



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国低度果酒市场 运行态势及投资策略报告

一、调研说明

《2015-2020年中国低度果酒市场运行态势及投资策略报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/246914.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

第一章 中国低度果酒行业PEST模型分析

第一节 低度果酒行业定义统计标准

- 一、低度果酒行业概念及分类
- 二、低度果酒行业统计部门和统计口径
- 三、低度果酒行业产业链结构分析
- 四、低度果酒行业发展周期分析

第二节 中国低度果酒行业政策环境分析（P）

- 一、行业相关政策动向
- 二、行业产品质量标准
- 三、行业生产安全标准
- 四、行业贸易环境分析
- 五、行业"十二五"发展规划

第三节 中国低度果酒行业经济环境分析（E）

- 一、国际宏观经济及对低度果酒行业影响
- 二、国内宏观经济及对低度果酒行业影响
- 三、食品制造行业主要经济指标分析
- 四、低度果酒行业在食品制造行业地位分析

第四节 中国低度果酒行业社会环境分析（S）

- 一、我国人口因素及对低度果酒行业影响
- 二、低度果酒人均消费及发展影响
- 三、国内生活方式及对低度果酒行业影响

第五节 中国低度果酒行业技术环境分析（T）

- 一、生产技术
- 二、安全检测技术

第二章 2013-2014年全球低度果酒行业市场发展状况分析

第一节 2013-2014年世界低度果酒行业发展状况

- 一、世界低度果酒行业生产情况
- 二、世界低度果酒消费及趋势分析
- 三、世界低度果酒行业发展趋势分析

第二节 美国低度果酒行业现状分析

- 一、美国低度果酒行业的市场现状
- 二、美国低度果酒行业的市场特征
- 第三节 日本低度果酒行业现状分析
 - 一、日本低度果酒行业的市场规模
 - 二、日本低度果酒行业的市场特征
 - 三、日本饮料市场销售特征
- 第四节 欧洲低度果酒行业市场状况
 - 一、欧洲低度果酒行业的市场现状
 - 二、欧洲低度果酒行业的市场特征
- 第五节 主要跨国低度果酒公司在中国市场的投资布局

第三章 2013-2014年我国低度果酒行业现状及市场发展分析

第一节 2013-2014年我国低度果酒行业发展现状

- 一、低度果酒行业市场规模
- 二、低度果酒行业产品发展现状
- 三、低度果酒行业消费市场现状

第二节 2013-2014年低度果酒行业发展特点分析

- 一、市场格局特点
- 二、产品创新特点
- 三、营销服务特点
- 四、市场品牌特点

第三节 2013-2014年低度果酒市场结构和价格走势分析

- 一、2013-2014年我国低度果酒市场结构和价格走势概述
- 二、2013-2014年我国低度果酒市场结构分析
- 三、2013-2014年我国低度果酒市场价格走势分析

