

2020-2026年中国果醋果酒 产业发展现状与发展前景预测报告

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

《2020-2026年中国果醋果酒产业发展现状与发展前景预测报告》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/202007/174713.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

果醋是以水果，包括苹果、山楂、葡萄、柿子、梨、杏、柑橘、猕猴桃、西瓜等或果品加工下脚料为主要原料，利用现代生物技术酿制而成的一种营养丰富、风味优良的酸味调味品。果酒是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，人们习惯上把葡萄以外的水果制成的酒统称为果酒。科学研究发现，果醋和果酒普遍具有促进新陈代谢，消除疲劳，抑制脂肪等功能。中企顾问网发布的《2020-2026年中国果醋果酒产业发展现状与发展前景预测报告》分析了果醋果酒行业的产业链，竞争格局，面临的机遇及挑战以及发展前景等，您若想对中国果醋果酒行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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 果醋、果酒的相关概述1.1 果醋的概念及功能1.1.1 果醋的定义1.1.2 果醋的主要功能1.1.3 果醋的主要品种1.1.4 果醋的减肥原理解析1.2 果酒的概念及功效1.2.1 果酒的定义1.2.2 果酒的分类1.2.3 果酒的质量鉴别1.2.4 果酒的健康功效 第二章 2016-2019年软饮料行业发展分析2.1 2016-2019年全球软饮料市场概况2.1.1 全球各国饮料市场发展概况2.1.3 全球软饮料市场发展态势2.1.4 部分国家软饮料进出口状况2.1.5 欧洲软饮料市场形势喜人东西部差异大2.2 2016-2019年中国软饮料行业发展分析2.2.1 中国软饮料市场发展特征分析2.2.2 2019年我国软饮料市场运行分析2.2.3 2019年我国软饮料市场发展动态2.2.4 我国软饮料市场发展格局分析2.2.5 中国软饮料制造行业SCP分析2.3 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 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 2016-2019年果醋行业发展分析3.1 2016-2019年中国果醋行业发展概况3.1.1 果醋行业逐步摆脱困境渐入佳境3.1.2 中国果醋饮料业生存现状3.1.3 果醋饮料市场发展迅猛格局初现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 2016-2019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 2016-2019年苹果醋市场发展概况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 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 果醋的市场开发途径挖掘 第四章 2016-2019年果酒行业发展分析4.1

2016-2019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 2016-2019年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 广东果酒市场发展动态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 2016-2019年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 果醋、果酒行业的工艺技术分析5.1 果醋的生产工艺5.1.1 果醋的主要加工工艺研究进展5.1.2 苹果醋的制作流程简述5.1.3 柑桔果醋的生产技术5.1.4 野生酸枣果醋的生产方法探究5.2 果酒的工艺技术研究进展5.2.1 国内外果酒生产工艺的研究概况5.2.2 福建成功掌握两类果酒生产技术5.2.3 江苏大学黑莓果酒生产技术成熟5.2.4 湖工大攻克果酒产品开发技术难题5.2.5 果酒加工生产存在的主要难题5.3

各种果酒产品的生产技术5.3.1 无花果酒的生产工艺解析5.3.2 柑橘果酒的酿制流程5.3.3 杨梅果酒生产工艺研究进程5.3.4 五味子果酒的制造工艺分析5.3.5 法国苹果酒制造工艺研究 第六章 2016-2019年果醋、果酒行业原料分析6.1 水果6.1.1 我国水果市场发展概况6.1.2 中国水果市场发展现状分析6.1.3 我国积极推动水果产业健康有序发展6.1.4 中国水果产业的品牌化路径分析6.1.5 影响我国水果贸易的因素及应对策略6.2 枸杞6.2.1 国内枸杞市场发展综述6.2.2 宁夏中宁枸杞产业蓬勃发展6.2.3 青海省大力推进枸杞种植产业化发展6.2.4

我国枸杞产业全球扩张面临的挑战及对策6.3 食醋6.3.1 我国食醋行业发展概况6.3.2 国内食醋业市场结构简析6.3.3 我国食醋行业发展中存在的问题6.3.4 促进中国食醋业发展的措施建议6.4 食糖6.4.1 中国食糖业总体发展概况6.4.2 国内食糖市场发展现状6.4.3 影响食糖价格变动的因素6.4.4 中国食糖生产面临的制约因素及风险 第七章 2016-2019年果醋、果酒的市场营销分析7.1 果醋的市场定位与营销分析7.1.1 果醋饮料需要明确的市场定位7.1.2 果醋饮料市场营销的缺失现象7.1.3 果醋市场营销面临的主要问题7.1.4 果醋饮料营销模式亟待突破创新7.1.5 果醋饮料的市场营销方案规划7.2 果酒的市场营销分析7.2.1 果酒的营销路径分析7.2.2 中国果酒品牌营销的缺失7.2.3 以糖酒会为平台探究果酒的体验营销策略7.2.4 果酒的市场定位与营销突围7.3 高度果酒的销售渠道分析7.3.1 高度果酒的定义及发展7.3.2 餐饮终端7.3.3 商务团购7.3.4 时尚夜场7.4 知名果醋、果酒品牌的营销案例分析7.4.1 汇源果汁醋7.4.2 宁夏红枸杞酒7.4.3 仙林青梅酒7.4.4 宁波永成杨梅酒7.4.5 南国香邑7.4.6 梅鹤山庄青梅果酒 第八章 2016-2019年果醋、果酒行业重点企业经营状况8.1

