

# 2014-2019年中国果醋市场 深度调研与投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

## 报告报价

《2014-2019年中国果醋市场深度调研与投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/yinliao1403/383827G8XO.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2014-03-06

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

## 报告说明:

博思数据发布的《2014-2019年中国果醋市场深度调研与投资前景研究报告》共十四章。首先介绍了世界果醋行业整体运营状况、中国果醋行业市场发展环境，接着分析了中国果醋行业市场运行的现状，然后介绍了中国果醋市场竞争格局。随后，报告对中国果醋行业做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国果醋行业发展趋势与投资预测。您若想对果醋产业有个系统的了解或者想投资果醋行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

果醋饮料被誉为“第四代饮料”，据称具有美容养颜、软化血管、促进消化等很多保健功效。然而，可能是由于果醋这东西太时尚了，目前其在饮料市场的占有率并不是很高，尚不能进入主流饮品行列。而且，同样因为是新兴产品，果醋市场当下还存在品牌众多、价格混乱、产品质量水平低下等行业性问题。总之，果醋市场如今就像有人评价其口感一样，有点酸溜溜的、怪怪的。

果醋市场真正规范起来，现在首先要解决的问题，还是要让那些有实力的大企业们彼此达成妥协，别再为了一己之利吃太多的醋。要知道，只有有关果醋的各类标准尽早完善，行业中的非法行为才能得到遏制，品牌芜杂、低价竞争的市场状况才能得以改善，整个行业的发展才能健康有序，也只有这样，大企业、大品牌才能免受乱市之害，获得更好更大的发展机会。

## 第一章 2013年世界果醋行业整体运营状况分析

### 第一节 2013年世界果醋行业发展环境浅析

- 一、全球经济景气度分析
- 二、食品饮料制造业运行状况
- 三、欧洲规定果醋商品应标明其成分
- 四、世界水果产业分析

### 第二节 2013年世界果醋行业市场格局

- 一、世界果醋市场特征分析
- 二、世界主要果醋品牌综述
- 三、世界果醋市场发展动态分析
- 四、欧美果醋市场风靡

### 第三节 2013年日本果醋市场分析

- 一、果醋——健康食品发展不断推陈出新
- 二、近几年日本果醋市场产销形势

- 三、日本高档醋的需求量剧增
  - 四、黑醋为代表的保健醋异军突起
  - 五、日本果醋企业状况
  - 六、日本果醋市场价格分析
  - 七、日本果醋产业未来发展方向
- #### 第四节 2014-2019年世界果醋行业发展趋势分析

## 第二章 2013年中国果醋行业市场发展环境解析

### 第一节 国内宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2014年中国宏观经济发展预测分析

### 第二节 2013年中国果醋市场政策环境分析

- 一、七大措施搞活流通扩大消费政策解析
- 二、果醋国标的征求意见稿
- 三、法律法规

### 第三节 2013年中国果醋市场社会环境分析

## 第三章 2013年中国果醋行业市场运行态势剖析

### 第一节 中国果醋加工产业运行总况

- 一、果醋饮料行业特点
- 二、果醋加工所处发展阶段
- 三、行业健康发展引关注
- 四、果醋加工生产企业生存状况分析
- 五、中国果醋加工项目分析

### 第二节 2013年中国果醋加工技术与工艺研究

- 一、果醋的主要加工工艺研究进展
- 二、苹果醋的制作流程简述
- 三、柑桔果醋的生产技术
- 四、野生酸枣果醋的生产方法探究

### 第三节 2013年中国果醋产业热点问题探讨

- 一、中国果醋饮料行业目前非常不规范

- 二、调味品与饮料混淆
- 三、定位模糊，焦点涣散

#### 第四章 2011-2013年中国果醋加工制造行业数据监测分析

##### 第一节 2011-2013年中国果醋加工制造行业总体数据分析

- 一、2011年中国果醋加工制造行业全部企业数据分析
- 二、2012年中国果醋加工制造行业全部企业数据分析
- 三、2013年中国果醋加工制造行业全部企业数据分析

##### 第二节 2011-2013年中国果醋加工制造行业不同规模企业数据分析

- 一、2011年中国果醋加工制造行业不同规模企业数据分析
- 二、2012年中国果醋加工制造行业不同规模企业数据分析
- 三、2013年中国果醋加工制造行业不同规模企业数据分析

##### 第三节 2011-2013年中国果醋加工制造行业不同所有制企业数据分析

- 一、2011年中国果醋加工制造行业不同所有制企业数据分析
- 二、2012年中国果醋加工制造行业不同所有制企业数据分析
- 三、2013年中国果醋加工制造行业不同所有制企业数据分析

#### 第五章 2013年中国果醋市场深度聚焦

##### 第一节 2013年中国果醋市场综述

- 一、果醋饮料市场发展迅猛格局初现
- 二、中国果醋市场规模及增长
- 三、中国果醋饮料市场消费现状

##### 第二节 2013年中国果醋市场价格分析

- 一、中国果醋市场品牌价格同比
- 二、中国果醋与其它同类产品价格同比

##### 第三节 中国果醋区域市场分析

- 一、重庆“果醋减肥”成为女性时尚潮流
- 二、广东果醋饮料行业蓄势待发
- 三、河南果醋行业的生存现状及发展建议
- 四、河南果醋业在产品形象与销售渠道上实现突破