第四节 2013-2014年重点城市低度果酒市场发展情况

第四章 2013-2014年中国低度果酒行业财务指标与供需情况分析

第一节 2013-2014年中国低度果酒行业经济运行主要特点

第二节 2013-2014年低度果酒行业财务指标分析

- 一、经营效益
- 二、盈利能力
- 三、运营能力

四、偿债能力

五、发展能力

第三节 2013-2014年全国低度果酒行业供给情况分析

一、全国低度果酒行业总产值分析

二、全国低度果酒行业产成品分析

三、各地区低度果酒行业供给情况分析

第四节 2013-2014年全国低度果酒行业需求情况分析

一、全国低度果酒行业销售产值分析

二、全国低度果酒行业销售收入分析

三、各地区低度果酒行业需求情况分析

四、全国低度果酒行业产销率分析

第五节 2013-2014年中国低度果酒行业进出口分析

一、行业出口分析

1、行业出口整体情况

2、行业出口产品结构

3、低度果酒行业出口前景及建议

二、行业进口分析

1、行业进口整体情况

2、行业进口产品结构

3、低度果酒行业进口前景及建议

第五章 低度果酒区域市场情况分析

第一节 华北地区

一、2013-2014年行业发展现状分析

二、2013-2014年市场需求情况分析

三、2013-2014年市场规模情况分析

四、2013-2014年行业竞争格局分析

五、2013-2014年消费者的偏好分析

六、2015-2020年行业发展趋势分析

第二节 东北地区

一、2013-2014年行业发展现状分析

二、2013-2014年市场需求情况分析

三、2013-2014年市场规模情况分析

四、2013-2014年行业竞争格局分析

五、2013-2014年消费者的偏好分析

六、2015-2020年行业发展趋势分析

第三节 华东地区

一、2013-2014年行业发展现状分析

二、2013-2014年市场需求情况分析

三、2013-2014年市场规模情况分析

四、2013-2014年行业竞争格局分析

五、2013-2014年消费者的偏好分析

六、2015-2020年行业发展趋势分析

第四节 华南地区

一、2013-2014年行业发展现状分析

二、2013-2014年市场需求情况分析

三、2013-2014年市场规模情况分析

四、2013-2014年行业竞争格局分析

五、2013-2014年消费者的偏好分析

六、2015-2020年行业发展趋势分析

第五节 中南地区

一、2013-2014年行业发展现状分析

二、2013-2014年市场需求情况分析

三、2013-2014年市场规模情况分析

四、2013-2014年行业竞争格局分析

五、2013-2014年消费者的偏好分析

六、2015-2020年行业发展趋势分析

第六节 西南地区

一、2013-2014年行业发展现状分析

二、2013-2014年市场需求情况分析

三、2013-2014年市场规模情况分析

四、2013-2014年行业竞争格局分析

五、2013-2014年消费者的偏好分析

六、2015-2020年行业发展趋势分析

第七节 西北地区

- 一、2013-2014年行业发展现状分析
- 二、2013-2014年市场需求情况分析
- 三、2013-2014年市场规模情况分析
- 四、2013-2014年行业竞争格局分析
- 五、2013-2014年消费者的偏好分析
- 六、2015-2020年行业发展趋势分析
- 第六章 中国低度果酒行业消费市场分析
 - 第一节 中国低度果酒消费者收入分析
 - 一、中国人口、人民生活分析
 - 二、2013-2014年消费者收入水平
 - 三、2014年消费者信心指数分析
 - 第二节 低度果酒行业产品目标客户群体调查
 - 一、不同收入水平消费者偏好调查
 - 二、不同年龄的消费者偏好调查
 - 三、不同地区的消费者偏好调查
 - 第三节 低度果酒市场消费需求分析
 - 一、低度果酒市场的消费需求变化
 - 二、低度果酒行业的需求情况分析
 - 三、2014年低度果酒品牌市场消费需求趋势
 - 第四节 低度果酒消费市场状况分析
 - 一、低度果酒行业消费特点
 - 二、低度果酒消费者分析
 - 三、低度果酒消费结构分析
 - 四、低度果酒消费的市场变化
 - 五、低度果酒市场的消费方向
 - 第五节 不同客户购买相关的态度及影响分析
 - 一、价格敏感程度
 - 二、品牌的影响
 - 三、购买方便的影响
 - 四、广告的影响程度
 - 五、包装的影响程度
 - 第六节 低度果酒行业产品的品牌市场调查

- 一、消费者对行业品牌认知度宏观调查
- 二、消费者对行业产品的品牌偏好调查
- 三、消费者对行业品牌的首要认知渠道
- 四、消费者经常购买的品牌调查
- 五、低度果酒行业品牌忠诚度调查
- 六、低度果酒行业品牌市场占有率调查
- 七、消费者的消费理念调研

第七章 低度果酒行业竞争格局与竞争策略分析

第一节 波特五力模型分析

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 行业集中度分析

- 一、市场集中度分析
- 二、企业集中度分析
- 三、区域集中度分析

第三节 2013-2014年低度果酒行业竞争格局分析

- 一、2013-2014年国内外低度果酒竞争分析
- 二、2013-2014年我国低度果酒市场竞争分析
- 三、2013-2014年我国低度果酒市场集中度分析
- 四、2015-2020年国内主要低度果酒企业动向
- 五、2014年国内低度果酒拟在建项目分析

