酒、果醋进出口国家及地区分析
- 6.4.1 进口国家及地区分析
- 6.4.2 出口国家及地区分析

# 第六章 2010年中国果醋、果酒行业的工艺技术研究

- 6.1 果醋的生产工艺
- 6.1.1 果醋的主要加工工艺研究进展
- 6.1.2 苹果醋的制作流程简述
- 6.1.3 柑桔果醋的生产技术
- 6.1.4 野生酸枣果醋的生产方法探究

- 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 2009年江苏大学黑莓果酒生产技术成熟
- 6.2.4 2010年湖工大攻克果酒产品开发技术难题
- 6.2.5 果酒加工生产存在的主要难题
- 6.3 各种果酒产品的生产技术
- 6.3.1 无花果酒的生产工艺解析
- 6.3.2 柑橘果酒的酿制流程
- 6.3.3 杨梅果酒生产工艺研究进程
- 6.3.4 五味子果酒的制造工艺分析
- 6.3.5 法国苹果酒制造工艺研究

#### 第七章 2010年中国果醋、果酒行业原料分析

- 7.1 水果
- 7.1.1 我国果树种植概况
- 7.1.2 2010年中国水果市场供需分析
- 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 我国水果市场价格及贸易分析
- 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 食醋
- 7.3.1 我国食醋行业发展概况
- 7.3.2 国内食醋业市场结构简析
- 7.3.3 我国食醋行业发展中存在的问题
- 7.3.4 促进中国食醋业发展的措施建议
- 7.4 食糖
- 7.4.1 中国食糖业总体发展概况

- 7.4.2 2009/10榨季国内食糖市场发展综述
- 7.4.3 影响食糖价格变动的因素
- 7.4.4 中国食糖生产面临的制约因素及风险

# 第八章 2010年中国果醋、果酒的市场营销解析

- 8.1 果醋的市场定位与营销分析
- 8.1.1 果醋饮料需要明确的市场定位
- 8.1.2 果醋饮料市场营销的缺失现象
- 8.1.3 果醋市场营销面临的主要问题
- 8.1.4 果醋饮料营销模式亟待突破创新
- 8.1.5 果醋饮料的市场营销方案规划
- 8.2 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 高度果酒的销售渠道分析
- 8.3.1 高度果酒的定义及发展
- 8.3.2 餐饮终端
- 8.3.3 商务团购
- 8.3.4 时尚夜场
- 8.4 知名果醋、果酒品牌的营销案例分析
- 8.4.1 汇源果汁醋
- 8.4.2 宁夏红枸杞酒
- 8.4.3 仙林青梅酒
- 8.4.4 宁波永成杨梅酒
- 8.4.5 南国香邑
- 8.4.6 梅鹤山庄青梅果酒

### 第九章 2010年中国果醋、果酒行业领先企业动态分析分析

- 9.1 宁夏红枸杞产业集团公司(000557)
- 9.1.1 公司简介

- 9.1.2 宁夏红成为枸杞果酒行业龙头企业
- 9.1.3 宁夏红集团打造果酒市场典范品牌
- 9.1.4 宁夏红诞生果酒业首个国家认定企业技术中心
- 9.1.5 2010年宁夏红七大类33个产品通过绿色食品认证
- 9.1.6 企业运行财务指标分析
- 9.2 广东帝浓酒业有限公司
- 9.2.1 公司简介
- 9.2.2 帝浓酒业积极拓展国内果酒市场
- 9.2.3 帝浓酒业冰荔枝酒进入香港市场
- 9.2.4 2010年帝浓酒业"荔枝果醋生产技术"通过省科技厅鉴定
- 9.2.5 企业运行财务指标分析
- 9.3 广东天地壹号饮料有限公司
- 9.3.1 公司简介
- 9.3.2 天地賣号保持果醋行业领先地位
- 9.3.3 天地壹号加速国内果醋市场扩张步伐
- 9.3.4 天地壹号推出国内首款罐装果醋饮料
- 9.3.5 企业运行财务指标分析
- 9.4 维嘉思食品饮料有限公司
- 9.4.1 公司简介
- 9.4.2 维嘉思公司倾力打造果醋品牌"华生堂"
- 9.4.3 2010年维嘉思公司推出新一代苹果醋升级产品
- 9.3.4 企业运行财务指标分析

