**2024-2029年中国果酒行业发展态势与前景展望研究报告**

**报告简介**

近年来，我国果酒产业发展迅速，行业形势逐渐明朗，越来越多的企业进入果酒“赛道”。在消费升级的大背景下，低度、健康、时尚的果酒成为越来越多中国消费者的酒饮新选择。

目前，我国果酒销售额的年增长率为15%。巨大的果酒市场，吸引了不少知名白酒企业前来掘金，贵州茅台和五粮液就是其中的代表。当前，我国果酒的年消费量为30多万吨，只占全国酒类消费总量的5%，相当于平均每2人年消费一瓶750ml的果酒，占世界人均果酒消费量的6%。中国果酒消费水平与世界还有很大差距，未来的潜力不可估量。世界上发达国家人均水果酒精型饮料消费量为人均6升，而我国的消费量仅有0.2—0.3升，相差发达国家20—30倍，发展空间巨大。

目前，果酒产业的特点十分明显：一是果酒原料资源丰富、生产禀赋好;二是果酒产品种类繁多、各具特色;三是果酒企业努力践行生态发展理念，对农村经济发展，脱贫攻坚，带动地方经济发展等方面作出了重大贡献，承担了许多社会责任，果酒产业的发展社会效益突出;四是果酒营养健康，能更好地满足人民美好生活需求。

从京东公布的大数据来看，京东平台上的果酒销售近5年年复合率超过200%，线上果酒品牌已超过300家，新兴品牌成长迅速。京东数据显示，在果酒消费市场方面，北上广等一线城市是果酒消费的主战场，销售占比为18.8%，新一线城市销售增长迅速，占比为12%，四川辽宁山东为潜力省份，四线、五线城市市场份额巨大。在购买力方面，26—35岁的用户成为果酒消费主力军，其中，女性用户高于其他酒类用户。在产品包装方面，小规格尝新装增长迅猛，其次为大规格分享装。在用户购买行为习惯方面，用户在日常餐饮、购物或新媒体中偶然了解，抱着猎奇心态尝试，高颜值成送礼首选，独饮多关注价格、口感和度数。在品类方面，蓝莓、玫瑰、桃子口味果酒近两年表现突出。

3个核心关键词来总结未来果酒的走势，即年轻化、大众化和功能化。从消费人群来说，18—35岁之间的年轻人将是主力消费人群。年轻化是果酒市场消费的基础。从价格定位来说，果酒的消费价格是大众化的，未来果酒有3个价位是必须抢占和打造的，第一个普及化的10元价位，第二个家庭化的30元价位，第三个商务化的80元价位，这3个价位是未来稳定果酒品类的核心价位，只有这3个价位被普遍接受，未来果酒才有朝更高价位推进的可能。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家市场监督管理总局、国家工信部、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、中国酒业协会、、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对中国果酒行业及各子行业的发展状况、市场供需形势、进出口贸易等进行了分析，并重点分析了中国果酒行业发展状况和特点，以及中国果酒行业将面临的挑战、行业的发展策略等。报告还对国际果酒行业发展态势作了详细分析，并对果酒行业进行了趋向研判，是果酒生产、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前果酒行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

