

2014-2020年中国草莓酒市 场调研与发展趋势预测报告

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

《2014-2020年中国草莓酒市场调研与发展趋势预测报告》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/201403/102904.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

草莓酒制作方法：挑选新鲜即将成熟的草莓，轻轻洗净，摘去果蒂，沥干水分，小心不伤果实；桔子剥去皮，切成圆片；将草莓放入酒器中，加入白砂糖和桔片，加盖浸泡，约3周后，草莓脱色，取出草莓和桔片，即可饮用。草莓可捣烂，加白糖、蜂蜜，熬成果酱服用。

功效与主治，补气健胃，生津止渴，利尿止泻。适用于夏季暑热烦渴、腹泻，小便频数，糖尿病消渴尿多，以及消除疲劳，增进食欲，亦有美容作用。

草莓含有有机酸、糖类和维生素、矿物质等，尤其以维生素C含量十分丰富。此维生素C即使经酒浸泡，也不会失去活性。酒中酸桔是为了调味之用，使酒具有酸甜味道。

草莓酒的功效，1. 含有丰富的维生素C、柠檬酸，可美化肌肤，对养颜美容非常有助益，非常适合女性饮用；2. 可改善低血压与贫血症状，很适合生病痊愈后饮用，有助恢复体力。

本报告是根据研究中心多年来对中国细分产业的研究，结合对行业历年供需关系变化规律，对我国本报告行业的市场环境、生产经营、产品市场、品牌竞争、行业投资环境以及可持续发展等问题进行了详实系统地分析和预测。并在此基础上，对行业发展趋势做出了定性与定量相结合的分析预测。为企业制定发展战略、进行投资决策和企业经营管理提供权威、充分、可靠的决策依据。

本研究报告数据主要通过市场调研、国家统计局、全国海关信息中心等数据资料，以及期刊及网上信息二手资料进行桌面研究。其中国家统计局可利用的数据包括行业数据以及企业数据；全国海关信息中心包括进出口数据；再加上自身公司的调研团队进行市场调研，价格数据主要来自于各类市场监测数据。

【 目录 】

第一部分行业发展现状

第一章 2012年草莓酒行业发展综述 1

第一节 草莓酒行业界定 1

一、行业经济特性 1

二、主要产品品种 2

三、产业链结构分析 3

第二节 草莓酒行业发展成熟度分析 5

一、行业发展周期分析 5

二、行业中外市场成熟度对比 5

三、行业及其主要子行业成熟度分析 6

第二章 2013-2017年中国草莓酒企业PEST（环境）分析 9

第一节经济环境分析 9

一、国内经济增长 9

二、居民收入水平 11

三、工业及居民消费水平 12

第二节政治环境分析 14

一、国家食品安全监管机制 14

二、政府管制与调控 16

三、行业发展规划 20

四、全面加强酒类生产环节食品安全管理 20

五、产业结构调整指导目录 21

第三节社会环境分析 22

一、居民消费观念 22

二、消费观念的发展趋向 24

第四节技术环境分析 25

一、微生物学研究 25

二、低度酒的研制 25

三、先进纳米技术 26

四、草莓规模种植可实现 26

五、果酒降酸技术研究进展 27

六、现代生物技术发展 29

第三章草莓酒行业生产技术分析 30

第一节草莓酒行业生产技术发展现状 30

第二节草莓酒行业产品生产工艺特点或流程 35

一、材料和设备 35

二、生产工艺流程 36

三、工艺要点说明 36

四、质量指标 38

五、结果与讨论 39

六、结论 40

第三节草莓酒行业生产技术发展趋势分析 40

- 一、发酵微生物选择 40
- 二、草莓酒酿造新工艺 41
- 三、陈化新工艺 42
- 四、澄清新工艺 42
- 五、草莓酒与啤酒工艺结合 43

第四章 2012年中国草莓酒企业发展情况分析 44

第一节中国草莓酒企业发展分析 44

- 一、2012年草莓酒企业运行情况及特点分析 44
- 二、2012年草莓酒企业投资情况分析 52
- 三、中国草莓酒企业产品结构分析 55
- 四、中国草莓酒企业与宏观经济相关性分析 55

第二节中国草莓酒企业区域发展分析 56

- 一、企业重点区域分布特点及变化 56
- 二、华北地区市场分析 59
- 三、东北市场分析 65
- 四、华东市场分析 69
- 五、华中市场分析 77
- 六、华南市场分析 81
- 七、西南市场分析 85
- 八、西北市场分析 91

第五章 2012年中国草莓酒市场供需调查分析 97

第一节 2012年中国草莓酒市场供给分析 97

- 一、产品市场供给 97
- 二、价格供给 98
- 三、渠道供给 98

第二节 2012年中国草莓酒市场需求分析 99

- 一、产品市场需求 99
- 二、价格需求 100

- 三、渠道需求 100
- 四、购买需求 101
- 第三节 2012年中国草莓酒市场特征分析 103
 - 一、2012年中国草莓酒产品特征分析 103
 - 二、2012年中国草莓酒渠道特征 104
 - 三、2012年中国草莓酒购买特征 104
 - 四、草莓酒主要消费群体分析 105