宁夏红枸杞产业集团公司8.1.1 公司简介8.1.2 宁夏红成为枸杞果酒行业龙头企业8.1.3 宁

夏红成为枸杞果酒行业龙头企业8.1.3 宁

夏红成为枸杞果酒行业龙头企业8.1.3 宁

夏红集团打造果酒市场典范品牌8.1.4 宁夏红七大类33个产品通过绿色食品认证8.1.5 宁夏红产能扩张情况8.2 广东帝浓酒业有限公司8.2.1 公司简介8.2.2 帝浓酒业积极拓展国内果酒市场8.2.3 帝浓酒业冰荔枝酒进入香港市场8.2.4 帝浓酒业“荔枝果醋生产技术”通过省科技厅鉴定8.3 广东天地壹号饮料有限公司8.3.1 公司简介8.3.2 天地壹号保持果醋行业领先地位8.3.3 天地壹号加速国内果醋市场扩张步伐8.3.4 天地壹号推出国内首款罐装果醋饮料8.4 维嘉思食品饮料有限公司8.4.1 公司简介8.4.2 维嘉思公司倾力打造果醋品牌“华生堂”;8.4.3 维嘉思公司推出新一代苹果醋升级产品8.5 其他8.5.1 五粮液集团仙林果酒公司8.5.2 承德红源果业有限公司8.5.3 西安市秦美食品有限公司8.5.4 绍兴市果花香果酒有限公司8.5.5 宁波天宫庄园果汁果酒有限公司 第九章 2016-2019年果醋、果酒替代产品分析9.1 果汁9.1.1 中国果汁饮料行业发展概况9.1.2 果汁行业发展态势良好9.1.3 饮料新规助推果汁产业健康发展9.1.4 果汁饮料市场的发展特点9.1.5 果汁饮料市场逐渐走向细分9.2 乳饮料9.2.1 我国乳饮市场竞争格局9.2.2 乳饮料的市场创新9.2.3 乳饮料产品市场定位分析9.2.4 果粒酸乳饮料成市场热点9.2.5 乳饮料市场发展趋势分析9.3 保健酒9.3.1 中国保健酒发展进入快车道9.3.2 中国保健酒行业的发展规律9.3.3 保健酒行业技术创新取得重大突破9.3.4 保健酒市场竞争格局分析9.4 露酒9.4.1 露酒产业发展的有利条件9.4.2 露酒的生产沿革9.4.3 白酒消费税新政给露酒带来实质利好9.4.4 露酒的产品开发建议9.4.5 露酒市场的发展趋势分析 第十章 中国果醋、果酒行业投资分析10.1 投资机遇10.1.1 中国软饮料行业投资机会简析10.1.2 我国软饮料行业投资前景乐观10.1.3 我国果酒产业迎来投资机遇10.1.4 果醋饮料成为饮料市场投资新热点10.2 投资风险10.2.1 国内饮料行业竞争门槛提高10.2.2 企业新产品开发力度加大10.2.3 国内果醋、果酒市场投资风险10.3 投资建议10.3.1 充分发挥资源优势进行产品创新10.3.2 中国果醋、果酒行业投资建议10.3.3 建立优质原料供应基地 第十一章 2020-2026年中国果醋、果酒行业前景展望11.1 中国软饮料行业前景预测11.1.1 我国软饮料行业发展前景广阔11.1.2 2020-2026年中国软饮料制造行业预测分析11.1.3 未来软饮料业将步入重构时期11.2 果醋行业发展趋势及前景11.2.1 我国果醋市场发展规模预测11.2.2 国内苹果醋市场发展趋势11.2.3 葡萄果醋行业未来发展方向11.3 果酒行业发展趋势及前景——;——;11.3.1 中国果酒行业发展前景看好11.3.2 我国苹果酒开发有望蓬勃发展 附录附录一：中华人民共和国食品安全法附录二：饮料产品生产许可证审查细则

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202007/174713.html>