

## 中国果酒行业市场深度调研及投资价值咨询报告(2024-2029版)

## 报告简介

我国水果种类繁多，许多水果都可以用以酿造果酒，尤以葡萄、苹果、猕猴桃、草莓等品种在果酒酿制中占较大比例。目前，商业生产的果酒种类繁多，按酿造方法和产品特点，分为发酵果酒、蒸馏果酒、配制果酒、起泡果酒；按酒精含量，分为低度果酒(最低酒精含量0.5%vol)和高度果酒(最高酒精含量15%vol)；按甜度，分为干型到甜型的多个系列品种，干型果酒含糖量不超过4g/L，甜型果酒含糖量大于50g/L。

果酒作为一个新兴的酒品类，市场还处于导入期向成长期的过渡阶段。目前果酒产量与白酒、啤酒产量相比仍相差甚远，市场上除了普通果酒外，高品质、高价值的果酒种类稀缺，也没有形成全国性的果酒品牌。但是国内果酒消费市场已经回暖，市场需求逐步扩大，加之果酒生产利润较高，其发展潜力巨大。

果酒生产历史悠久，如枸杞酒、梅子酒、桑椹酒、大枣酒等，以酸、甜、清香的风味得到人民大众喜爱。水果中含有丰富单糖，在合适的温度、湿度条件下，辅以自然界中某些微生物就会发酵产生乙醇，故而得名果酒。在龙山文化遗址中，发现许多陶制酒器存在，在未掌握蒸馏技术的当时，这些盛酒容器用途必然是用来装盛果酒的。清末，烟台张裕葡萄酿酒公司建立，标志着中国果酒类规模化生产的开始；建国后，我国果酒的生产得到了进一步的发展，产量、质量稳步提升，酿造技术和设备发展也向工业化方向发展，如梅酒、山枣酒、山楂酒等一些国家名牌果酒有部分外销。

随着人们健康消费意识的提升，如今以葡萄酒为代表的果酒产业正迎来新的发展机遇期，中国是亚洲地区重要的果酒生产和消费国。2019年，国内果酒行业的市场规模约为2315亿元，较2018年上涨了6.24%。

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、51行业报告网、全国及海外多种相关报纸杂志的基础信息等公布和提供的大量资料和数据，客观、多角度地对中国果酒市场进行了分析研究。报告在总结中国果酒行业发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国果酒行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。报告资料详实，图表丰富，既有深入的分析，又有直观的比较，为果酒企业在激烈的市场竞争中洞察先机，能准确及时的针对自身环境调整经营策略。

## 报告目录

## 第一章 中国果酒行业发展概述 1

## 第一节 果酒行业发展情况 1

## 一、果酒产业的发展概况 1

## 二、果酒的分类 1

## 三、果酒的生产工艺 4

## 第二节 最近3-5年中国果酒行业经济指标分析 5

一、赢利性	5
二、成长速度	6
三、附加值的提升空间	6
四、进入壁垒/退出机制	6
五、风险性	6
六、行业周期	6
七、竞争激烈程度指标	7
八、当前行业发展所属周期阶段的判断	7
第三节 关联产业发展分析	8
第二章 中国果酒行业的国际比较分析	11
第一节 中国果酒行业竞争力指标分析	11
第二节 中国果酒行业经济指标国际比较分析	11
第三节 全球果酒行业市场需求分析	12
一、市场规模现状	12
二、需求结构分析	12
三、市场前景展望	13
第四节 果酒行业市场供给分析	13
一、市场价格走势	13
二、重点企业分布	14
第五节 网红果酒分析	14
一、网红果酒主要品牌及报价信息	14
二、网红果酒的卖点/亮点	14
三、网红果酒的目标群体	14
四、网红果酒的营销策略分析	15