#### 第十章 2010年中国果醋、果酒重点企业运营关键财务数据分析

- 10.1 青岛琅琊台集团股份有限公司
- 10.1.1 企业概况
- 10.1.2 企业主要经济指标分析
- 10.1.3 企业盈利能力分析
- 10.1.4 企业偿债能力分析
- 10.1.5 企业运营能力分析
- 10.1.6 企业成长能力分析
- 10.2 天津挂月集团有限公司

- 10.2.1 企业概况
- 10.2.2 企业主要经济指标分析
- 10.2.3 企业盈利能力分析
- 10.2.4 企业偿债能力分析
- 10.2.5 企业运营能力分析
- 10.2.6 企业成长能力分析
- 10.3 烟台飞龙王葡萄酒业有限公司
- 10.3.1 企业概况
- 10.3.2 企业主要经济指标分析
- 10.3.3 企业盈利能力分析
- 10.3.4 企业偿债能力分析
- 10.3.5 企业运营能力分析
- 10.3.6 企业成长能力分析
- 10.4 宁夏香山酒业集团有限公司
- 10.4.1 企业概况
- 10.4.2 企业主要经济指标分析
- 10.4.3 企业盈利能力分析
- 10.4.4 企业偿债能力分析
- 10.4.5 企业运营能力分析
- 10.4.6 企业成长能力分析
- 10.5 兴邦仙人掌有限责任公司
- 10.5.1 企业概况
- 10.5.2 企业主要经济指标分析
- 10.5.3 企业盈利能力分析
- 10.5.4 企业偿债能力分析
- 10.5.5 企业运营能力分析
- 10.5.6 企业成长能力分析
- 10.6 青岛格林玛特礼品有限公司
- 10.6.1 企业概况
- 10.6.2 企业主要经济指标分析
- 10.6.3 企业盈利能力分析
- 10.6.4 企业偿债能力分析

- 10.6.5 企业运营能力分析
- 10.6.6 企业成长能力分析
- 10.7 宁夏红中宁枸杞制品有限公司
- 10.7.1 企业概况
- 10.7.2 企业主要经济指标分析
- 10.7.3 企业盈利能力分析
- 10.7.4 企业偿债能力分析
- 10.7.5 企业运营能力分析
- 10.7.6 企业成长能力分析
- 10.8 飞环(集团)公司
- 10.8.1 企业概况
- 10.8.2 企业主要经济指标分析
- 10.8.3 企业盈利能力分析
- 10.8.4 企业偿债能力分析
- 10.8.5 企业运营能力分析
- 10.8.6 企业成长能力分析
- 10.9 淄博泾源酒水公司
- 10.9.1 企业概况
- 10.9.2 企业主要经济指标分析
- 10.9.3 企业盈利能力分析
- 10.9.4 企业偿债能力分析
- 10.9.5 企业运营能力分析
- 10.9.6 企业成长能力分析
- 10.10 江西省猕猴桃酒业股份有限公司
- 10.10.1 企业概况
- 10.10.2 企业主要经济指标分析
- 10.10.3 企业盈利能力分析
- 10.10.4 企业偿债能力分析
- 10.10.5企业运营能力分析
- 10.10.6 企业成长能力分析

第十一章 2010年中国果醋、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
- 11.3.4 中国保健酒行业的发展格局
- 11.3.5 中国保健酒行业发展形势透析
- 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 2011-2015年中国果醋、果酒行业投资战略研究

- 12.1 2011-2015年中国果醋、果酒投资机遇
- 12.1.1 我国软饮料行业投资前景乐观
- 12.1.2 我国果酒产业迎来投资机遇
- 12.1.3 果醋饮料成为饮料市场投资新热点
- 12.2 2011-2015年中国果醋、果酒投资风险预警
- 12.2.1 国内饮料行业竞争门槛提高

- 12.2.2 企业新产品开发力度加大
- 12.2.3 国内果醋、果酒市场投资风险
- 12.3 专家投资建议
- 12.3.1 充分发挥资源优势进行产品创新
- 12.3.2 中国果醋、果酒行业投资建议
- 12.3.3 建立优质原料供应基地