**报告目录**

**第一章 果酒行业综述**

第一节 果酒行业定义

一、果酒概念

二、果酒分类

三、果酒产业对社会的经济效益

第二节 果酒行业产业链分析

一、果酒产业结构图

二、果酒行业上游原料市场

三、果酒行业下游消费场景

**第二章 国际果酒行业发展与国内发展环境分析**

第一节 国际果酒行业发展分析

一、国际果酒行业发展情况

1、国际果酒行业发展现状

2、国际果酒行业市场规模

3、国际果酒行业供需格局

二、国际主要国家(地区)果酒行业市场分析

1、欧洲

2、美国

3、日本

三、国际知名果酒产品市场发展分析

1、法国葡萄酒和苹果酒

2、德国李子酒和樱桃酒

3、日本梅子酒

4、美国绿雾酒

第二节 中国果酒行业发展环境

一、国内经济形势

二、行业政策标准

三、果酒生产工艺

四、健康消费意识

五、消费水平能力

**第三章 中国酒业与水果加工业发展分析**

第一节 中国酒业发展分析

一、中国酒业发展概况

1、中国酒业发展历史

2、中国酒业发展现状

3、中国酒业市场规模

二、中国酒业供需分析

1、消费人群规模

2、企业数量规模

3、酒类生产总量

4、酒类消费总量

第二节 中国水果加工业发展分析

一、中国水果供给情况

1、中国水果产区分布

2、中国水果种植规模

3、中国水果种类规模

4、中国水果采购成本

二、中国水果加工业发展分析

1、中国水果深加工发展现状

2、中国水果深加工市场规模

三、果酒产业对水果加工业的影响

**第四章 中国果酒行业运行现状分析**

第一节 中国果酒行业发展状况分析

一、中国果酒行业发展阶段

二、中国果酒行业发展现状

三、中国果酒行业发展特点

四、中国果酒行业商业模式

第二节 中国果酒行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、人员规模状况分析

三、行业资产规模分析

四、行业市场规模分析

第三节 中国果酒行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

**第五章 中国果酒行业市场发展分析**

第一节 中国果酒市场情况分析

一、中国果酒市场总体概况

二、中国果酒市场产品总类

三、中国果酒市场品牌格局

四、中国果酒市场价格定位

五、中国销量靠前果酒口味

第二节 中国果酒行业产销情况

一、中国果酒年产量

二、中国果酒年销量

三、中国果酒年销额

四、中外果酒消费对比

1、世界人均果酒消费量

2、世界发达国家人均果酒消费量

3、中国人均果酒消费量

第三节 中国白酒企业入局果酒市场

一、贵州茅台

二、五粮液

**第六章 线上主流平台果酒市场分析**

第一节 天猫

一、线上果酒品牌情况

1、品牌总量

2、新兴品牌

二、线上果酒销售情况

1、销售量

2、销售额

三、线上果酒消费市场

1、北上广等一线城市

2、新一线城市

3、二三线城市

4、四五线城市

四、线上果酒消费群体分析

1、消费群体年龄分布

2、消费群体性别占比

3、消费群体花费分布

4、产品包装喜爱程度

5、用户购买行为习惯

第二节 京东

一、线上果酒品牌情况

1、品牌总量

2、新兴品牌

二、线上果酒销售情况

1、销售量

2、销售额

三、线上果酒消费市场

1、北上广等一线城市

2、新一线城市

3、二三线城市

4、四五线城市

四、线上果酒消费群体分析

1、消费群体年龄分布

2、消费群体性别占比

3、消费群体花费分布

4、产品包装喜爱程度

5、用户购买行为习惯

**第七章 中国果酒细分市场分析及预测**

第一节 葡萄酒

一、水果资源分布

二、果酒口味口感

三、果酒销售价格

四、果酒销售规模

五、果酒品牌格局

六、果酒市场前景

第二节 苹果酒

一、水果资源分布

二、果酒口味口感

三、果酒销售价格

四、果酒销售规模

五、果酒品牌格局

六、果酒市场前景

第三节 荔枝酒

一、水果资源分布

二、果酒口味口感

三、果酒销售价格

四、果酒销售规模

五、果酒品牌格局

六、果酒市场前景

第四节 杨梅酒

一、水果资源分布

二、果酒口味口感

三、果酒销售价格

四、果酒销售规模

五、果酒品牌格局

六、果酒市场前景

第五节 桑椹酒

一、水果资源分布

二、果酒口味口感

三、果酒销售价格

四、果酒销售规模

五、果酒品牌格局

六、果酒市场前景

第六节 蓝莓酒、

一、水果资源分布

二、果酒口味口感

三、果酒销售价格

四、果酒销售规模

五、果酒品牌格局

六、果酒市场前景

第七节 草莓酒

一、水果资源分布

二、果酒口味口感

三、果酒销售价格

四、果酒销售规模

五、果酒品牌格局

六、果酒市场前景

第八节 五味子酒

一、水果资源分布

二、果酒口味口感

三、果酒销售价格

四、果酒销售规模

五、果酒品牌格局

六、果酒市场前景

第九节 樱桃酒

一、水果资源分布

二、果酒口味口感

三、果酒销售价格

四、果酒销售规模

五、果酒品牌格局

六、果酒市场前景

第十节 其它果酒

一、水果资源分布

二、果酒口味口感

三、果酒销售价格

四、果酒销售规模

五、果酒品牌格局

六、果酒市场前景