### 第三章 2019-2023年中国果酒行业整体运行指标分析 16

#### 第一节 中国果酒行业总体规模分析 16

##### 一、企业数量结构分析 16

##### 二、行业规模分析 16

#### 第二节 中国果酒行业产销分析 17

##### 一、行业情况总体分析 17

##### 二、行业销售收入总体分析 17

#### 第三节 中国果酒行业财务指标总体分析 17

##### 一、行业盈利能力分析 17

##### 二、行业偿债能力分析 18

##### 三、行业营运能力分析 19

##### 四、行业发展能力分析 20

### 第四章 果酒产业链的分析 21

#### 第一节 行业集中度 21

#### 第二节 主要环节的增值空间 21

#### 第三节 行业进入壁垒和驱动因素 21

#### 第四节 上下游行业影响及趋势分析 22

### 第五章 区域市场情况深度研究 24

#### 第一节 长三角区域市场情况分析 24

#### 第二节 珠三角区域市场情况分析 24

#### 第三节 环渤海区域市场情况分析 25

#### 第四节 果酒行业主要市场大区发展状况及竞争力研究 26

##### 一、华北大区市场分析 26

##### 二、华中大区市场分析 27

三、华南大区市场分析	28
四、华东大区市场分析	29
五、东北大区市场分析	30
六、西南大区市场分析	31
七、西北大区市场分析	32
第五节 主要省市集中度及竞争力模式分析	32
第六章 2024-2029年需求预测分析	37
第一节 果酒行业领域2024-2029年需求量预测	37
第二节 2024-2029年果酒行业领域需求功能预测	37
第三节 2024-2029年果酒行业领域需求市场格局预测	38
第七章 果酒市场竞争格局分析	39
第一节 行业竞争结构分析	39
一、现有企业间竞争	39
二、潜在进入者分析	39
三、替代品威胁分析	40
四、供应商议价能力	40
五、客户议价能力	41
第二节 行业集中度分析	42
一、市场集中度分析	42
二、企业集中度分析	42
三、区域集中度分析	43
第三节 行业国际竞争力比较	43
一、需求条件	43
二、支援与相关产业	43

- 三、企业战略、结构与竞争状态 44
- 四、政府的作用 46
- 第四节 果酒行业主要企业竞争力分析 47
  - 一、重点企业资产总计对比分析 47
  - 二、重点企业从业人员对比分析 47
  - 三、重点企业全年营业收入对比分析 48
  - 四、重点企业利润总额对比分析 48
  - 五、重点企业综合竞争力对比分析 48
- 第五节 果酒行业竞争格局分析 48
  - 一、2019-2023年果酒行业竞争分析 48
  - 二、2019-2023年国内外果酒竞争分析 49
  - 三、2019-2023年中国果酒市场竞争分析 49
- 第八章 主要企业的排名与产业结构分析 50
  - 第一节 产业结构分析 50
    - 一、市场细分充分程度的分析 50
    - 二、各细分市场领先企业排名 50
    - 三、各细分市场占总市场的结构比例 51
    - 四、领先企业的结构分析(所有制结构) 51
  - 第二节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析 51
    - 一、产业价值链的构成 51
    - 二、产业链条的竞争优势与劣势分析 52
  - 第三节 产业结构发展预测 52
    - 一、产业结构调整的方向政府产业指导政策分析(投资政策、外资政策、限制性政策) 52
    - 二、产业结构调整中消费者需求的引导因素 53

三、中国果酒行业参与国际竞争的战略市场定位 54

第九章 前十大领先企业分析 55

第一节 烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司 55

一、主营业务及经营状况 55

二、历年销售规模、利润指标 57

三、主要市场定位 59

四、主要优势与主要劣势 59

五、市场拓展战略与手段分析 60

第二节 宜宾五粮液股份有限公司 63

一、主营业务及经营状况 63

二、历年销售规模、利润指标 68

三、主要市场定位 69

四、主要优势与主要劣势 70

五、市场拓展战略与手段分析 71

第三节 浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司 71

一、主营业务及经营状况 71

二、历年销售规模、利润指标 74

三、主要市场定位 75

四、主要优势与主要劣势 76

五、市场拓展战略与手段分析 77

第四节 威龙葡萄酒股份有限公司 80

一、主营业务及经营状况 80

二、历年销售规模、利润指标 82

三、主要市场定位 84

- 四、主要优势与主要劣势 84
- 五、市场拓展战略与手段分析 86
- 第五节 通化葡萄酒股份有限公司 87
  - 一、主营业务及经营状况 87
  - 二、历年销售规模、利润指标 92
  - 三、主要市场定位 95
  - 四、主要优势与主要劣势 95
  - 五、市场拓展战略与手段分析 97
- 第六节 中信国安葡萄酒业股份有限公司 99
  - 一、主营业务及经营状况 99
  - 二、历年销售规模、利润指标 103
  - 三、主要市场定位 106
  - 四、主要优势与主要劣势 106
  - 五、市场拓展战略与手段分析 108
- 第七节 甘肃莫高实业发展股份有限公司 110
  - 一、主营业务及经营状况 110
  - 二、历年销售规模、利润指标 117
  - 三、主要市场定位 119
  - 四、主要优势与主要劣势 120
  - 五、市场拓展战略与手段分析 121
- 第八节 甘肃皇台酒业股份有限公司 122
  - 一、主营业务及经营状况 122
  - 二、历年销售规模、利润指标 127
  - 三、主要市场定位 130

