

2017-2022年中国果醋行业市场运营态势及投资前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国果醋行业市场运营态势及投资前景预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/291980.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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、报告目录及图表目录

果醋是以水果或果品加工下脚料为主要原料，经发酵酿制而成的酸味饮品。果醋富含十种以上的营养成分，是集营养、食疗、保健为一体的新型饮品。虽然果醋在中国已有千年的历史，但作为现代产品生产仅有十几年的时间。在中国，有果醋饮料生产企业一百多家，遍布二十多个省、市、自治区，但主要位于河南、广东两省。果醋企业大多数为中小型企业，但销量、利润等却集中在少数几家大型果醋生产企业身上。全国排名前三位的果醋企业分别是：广东天地壹号、沈阳麦金利和驻马店原创。近年来，果醋饮料的年产量和销售量都在持续增加，但年利润却在逐年减少。

2000年，果醋饮料正式出现在中国市场上，中国第一家果醋生产企业——沈阳麦金利食品制造有限公司。时至今日，十多年间，国内果醋饮料生产企业大大小小已有数百余家，其中符合国家标准的正规果醋饮料生产企业只有四五十家，分别是：沈阳麦金利、广东天地壹号、佛山海天、江苏恒顺、灵宝远村、焦作苗宇、山西紫晨、湖南长康、郑州大自然、郑州快乐搭档、郑州绿之缘、驻马店原创、洛阳尚品、北京乐天华邦、北京三木堂、沈阳福源、烟台科裕、烟台金波、商丘宏伟、潍坊嘉豪、珠海樱花、浙江月月有礼、广州节节高、临沂史氏、运城风陵渡、蒲城鼎丰、宁夏金彤等。果醋饮料生产企业分布很广，遍布全国，但主要位于河南和广东两省，尤其是河南省，因为是粮食和水果的产量大省，因此成为果醋的主要生产基地，大约有40~50家果醋饮料生产企业。果醋饮料企业的全国分布如图所示：

虽然从企业数量上看，果醋企业众多，但大多数均为中小型果醋饮料生产企业。著名的果醋饮料生产企业不足十余家。虽然有像广东天地壹号、佛山海天、江苏恒顺、灵宝远村、焦作苗宇、驻马店原创等几家大型果醋生产企业，但是这些企业并不是单纯的果醋饮料生产企业，还同时生产其他醋类相关产品，而且果醋饮料的生产比重不大，并不是该企业的支柱产品。

果醋饮料生产企业还是主要以中小型生产企业为主。这些企业的年产能约为5千吨，实际年产量只占年产能的20%~30%，约1千吨，而月产量在1百吨左右。企业生产机器自动化程度不高，生产的果醋产品品种较为单一。企业大约有员工70~80人，员工变动较大，企业员工中技术人员所占比例较小，大多数为销售人员，但销售实力较弱。企业的销售渠道较为狭窄和固定，主要销售对象为老客户。

2010年我国果醋行业产量约7.2万吨，果醋饮料产量约30亿瓶，到2014年我国果醋行业产量达到14.6万吨，果醋饮料产量约73亿瓶。2015年我国果醋行业产量约17.8万吨，90亿瓶。近几年我国果醋行业产量情况如下图所示：

2010-2015年中国果醋行业产量情况

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市

场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

- 第一章 2015年世界果醋行业整体运营状况分析1
 - 第一节 2015年世界果醋行业发展环境浅析1
 - 一、全球经济景气度分析1
 - 二、食品饮料制造业运行状况4
 - 三、欧洲规定果醋商品应标明其成分5
 - 四、世界水果产业分析5
 - 第二节 2015年世界果醋行业市场格局7
 - 一、世界果醋市场特征分析7
 - 二、世界主要果醋品牌综述7
 - 三、世界果醋市场发展动态分析10
 - 四、欧美果醋市场风靡12
 - 第三节 2015年日本果醋市场分析12
 - 一、果醋——健康食品发展不断推陈出新12
 - 二、近几年日本果醋市场产销形势13
 - 三、日本高档醋的需求量剧增13
 - 四、黑醋为代表的保健醋异军突起13
 - 五、日本果醋企业状况14
 - 六、日本果醋市场价格分析15
 - 七、日本果醋产业未来发展方向17
 - 第四节 2017-2022年世界果醋行业发展趋势分析17
- 第二章 2015年中国果醋行业市场运行态势剖析20
 - 第一节 2015年中国果醋加工产业运行总况20
 - 一、果醋饮料行业特点20
 - 二、果醋加工所处发展阶段21
 - 三、行业健康发展引关注21
 - 四、果醋加工生产企业生存状况分析22
 - 五、中国果醋加工项目分析23
 - 第二节 2015年中国果醋加工技术与工艺研究24
 - 一、果醋的主要加工工艺研究进展24
 - 二、苹果醋的制作流程简述26