**第八章 中国果酒行业消费需求与营销分析**

第一节 中国果酒行业消费场景市场分析

一、婚庆喜宴

二、火锅聚会

三、酒店酒吧

四、ktv场所

五、居家住所

六、其它

第二节 中国果酒行业营销方式

一、主要营销方式

二、营销方式案例——冰青青梅果酒

第三节 中国果酒行业营销对策

一、销售渠道存在的主要问题

二、果酒行业营销的策略建议

1、中国果酒产品营销策略浅析

2、果酒新产品的市场推广策略

3、果酒细分产品营销策略分析

**第九章 中国果酒行业部分区域市场分析**

第一节 一线城市果酒行业市场发展分析

一、北京

二、上海

三、广州

四、深圳

第二节 新一线城市果酒行业市场发展分析

一、武汉

二、杭州

三、宁波

四、青岛

五、成都

六、天津

第三节 其它城市果酒行业市场发展分析

一、二三线城市

二、四五线城市

**第十章 2024-2029年果酒行业领先企业经营形势分析**

第一节 蝶矢梅酒(上海)有限公司

一、企业发展简介

二、企业产品种类

三、企业经营情况

四、企业产业布局

五、企业发展动态

第二节 宁夏红枸杞产业集团有限公司

一、企业发展简介

二、企业产品种类

三、企业经营情况

四、企业产业布局

五、企业发展动态

第三节 上海瑞可德林食品有限公司

一、企业发展简介

二、企业产品种类

三、企业经营情况

四、企业产业布局

五、企业发展动态

第四节 烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司

一、企业发展简介

二、企业产品种类

三、企业经营情况

四、企业产业布局

五、企业发展动态

第五节 醉美丝路(北京)国际商贸有限公司

一、企业发展简介

二、企业产品种类

三、企业经营情况

四、企业产业布局

五、企业发展动态

第六节 贵州茅台(集团)生态农业产业发展有限公司

一、企业发展简介

二、企业产品种类

三、企业经营情况

四、企业产业布局

五、企业发展动态

第七节 北京真露海特酒业有限公司

一、企业发展简介

二、企业产品种类

三、企业经营情况

四、企业产业布局

五、企业发展动态

第八节 泸州老窖电子商务股份有限公司

一、企业发展简介

二、企业产品种类

三、企业经营情况

四、企业产业布局

五、企业发展动态

第九节 中国绍兴黄酒集团有限公司

一、企业发展简介

二、企业产品种类

三、企业经营情况

四、企业产业布局

五、企业发展动态

第十节 广东十二岭酒业有限公司

一、企业发展简介

二、企业产品种类

三、企业经营情况

四、企业产业布局

五、企业发展动态

**第十一章 中国果酒行业投资分析**

第一节 果酒行业投资特性分析

一、果酒行业进入壁垒分析

二、果酒行业盈利因素分析

三、果酒行业盈利模式分析

第二节 果酒行业投资情况

一、果酒行业投资现状

二、果酒行业投资案例

第三节 果酒行业投资机会与风险分析

一、果酒行业投资机会

二、果酒行业投资风险

三、果酒行业投资前景

四、果酒行业投资建议

**第十二章 中国果酒行业前景展望**

第一节 果酒行业发展的影响因素

一、有利因素

二、不利因素

第二节 果酒行业存在的问题分析

一、行业存在的问题

1、全国性知名企业、品牌和产品缺乏

2、缺乏专门性的生产工艺和生产设

3、行业标准不健全

4、生产商及消费者对果酒的营养认知不足

5、专业技术人才短缺，培养体系不完善

二、行业发展的对策

1、构建果酒文化体系

2、加强果酒标准建设

3、加强生产技术集成与创新

4、加强专业人才的培养

5、重视原料筛选

6、加强果酒营养功能化研究

第三节 2024-2029年果酒行业发展前景

一、2024-2029年果酒行业发展前景

二、2024-2029年果酒行业规模预测

三、2024-2029年果酒行业发展趋势

1、年轻化

2、大众化

3、功能化

第四节 2024-2029年果酒行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、品牌战略

三、经营策略

四、竞争战略

**图表目录**

图表：果酒行业生命周期

图表：果酒行业产业链结构

图表：果酒行业产业价值链

图表：国际果酒行业市场规模

图表：国际果酒行业竞争格局

图表：欧洲果酒行业市场规模

图表：美国果酒行业市场规模

图表：日本果酒行业市场规模

图表：中国果酒行业市场规模

图表：中国果酒行业企业数量分析

图表：中国果酒行业人员规模分析

图表：中国果酒行业资产规模分析

图表：中国果酒行业市场规模分析

图表：中国果酒行业盈利能力分析

图表：中国果酒行业偿债能力分析

图表：中国果酒行业营运能力分析

图表：中国果酒行业发展能力分析

图表：果酒行业集中度分析

图表：中国果酒行业竞争格局

图表：2024-2029年果酒行业市场规模预测

**把握投资 决策经营！**  
**咨询订购 请拨打 400-886-7071 邮件 kf@51baogao.cn**  
本文地址：https://www.51baogao.cn/bg/20190411/115092.shtml

[在线订购>>](https://www.51baogao.cn/bg/20190411/115092.shtml)