- 四、主要优势与主要劣势 130
- 五、市场拓展战略与手段分析 131
- 第九节 新疆芳香庄园酒业有限公司 132
  - 一、主营业务及经营状况 132
  - 二、历年销售规模、利润指标 137
  - 三、主要市场定位 138
  - 四、主要优势与主要劣势 138
  - 五、市场拓展战略与手段分析 138
- 第十节 新疆库尔勒香梨股份有限公司 138
  - 一、主营业务及经营状况 138
  - 二、历年销售规模、利润指标 139
  - 三、主要市场定位 140
  - 四、主要优势与主要劣势 140
  - 五、市场拓展战略与手段分析 140
- 第十章 应用领域及行业供需分析 143
  - 第一节 需求分析 143
    - 一、果酒行业需求市场 143
    - 二、果酒行业客户结构 143
    - 三、果酒行业需求的地区差异 143
  - 第二节 供给分析 144
  - 第三节 供求平衡分析及未来发展趋势 144
    - 一、果酒行业的需求预测 144
    - 二、果酒行业的供应预测 145
    - 三、供求平衡预测 145



第四节 市场价格走势分析	145
第十一章 影响企业经营的关键趋势	147
第一节 市场整合成长趋势	147
第二节 需求变化趋势及新的商业机遇预测	147
第三节 企业区域市场拓展的趋势	149
第四节 科研开发趋势及替代技术进展	149
第五节 影响企业销售与服务方式的关键趋势	149
第六节 中国果酒行业swot分析	151
第七节 果酒行业发展战略研究	157
一、战略综合规划	157
二、技术开发战略	158
三、业务组合战略	162
四、区域战略规划	164
五、产业战略规划	167
第十二章 2024-2029年果酒行业投资价值评估分析	170
第一节 产业发展的有利因素与不利因素分析	170
第二节 产业发展的空白点分析	171
第三节 投资回报率比较高的投资方向	171
第四节 新进入者应注意的障碍因素	171
第五节 行业投资风险	172
一、政策和体制风险	172
二、经营风险分析	173
三、管理风险分析	175
四、资金短缺风险	178