第二部分竞争格局分析

- 第六章 2012年草莓酒企业市场竞争格局分析 116
 - 第一节 2012年中国草莓酒企业集中度分析 116
 - 一、市场集中度分析 116
 - 二、企业集中度分析 116
 - 三、区域集中度分析 117
 - 第二节 2012年中国草莓酒企业规模经济情况分析 118
 - 第三节 2012年中国草莓酒企业格局以及竞争态势分析 119
 - 一、企业整体竞争格局及态势分析 119
 - 二、区域市场竞争格局及态势分析 121
 - 第四节 中国企业进入和退出壁垒分析 125
 - 一、企业进入壁垒 125
 - 二、退出壁垒 126
 - 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 127
 - 一、现有企业间竞争 127
 - 二、潜在进入者分析 128
 - 三、替代品威胁分析 128
 - 四、供应商议价能力 128
- 第七章 2012年草莓酒企业主要竞争对手分析 130
 - 第一节 烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司 130
 - 一、企业简介 130
 - 二、主要产品分析 130

三、经营状况分析	137
四、企业经营指标分析	138
五、企业经营策略和发展战略分析	140
第二节浙江果花香酿酒股份有限公司	148
一、企业简介	148
二、主要产品分析	148
三、企业经营现状和发展战略分析	149
第三节安徽龙川胡草莓酒有限公司	150
一、企业简介	150
二、企业经营策略和发展战略分析	151
第四节四川省峨眉山市沁园春果酒厂	151
一、企业简介	151
二、企业发展方向	152
第五节通化恒通酒业有限责任公司	153
一、企业简介	153
二、主导产品分析	153
第六节青岛玛丽酒业有限公司	154
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	156
第一节 2012年中国草莓酒企业上游企业发展及影响分析	156
一、2012年中国草莓酒企业上游企业运行现状分析	156
二、对本链节企业产生的影响分析	158
第二节 2012年中国草莓酒企业下游企业发展及影响分析	159
一、零售业发展现状与需求	159
二、酒类综合零售渠道发展情况	167
三、餐饮业发展现状与需求	167
四、休闲娱乐产业发展现状与需求	172
第三节其他相关产业发展及影响分析	176
一、物流业发展现状与趋势	176
二、酒类包装行业发展	180
三、相关产业	183

第四部分发展趋势与投资建议

第九章 2013-2017年中国草莓酒企业发展趋势预测 189

第一节 2013-2017年政策变化趋势预测 189

第二节 2013-2017年供求趋势预测 191

一、产品供给预测 191

二、产品需求预测 193

第三节 2013-2017年进出口趋势预测 196

第四节 2013-2017年技术发展趋势 197

一、新技术发展情况 197

二、2013-2017年草莓酒技术发展趋势分析 201

第五节 2013-2017年竞争趋势预测 202

一、行业标准逐渐规范化 202

二、2013-2017年我国草莓酒行业发展面临的挑战分析 203

三、2013-2017年我国草莓酒行业发展面临的机遇分析 204

四、中国草莓酒制造行业前景预测分析 204

第六节我国酒类产品发展综合分析 207

一、草莓酒发展环境和消费需求预测 207

二、发展方向和主要目标 208

三、发展的主要任务 215

四、政策性建议 221

第十章 2013-2017年草莓酒企业投资潜力与价值分析 223

第一节 2013-2017年草莓酒企业投资环境分析 223

一、宏观环境的推动作用分析 223

二、2012年高端白酒行业宏观环境发展分析 223

三、2013-2017年我国经济前景分析与预测 224

第二节 2013-2017年草莓酒企业SWOT模型分析 226

一、优势 226

二、劣势 228

三、机会 229

四、威胁 230

第三节 2013-2017年我国草莓酒企业投资潜力分析 231

第四节 2013-2017年我国草莓酒企业前景展望分析 231

一、果酒行业发展有利条件分析 231

二、草莓酒市场发展方向分析 232

第五节 2013-2017年我国草莓酒企业盈利能力预测 236

一、草莓酒行业盈利因素分析 236

二、草莓酒行业盈利模式分析 236

三、价值链盈利模式分析 237

第十一章 2013-2017年草莓酒企业投资风险预警 241

第一节政策和体制风险 241

第二节宏观经济波动风险 241

第三节市场风险 243

第四节技术风险 245

第五节原材料压力风险分析 246

第六节市场竞争风险 248

第七节外资进入现状及对未来市场的威胁 249

第八节营销风险 249

第九节相关企业风险 252

第十节区域风险 253

第十一节经营风险分析 253

第十二节管理风险分析 254

第十二章 2013-2017年草莓酒产业投资机会及投资策略分析 255

第一节 2013-2017年草莓酒企业区域投资机会 255

一、区域战略规划概念 255

二、区域战略规划特点 256

三、区域战略规划分类 256

四、区域战略规划所需资源 257

五、区域战略规划一般程序 260

六、区域战略规划分析工具 262

七、区域战略规划的结果 264

八、“5+2”理念下的区域战略规划 264

第二节 2013-2017年草莓酒企业主要产品投资机会 265

一、技术开发战略 265

二、业务组合战略 269

第三节 2013-2017年中国草莓酒企业投资策略分析 272

一、产品定位策略 272

二、产品开发策略 273

三、渠道销售策略 274

四、终端营销革命分析 281

五、品牌经营策略 285

六、服务策略 288

第十三章我国草莓酒行业营销分析 290

第一节草莓酒营销形势分析 290

一、草莓酒市场基本营销模式 290

二、草莓酒未来的营销趋势分析 291

三、草莓酒营销的分层化趋势 293

四、草莓酒行业未来营销趋势 297

第二节草莓酒营销渠道分析 298

一、市场销售渠道结构情况 298

二、草莓酒行业销售渠道现状 298

三、草莓酒新兴销售渠道分析 307

四、电子商务对营销渠道的发展 311

第十四章草莓酒行业企业观点综述及专家建议 321

第一节企业观点综述 321

第二节专家投资建议 326

一、新进入者应注意的障碍因素分析 326

二、品牌和营销运作模式分析 327

三、全国化品牌和区域强势品牌共存格局 329

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201403/102904.html>