第四节 低度果酒市场竞争策略分析

- 一、2014年低度果酒市场增长潜力分析
- 二、2014年低度果酒主要潜力品种分析
- 三、现有低度果酒产品竞争策略分析
- 四、典型企业品牌竞争策略分析

第五节 低度果酒企业竞争策略分析

- 一、低度果酒行业竞争格局的影响因素分析
- 二、2015-2020年我国低度果酒市场竞争趋势

三、2015-2020年低度果酒行业竞争策略分析

四、2015-2020年低度果酒企业竞争策略分析

第八章 主要低度果酒企业竞争分析

第一节 宁夏红枸杞产业集团有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2014年经营状况

四、2015-2020年发展战略

第二节 莆田绿森庄园酒业有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2014年经营状况

四、2015-2020年发展战略

第三节 伊春市忠芝大山王酒业有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2014年经营状况

四、2015-2020年发展战略

第四节 伊春市雪源饮品股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2014年经营状况

四、2015-2020年发展战略

第五节 安康圣桑农业科技有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2014年经营状况

四、2015-2020年发展战略

第六节 大兴安岭超越野生浆果加工有限责任公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2014年经营状况

四、2015-2020年发展战略

第七节 沾化县雁来红酿酒厂

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2014年经营状况

四、2015-2020年发展战略

第八节 吉林省林海雪原酿酒有限责任公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2014年经营状况

四、2015-2020年发展战略

第九节 伊春市鑫野实业有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2014年经营状况

四、2015-2020年发展战略

第十节 上海川果实业有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2014年经营状况

四、2015-2020年发展战略

第九章 低度果酒行业发展趋势与前景预测

第一节 我国低度果酒行业前景与机遇分析

一、我国低度果酒行业发展前景

二、我国低度果酒发展机遇分析

第二节 2015-2020年中国低度果酒市场趋势分析

一、2013-2014年低度果酒市场趋势总结

二、2015-2020年低度果酒市场发展空间

三、2015-2020年低度果酒产业政策趋向

四、2015-2020年低度果酒技术革新趋势

五、2015-2020年低度果酒价格走势分析

六、2015-2020年国际环境对行业的影响

七、2015-2020年低度果酒发展趋势分析

第三节 未来低度果酒需求与消费预测

一、2015-2020年低度果酒产品消费预测

二、2015-2020年低度果酒市场规模预测

三、2015-2020年低度果酒行业总产值预测

四、2015-2020年低度果酒行业销售收入预测

第四节 2015-2020年中国低度果酒行业供需预测

一、2015-2020年中国低度果酒供给预测

二、2015-2020年中国低度果酒需求预测

三、2015-2020年中国低度果酒供需平衡预测

四、2015-2020年中国低度果酒产品价格趋势

五、2015-2020年主要低度果酒产品进出口预测

第十章 低度果酒行业投资现状与投资环境分析

第一节 2013-2014年低度果酒行业投资情况分析

一、2014年总体投资及结构

二、2014年投资规模及增速

三、2014年分行业投资分析

四、2014年分地区投资分析

五、2014年外商投资情况

第二节 经济发展环境分析

一、我国宏观经济形势分析

二、2015-2020年投资趋势及其影响预测

第三节 政策法规环境分析

第四节 技术发展环境分析

一、2014年低度果酒技术发展分析

二、2015-2020年低度果酒技术发展趋势分析

第五节 社会发展环境分析

第十一章 低度果酒行业投资机会与风险分析

第一节 行业活力系数比较及分析

一、2014年相关产业活力系数比较

二、2013-2014行业活力系数分析

第二节 行业投资收益率比较及分析

一、2014年相关产业投资收益率比较

二、2013-2014行业投资收益率分析

第三节 低度果酒行业投资效益分析

一、2013-2014年低度果酒行业投资状况分析

二、2015-2020年低度果酒行业投资效益分析

三、2015-2020年低度果酒行业投资趋势预测

四、2015-2020年低度果酒行业的投资方向

五、2015-2020年低度果酒行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第四节 影响低度果酒行业发展的主要因素（SWOT分析）