五、技术风险 180

第六节 营销分析与营销模式推荐 182

一、渠道构成 182

二、价格策略 185

三、经营模式 185

四、营销模式 191

图表目录

图表：行业周期分析 7

图表：果酒与啤酒、白酒竞争程度比较 7

图表：2019-2023年中国果酒行业市场规模情况 12

图表：网红果酒主要品牌和单价信息 14

图表：2019-2023年中国果酒行业不同规模企业数量占比 16

图表：2019-2023年中国果酒行业企业数量情况 16

图表：2019-2023年中国果酒行业产销量情况 17

图表：2019-2023年中国果酒行业销售收入情况 17

图表：2019-2023年中国果酒行业净利率情况 18

图表：2019-2023年中国果酒行业速动比率情况 18

图表：2019-2023年中国果酒行业总资产周转率情况 19

图表：2019-2023年中国果酒行业营收同比增长率情况 20

图表：2019-2023年中国果酒行业cr10情况 21

图表：2019-2023年长三角地区果酒行业市场规模情况 24

图表：2019-2023年珠三角地区果酒行业市场规模情况 25

图表：2019-2023年环渤海地区果酒行业市场规模情况 26

图表：华北区域图 27

- 图表：2019-2023年华北地区果酒行业市场规模情况 27
- 图表：2019-2023年华中地区果酒行业市场规模情况 28
- 图表：华南区域图 29
- 图表：2019-2023年华南地区果酒行业市场规模情况 29
- 图表：华东区域图 30
- 图表：2019-2023年华东地区果酒行业市场规模情况 30
- 图表：2019-2023年东北地区果酒行业市场规模情况 31
- 图表：2019-2023年西南地区果酒行业市场规模情况 31
- 图表：2019-2023年西北地区果酒行业市场规模情况 32
- 图表：2024-2029年中国果酒行业需求量预测 37
- 图表：2019-2023年中国果酒行业cr10情况 42
- 图表：2019-2023年中国果酒行业不同规模企业数量占比 42
- 图表：2019-2023年中国果酒行业各地区市场规模占比 43
- 图表：2019-2023年中国果酒行业重点企业总资产对比 47
- 图表：2019-2023年中国果酒行业重点企业在职工数量对比 47
- 图表：2019-2023年中国果酒行业重点企业营业收入对比 48
- 图表：2019-2023年中国果酒行业重点企业利润总额对比 48
- 图表：中国果酒行业重点企业竞争力评价 48
- 图表：细分市场重点企业情况 50
- 图表：2019-2023年中国果酒各细分市场占比 51
- 图表：2019-2023年中国果酒行业不同所有制企业数量占比 51
- 图表：国内主要的果酒品牌梯队 54
- 图表：张裕主要产品 56
- 图表：2019-2023年烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司营收情况 57

- 图表：2019-2023年烟台张裕葡萄酒股份有限公司营业收入构成 57
- 图表：2019-2023年烟台张裕葡萄酒股份有限公司果酒销售情况 57
- 图表：五粮液果酒系列 64
- 图表：仙林30度冰酒 65
- 图表：仙林牌青梅酒 66
- 图表：仙林牌樱桃酒 67
- 图表：2019-2023年五粮液营收情况 68
- 图表：2019-2023年五粮液销售构成 69
- 图表：2019-2023年五粮液酒类销售量情况 69
- 图表：古越龙山品牌系列 73
- 图表：2019-2023年古越龙山营收情况 74
- 图表：2019-2023年古越龙山分产品销售情况 75
- 图表：2019-2023年古越龙山酒类销售量情况 75
- 图表：威龙股份主要产品 81
- 图表：2019-2023年威龙股份营收情况 82
- 图表：2019-2023年威龙股份分产品营收情况 83
- 图表：2019-2023年威龙股份产品销售量情况 84
- 图表：参见老大(人参白兰地8年典藏版) 89
- 图表：通化玫瑰露酒 90
- 图表：荣耀59珍藏山葡萄酒 91
- 图表：2019-2023年通葡股份营收情况 92
- 图表：2019-2023年通葡股份分产品营收情况 92
- 图表：2019-2023年通葡股份产品销售量情况 93
- 图表：五星东方系列 100

- 图表：西域典藏葡萄酒 101
- 图表：新天干红纹饰系列 102
- 图表：2019-2023年中葡股份营收情况 103
- 图表：2019-2023年中葡股份分产品营收情况 104
- 图表：2019-2023年中葡股份产品销售量情况 104
- 图表：莫高马扎罗 112
- 图表：莫高白比诺干白葡萄酒 113
- 图表：莫高珍藏陈酿加本依干红葡萄酒 114
- 图表：莫高x.o 115
- 图表：750ml莫高红色恋人 116
- 图表：2019-2023年莫高股份营收情况 117
- 图表：2019-2023年莫高股份分产品营收情况 118
- 图表：2019-2023年莫高股份产品销售量情况 118
- 图表：凉州2011黑比诺干红(木盒) 124
- 图表：皇台庄园典藏佳酿梅特林(皮盒) 126
- 图表：2019-2023年皇台酒业营收情况 127
- 图表：2019-2023年皇台酒业分产品营收情况 128
- 图表：2019-2023年皇台酒业产品销售量情况 128
- 图表：橡木桶珍藏葡萄酒 133
- 图表：金奖梅洛干红葡萄酒 134
- 图表：尕亚左岸窖藏干红葡萄酒(芳园) 135
- 图表：2019-2023年芳香庄园营收情况 137
- 图表：2019-2023年芳香庄园偿债能力指标 137
- 图表：2019-2023年香梨股份营收情况 139

图表：代工型经营模式 187

图表：设计+销售型经营模式 187

图表：生产+销售型经营模式 188

图表：设计+生产+销售型经营模式 189

图表：信息服务型经营模式 189

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : [kf@51baogao.cn](mailto:kf@51baogao.cn)

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/baogao/20200716/175078.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)