三、柑桔果醋的生产技术27

四、野生酸枣果醋的生产方法探究29

第三节 2015年中国果醋产业热点问题探讨31

一、中国果醋饮料行业目前非常不规范31

二、调味品与饮料混淆32

三、定位模糊，焦点涣散32

第三章 2010-2015年中国果醋加工制造行业数据监测分析34

第一节 2010-2015年中国果醋加工制造行业规模分析34

一、企业数量增长分析34

二、从业人数增长分析35

三、资产规模增长分析35

第二节 2015年中国果醋加工制造行业结构分析36

一、企业数量结构分析36

1、不同类型分析36

2、不同所有制分析36

二、销售收入结构分析37

1、不同类型分析37

2、不同所有制分析37

第三节 2010-2015年中国果醋加工制造行业产值分析38

一、产成品增长分析38

二、工业销售产值分析38

三、出口交货值分析39

第四节 2010-2015年中国果醋加工制造行业成本费用分析39

一、销售成本统计39

二、费用统计40

第五节 2010-2015年中国果醋加工制造行业盈利能力分析41

一、主要盈利指标分析41

二、主要盈利能力指标分析41

第四章 2015年中国果醋市场深度聚焦42

第一节 2015年中国果醋市场综述42

一、果醋饮料市场发展迅猛格局初现42

二、中国果醋市场规模及增长43

……

从目前来看，随着行业的日渐成熟发展，全国果醋市场已经开始呈现出一定的行业分布格局。目前，全国果醋饮料品牌叫得上名字的有近50多种，主要集中分布在广东、江苏、沈阳、河南四个地区，但广东市场则是主要核心，占据全国市场近70%的市场。

2014年我国果醋行业消费量达到13.9万吨，果醋行业市场规模约12.99亿元，2015年达到了14.39亿元。近几年我国果醋行业市场规模情况如下图所示：

2010-2015年中国果醋行业市场规模情况

随着国内果醋行业的不断扩大，果醋饮料行业飞速发展，2015年我国果醋饮料行业市场规模达到了34.2亿元，同比2014年的28.7亿元增长了19.2%，近几年我国果醋饮料行业市场规模情况如下图所示：

2010-2015年我国果醋饮料行业市场规模情况

.....

三、中国果醋饮料市场消费现状45

第二节 2015年中国果醋市场价格分析46

一、中国果醋市场品牌价格情况46

二、中国果醋与其它同类产品价格对比48

第三节 2015年中国果醋区域市场分析48

一、重庆“果醋减肥”成为女性时尚潮流48

二、广东果醋饮料行业蓄势待发49

三、河南果醋行业的生存现状及发展建议49

四、河南果醋业在产品形象与销售渠道上实现突破51

第五章 2014年中国果醋市场细分市场剖析53

第一节 苹果醋53

第二节 葡萄醋54

第三节 香蕉果醋54

第四节 柠檬醋55

第五节 草莓醋55

第六节 酸梅醋56

第七节 猕猴桃醋56

第八节 樱桃醋56

第九节 番茄醋56

第十节 其它57

一、玫瑰醋57

二、果冻醋57

三、菊花醋57

四、酸奶醋57

第六章 2015年中国果醋市场营销解析59

第一节 饮料营销发展概述59

一、国内饮料营销的五大派系59

二、饮料行业销售渠道探讨60

三、饮料营销策略探索63

四、饮料业网络营销战略分析66

第二节 2015年中国果醋市场营销定位分析69

一、功能定位分析69

二、价格定位分析69

三、营销买点定位分析（“美容”、“减肥”、“健康”、“时尚”）70

第三节 2014年中国果醋市场营销状况分析71

一、果醋饮料营销模式亟待突破创新71

二、我国果醋饮料市场营销的多元化75

三、汇源果汁醋市场营销案例解析75

四、我国果醋饮料行业广告投放情况分析85

五、我国果醋企业品牌营销运作存在的问题及对策86

第四节 软饮料市场的差异化营销策略分析88

一、产品差异化策略分析88

二、品牌形象差异化策略分析90

三、促销差异化策略分析92

四、中国软饮料市场的差异化营销策略的误区与风险93

五、中国软饮料市场差异化营销策略的建议95

第七章 2015年中国果醋市场竞争格局透析98

第一节 2015年中国果醋行业竞争总况98

一、果醋饮料市场竞争激烈陷国标困局98

二、果醋品牌竞争99

三、价格竞争分析101

四、营销方式竞争分析101

第二节 2015年中国果醋行业集中度分析103

一、市场集中度分析103

二、生产企业的集中分布103

第三节 中国果醋提升竞争力策略分析105

第四节 2015-2022年中国果醋行业竞争趋势分析106

第八章 2017-2022年中国果醋行业发展趋势与前景展望109

第一节 2017-2022年中国果醋行业发展前景分析109

一、中国软饮料行业发展优势及空间分析109

二、2017-2022年中国软饮料制造行业预测分析110

三、未来软饮料业将步入重构时期111

四、我国西部软饮料市场增长潜力巨大112

五、谷物饮料成饮料行业发展新趋势113

第二节 2017-2022年中国果醋行业市场预测分析114

一、我国果醋饮料市场规模及增长预测114

二、国内苹果醋市场发展趋势114

三、葡萄果醋行业未来发展方向115

第三节 2017-2022年中国果醋市场盈利预测分析116

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/291980.html>