

中国果酒行业市场发展分析及发展趋势与投资前景研究报告(2024-2029版)

报告简介

酒类市场风云变幻，随着“90后”及千禧后群体的崛起，酒类消费主体也在悄然发生变化，刺激着供给侧提供新的选择。此前，酒业市场由白酒、啤酒、葡萄酒三分天下，占据近9成的份额，果酒只是众多小品类之一。而如今，果酒也成为了酒类消费的新主流。

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。

果酒低度化、利口化、年轻化的特点吸引了年轻消费群体，而我国丰富的水果资源为果酒产业的发展提供了良好的发展基础。资料显示，我国水果种植面积每年以10%以上的速度增长，成为世界上最大的水果生产国。丰富的水果产量带动了水果加工业的发展，但是果酒行业面临的首要问题仍是原材料短缺、产业供应链不稳定。据介绍，目前我国水果年产量达到2.5亿~2.9亿吨，但加工用水果占鲜果的比例仍然很低，仅为4%，远低于国际平均水平的10%。

随着经济的快速增长，人们生活水平的不断提升，“健康”变得越来越重要。未来人们对于饮酒的习惯正在逐步向低度、营养、安全、个性方向转变，消费升级、市场更新换代、创新发展为中国酒水市场带来了新的发展前景，果酒以其营养价值高、口感优质、种类丰富加之果酒厂商注重品牌建设、提升高端果酒品质与口感、配合产品创新与精准营销等特点，必然具有广阔的市场潜力。

由于中国水果品类丰富，果酒产品也呈现出多样化的态势，但并不是每个品种的销量都很好，所谓众口难调，每个消费者都有自己喜欢的水果，对于果酒的口味也会有自己的需求，这正是果酒企业面临的一个难题。果酒企业唯有事先做足调查，了解到大部分人的需求，并针对个别区域推出合适的产品，才是把控消费者最好的办法。近几年，果酒产品“去酒化”已成为发展趋势，将果酒打造成为具有鲜明特色的饮料产品。部分果酒产品除了在产品属性上向饮料业靠拢外，还强调从生产工艺到产品理念与饮料相结合。

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、全国酿酒标准化技术委员会、中道泰和产业研究院、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、果酒酿造工艺

四、果酒饮用价值

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、果酒经济环境

二、果酒政策环境

三、果酒技术环境

四、果酒消费环境

1、果酒消费人数

2、果酒人均消费水平

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、最受消费者喜爱的果酒类型

第二节 中国果酒行业产销情况

一、中国果酒年产量

二、中国果酒年销售规模

1、中国果酒年销量

2、中国果酒年销售额

三、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

三、泸州老窖

第六章 线上主流平台果酒品牌市场销售状况分析

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 中国果酒行业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、其它场景

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 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

第二节 重庆江小白酒业有限公司

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

第三节 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

第四节 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

第五节 宜宾五粮液仙林生态酒业有限公司

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

第六节 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 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

第九节 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

第十节 格英(上海)品牌管理有限公司

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备

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 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/baogao/20220128/245127.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)