一、2015-2020年影响低度果酒行业运行的有利因素分析

二、2015-2020年影响低度果酒行业运行的不利因素分析

三、2015-2020年我国低度果酒行业发展面临的挑战分析

四、2015-2020年我国低度果酒行业发展面临的机遇分析

第五节 低度果酒行业投资风险及控制策略分析

一、2015-2020年低度果酒行业市场风险及控制策略

二、2015-2020年低度果酒行业政策风险及控制策略

三、2015-2020年低度果酒行业经营风险及控制策略

四、2015-2020年低度果酒行业技术风险及控制策略

五、2015-2020年低度果酒行业同业竞争风险及控制策略

六、2015-2020年低度果酒行业其他风险及控制策略

第十二章 低度果酒行业投资战略研究

第一节 低度果酒行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国低度果酒品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

- 二、低度果酒实施品牌战略的意义
- 三、低度果酒企业品牌的现状分析
- 四、我国低度果酒企业的品牌战略
- 五、低度果酒品牌战略管理的策略
- 第三节 低度果酒经营策略分析
 - 一、低度果酒市场细分策略
 - 二、低度果酒市场创新策略
 - 三、饮料品牌定位与品类规划
 - 四、低度果酒新产品差异化战略
- 第四节 投资战略研究
 - 一、2014年低度果酒投资战略
 - 二、2014年低度果酒行业投资战略
 - 三、2015-2020年低度果酒行业投资战略

图表目录：

- 图表：低度果酒产业链分析
- 图表：全球低度果酒市场规模
- 图表：全球低度果酒生命周期
- 图表：2014年我国低度果酒行业主要经济指标
- 图表：2014年我国低度果酒出厂价格和消费价格月度涨幅
- 图表：2014年低度果酒销售收入中商华研分析
- 图表：2014年低度果酒销售收入增长趋势图
- 图表：2014年低度果酒不同规模企业销售额
- 图表：2014年低度果酒不同规模企业销售额对比图
- 图表：2014年低度果酒不同规模企业销售额对比图
- 图表：2014年1-9月低度果酒不同所有制企业销售额
- 图表：2014年低度果酒不同所有制企业销售额
- 图表：2014低度果酒不同所有制企业销售额对比图
- 图表：2014低度果酒利润总额
- 图表：2014年低度果酒利润总额增长趋势图
- 图表：2014低度果酒不同规模企业利润总额
- 图表：2014年低度果酒不同规模企业利润总额对比图

图表：2014年低度果酒不同所有制企业利润总额

图表：2014年低度果酒不同所有制企业利润总额对比图

图表：2013-2014年低度果酒资产总额

图表：2011-2014年低度果酒总资产增长趋势图

图表：2013-2014年低度果酒不同规模企业总资产

图表：2013-2014年低度果酒不同规模企业总资产对比图

图表：2013-2014年低度果酒不同所有制企业总资产

图表：2013-2014年低度果酒不同所有制企业总资产对比图

图表：2014年低度果酒亏损面

图表：2014年低度果酒亏损企业亏损总额

图表：2014年低度果酒销售毛利率趋势图

图表：2014年低度果酒成本费用率

图表：2014年低度果酒成本费用利润率趋势图

图表：2014年低度果酒销售利润率趋势图

图表：2014年低度果酒应收账款周转率对比图

图表：2014年低度果酒流动资产周转率对比图

图表：2014年低度果酒总资产周转率对比图

图表：2014年低度果酒资产负债率对比图

图表：2014年低度果酒利息保障倍数对比图

图表：2013-2014年中国低度果酒发展能力分析

图表：2013-2014年中国低度果酒竞争力分析

图表：低度果酒市场调查对象情况分析

图表：低度果酒消费者消费习惯调查

图表：消费者对低度果酒产品价格认同情况调查分析

图表：消费者购买渠道情况调查分析

图表：低度果酒消费者品牌状况调查分析

图表：2013-2014年中国消费者低度果酒品牌构成

图表：低度果酒消费者性别比例

图表：低度果酒消费者年龄分布

图表：低度果酒消费者购买频率分析

图表：低度果酒消费者购买低度果酒的规格

图表：低度果酒消费者购买低度果酒消费金额

图表：消费者低度果酒关注度调查分析

图表：影响消费者购买的因素调查分析

图表：2015-2020年中国低度果酒产能预测

图表：2015-2020年中国低度果酒消费量预测

图表：2015-2020年中国低度果酒市场前景预测

图表：2015-2020年中国低度果酒市场价格走势预测

图表：2015-2020年中国低度果酒发展前景预测

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/246914.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景；

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴；

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度, 众多新老客户。