# 第十三章 2010年中国果酒、果醋制造业运行环境分析

- 13.1 2010年中国宏观经济环境分析
- 13.1.1 中国GDP分析
- 13.1.2 消费价格指数分析
- 13.1.3 城乡居民收入分析
- 13.1.4 社会消费品零售总额
- 13.1.5 全社会固定资产投资分析
- 13.1.6进出口总额及增长率分析
- 13.2 2010年中国果酒、果醋制造业政策环境分析
- 13.2.1 中华人民共和国食品卫生法
- 13.2.2 饮料产品生产许可证审查细则
- 13.2.3 果醋饮料国家标准(意见稿)
- 13.3 2010年中国果酒、果醋制造业社会环境分析

# 第十四章 2011-2015年中国果醋、果酒行业前景展望

- 14.1 2011-2015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 2011-2015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 2011-2015年中国果醋行业发展趋势及前景
- 14.2.1 我国果醋市场发展规模预测
- 14.2.2 国内苹果醋市场发展趋势
- 14.2.3 葡萄果醋行业未来发展方向
- 14.3 2011-2015年中国果酒行业发展趋势及前景
- 14.3.1 中国果酒行业发展前景看好

#### 14.3.2 我国苹果酒开发有望蓬勃发展

#### 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:2008年我国园林水果种植面积及产量情况

图表:08、09榨季与07、08榨季我国食糖产量对比表

图表:08、09榨季与07、08榨季我国食糖销量对比表

图表:营养快线、小洋人妙恋与某二线品牌PET瓶乳饮料价格体系比较

图表:酒类发展趋势对比表

图表:2006-2009年中国果酒、果醋进口数量分析

图表:2006-2009年中国果酒、果醋进口金额分析

图表:2006-2009年中国果酒、果醋出口数量分析

图表:2006-2009年中国果酒、果醋出口金额分析

图表:2006-2009年中国果酒、果醋进出口平均单价分析

图表:2006-2009年中国果酒、果醋进口国家及地区分析

图表:2006-2009年中国果酒、果醋出口国家及地区分析

图表:果醋饮料理化指标

图表:宁夏红枸杞产业集团公司主要经济指标走势图

图表:宁夏红枸杞产业集团公司经营收入走势图

图表:宁夏红枸杞产业集团公司盈利指标走势图

图表:宁夏红枸杞产业集团公司负债情况图

图表:宁夏红枸杞产业集团公司负债指标走势图

图表:宁夏红枸杞产业集团公司运营能力指标走势图

图表:宁夏红枸杞产业集团公司成长能力指标走势图

图表:广东帝浓酒业有限公司主要经济指标走势图

图表:广东帝浓酒业有限公司经营收入走势图

图表:广东帝浓酒业有限公司盈利指标走势图

图表:广东帝浓酒业有限公司负债情况图

图表:广东帝浓酒业有限公司负债指标走势图

图表:广东帝浓酒业有限公司运营能力指标走势图

图表:广东帝浓酒业有限公司成长能力指标走势图

图表:广东天地壹号饮料有限公司主要经济指标走势图

图表:广东天地壹号饮料有限公司经营收入走势图

图表:广东天地壹号饮料有限公司盈利指标走势图

图表:广东天地壹号饮料有限公司负债情况图

图表:广东天地壹号饮料有限公司负债指标走势图

图表:广东天地壹号饮料有限公司运营能力指标走势图

图表:广东天地壹号饮料有限公司成长能力指标走势图

图表:维嘉思食品饮料有限公司主要经济指标走势图

图表:维嘉思食品饮料有限公司经营收入走势图

图表:维嘉思食品饮料有限公司盈利指标走势图

图表:维嘉思食品饮料有限公司负债情况图

图表:维嘉思食品饮料有限公司负债指标走势图

图表:维嘉思食品饮料有限公司运营能力指标走势图

图表:维嘉思食品饮料有限公司成长能力指标走势图

图表:青岛琅琊台集团股份有限公司主要经济指标走势图

图表:青岛琅琊台集团股份有限公司经营收入走势图

图表:青岛琅琊台集团股份有限公司盈利指标走势图

图表:青岛琅琊台集团股份有限公司负债情况图

图表:青岛琅琊台集团股份有限公司负债指标走势图

图表:青岛琅琊台集团股份有限公司运营能力指标走势图

图表:青岛琅琊台集团股份有限公司成长能力指标走势图

图表:天津挂月集团有限公司主要经济指标走势图

图表:天津挂月集团有限公司经营收入走势图

图表:天津挂月集团有限公司盈利指标走势图

图表:天津挂月集团有限公司负债情况图

图表:天津挂月集团有限公司负债指标走势图

图表:天津挂月集团有限公司运营能力指标走势图

图表:天津挂月集团有限公司成长能力指标走势图

图表:烟台飞龙王葡萄酒业有限公司主要经济指标走势图

图表:烟台飞龙王葡萄酒业有限公司经营收入走势图

图表:烟台飞龙王葡萄酒业有限公司盈利指标走势图

图表:烟台飞龙王葡萄酒业有限公司负债情况图

图表:烟台飞龙王葡萄酒业有限公司负债指标走势图

图表:烟台飞龙王葡萄酒业有限公司运营能力指标走势图

图表:烟台飞龙王葡萄酒业有限公司成长能力指标走势图

图表:宁夏香山酒业集团有限公司主要经济指标走势图

图表:宁夏香山酒业集团有限公司经营收入走势图

图表:宁夏香山酒业集团有限公司盈利指标走势图

图表:宁夏香山酒业集团有限公司负债情况图

图表:宁夏香山酒业集团有限公司负债指标走势图

图表:宁夏香山酒业集团有限公司运营能力指标走势图

图表:宁夏香山酒业集团有限公司成长能力指标走势图

图表: 兴邦仙人掌有限责任公司主要经济指标走势图

图表: 兴邦仙人掌有限责任公司经营收入走势图

图表: 兴邦仙人掌有限责任公司盈利指标走势图

图表: 兴邦仙人掌有限责任公司负债情况图

图表: 兴邦仙人掌有限责任公司负债指标走势图

图表: 兴邦仙人掌有限责任公司运营能力指标走势图

图表: 兴邦仙人掌有限责任公司成长能力指标走势图

图表:青岛格林玛特礼品有限公司主要经济指标走势图

图表:青岛格林玛特礼品有限公司经营收入走势图

图表:青岛格林玛特礼品有限公司盈利指标走势图

图表: 青岛格林玛特礼品有限公司负债情况图

图表: 青岛格林玛特礼品有限公司负债指标走势图

图表:青岛格林玛特礼品有限公司运营能力指标走势图

图表:青岛格林玛特礼品有限公司成长能力指标走势图

图表:宁夏红中宁枸杞制品有限公司主要经济指标走势图

图表:宁夏红中宁枸杞制品有限公司经营收入走势图

图表:宁夏红中宁枸杞制品有限公司盈利指标走势图

图表:宁夏红中宁枸杞制品有限公司负债情况图

图表:宁夏红中宁枸杞制品有限公司负债指标走势图

图表:宁夏红中宁枸杞制品有限公司运营能力指标走势图

图表:宁夏红中宁枸杞制品有限公司成长能力指标走势图

图表:飞环(集团)公司主要经济指标走势图

图表:飞环(集团)公司经营收入走势图

图表:飞环(集团)公司盈利指标走势图

图表:飞环(集团)公司负债情况图

图表:飞环(集团)公司负债指标走势图

图表:飞环(集团)公司运营能力指标走势图

图表:飞环(集团)公司成长能力指标走势图

图表:淄博泾源酒水公司主要经济指标走势图

图表:淄博泾源酒水公司经营收入走势图

图表:淄博泾源酒水公司盈利指标走势图

图表:淄博泾源酒水公司负债情况图

图表:淄博泾源酒水公司负债指标走势图

图表:淄博泾源酒水公司运营能力指标走势图

图表:淄博泾源酒水公司成长能力指标走势图

图表:江西省猕猴桃酒业股份有限公司主要经济指标走势图

图表:江西省猕猴桃酒业股份有限公司经营收入走势图

图表:江西省猕猴桃酒业股份有限公司盈利指标走势图

图表:江西省猕猴桃酒业股份有限公司负债情况图

图表:江西省猕猴桃酒业股份有限公司负债指标走势图

图表:江西省猕猴桃酒业股份有限公司运营能力指标走势图

图表:江西省猕猴桃酒业股份有限公司成长能力指标走势图

详细请访问: http://www.cction.com/report/201101/58214.html