#### 第六章 2013年中国果醋市场细分市场剖析

- 第一节 苹果醋
- 第二节 葡萄醋
- 第三节 香蕉果醋
- 第四节 柠檬醋
- 第五节 草莓醋
- 第六节 酸梅醋
- 第七节 猕猴桃醋
- 第八节 樱桃醋
- 第九节 番茄醋
- 第十节 其它
  - 一、玫瑰醋
  - 二、果冻醋
  - 三、菊花醋
  - 四、酸奶醋

## 第七章 2013年中国果醋市场营销解析

### 第一节 饮料营销发展概述

- 一、国内饮料营销的五大派系
- 二、饮料行业销售渠道探讨
- 三、饮料营销策略探索
- 四、饮料业网络营销战略分析

### 第二节 2013年中国果醋市场营销定位分析

- 一、功能定位分析
- 二、价格定位分析
- 三、营销买点定位分析（&ldquo;美容&rdquo;、&ldquo;减肥&rdquo;、&ldquo;健康&rdquo;、&ldquo;时尚&rdquo;）

### 第三节 2013年中国果醋市场营销状况分析

- 一、果醋饮料营销模式亟待突破创新
- 二、我国果醋饮料市场营销的多元化
- 三、汇源果汁醋市场营销案例解析
- 四、我国果醋饮料行业广告投放情况分析
- 五、我国果醋企业品牌营销运作存在的问题及对策

## 第四节 软饮料市场的差异化营销策略分析

- 一、产品差异化策略分析
- 二、品牌形象差异化策略分析
- 三、促销差异化策略分析
- 四、中国软饮料市场的差异化营销策略的误区与风险
- 五、中国软饮料市场差异化营销策略的建议

## 第八章 2013年中国果醋市场竞争格局透析

### 第一节 2013年中国果醋行业竞争总况

- 一、果醋饮料市场竞争激烈陷国标困局
- 二、果醋品牌竞争
- 三、价格竞争分析
- 四、营销方式竞争分析

### 第二节 2013年中国果醋行业集中度分析

- 一、市场集中度分析
- 二、生产企业的集中分布

### 第三节 中国果醋提升竞争力策略分析

### 第四节 2014-2019年中国果醋行业竞争趋势分析

## 第九章 2013年中国果醋替代产品竞争分析

### 第一节 果汁

- 一、中国果汁饮料行业发展概况
- 二、果汁行业发展态势良好
- 三、饮料新规助推果汁产业健康发展
- 四、果汁饮料市场的发展特点
- 五、果汁饮料市场逐渐走向细分

### 第二节 乳饮料

- 一、我国乳饮市场竞争格局
- 二、乳饮料的市场创新
- 三、乳饮料产品市场定位分析
- 四、果粒酸乳饮料成市场热点
- 五、乳饮料市场发展趋势分析

## 第十章 2013年中国果醋优势生产企业竞争力及关键性数据分析

### 第一节 汇源集团公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

### 第二节 广东天地壹号饮料有限公司

- 一、公司简介
- 二、天地壹号保持果醋行业领先地位
- 三、天地壹号加速国内果醋市场扩张步伐
- 四、天地壹号推出国内首款罐装果醋饮料

### 第三节 沈阳麦金利食品制造有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

### 第四节 养生堂

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

### 第五节 乐天华邦（北京）饮料有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析



五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节 维嘉思食品饮料有限公司（华生堂）

一、公司简介

二、维嘉思公司倾力打造果醋品牌“华生堂”

三、维嘉思公司推出新一代苹果醋升级产品

第六节 河南天方原创食品股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第七节 其它

一、驻马店市奇哥食品有限公司

二、周口百吉利食品有限公司

三、山西太子湖食品有限公司

四、陕西祥云实业有限责任公司

五、河南省淼雨饮品有限公司

六、承德红源果业有限公司

七、河南世锦生物工程有限公司

第十一章 2013年中国果酸上游关联产业分析——水果产业分析

第一节 2013年中国水果产业概况

一、水果产业是我国农业的第三大支柱

二、水果产业的加工能力

第二节 中国水果直销市场分析

一、市场供给

1、应季水果

2、反季水果

二、消费能力

三、仓储能力

## 第十二章 2013年国内外软饮料产业运行分析

### 第一节 全球软饮料市场概况

- 一、全球各国饮料市场发展概况
- 二、全球软饮料业寻找新出路
- 三、全球软饮料巨头发展简析
- 四、国际软饮料业新流行产品
- 五、西方低糖软饮料发展时机已成熟

### 第二节 中国软饮料行业发展概况

- 一、中国软饮料制造行业相关经济数据分析
- 二、2011-2013年软饮料产量数据分析
- 三、我国软饮料市场发展格局分析

### 第三节 软饮料行业安全与健康

- 一、食品饮料行业面对健康和赢利难以选择
- 二、食品饮料业面临安全考验
- 三、迫切建立食品饮料安全保障体系
- 四、管理问题是中国饮料行业发展的重要问题

### 第四节 中国软饮料行业面临的挑战及对策

- 一、中国“饮料”企业将面临八大考验
- 二、国内企业应对品牌竞争对策
- 三、中国饮料企业攻克技术壁垒的途径

## 第十三章 2014-2019年中国果醋行业发展趋势与前景展望分析

### 第一节 2014-2019年中国果醋行业发展前景分析

- 一、中国软饮料行业发展优势及空间分析
- 二、2014-2019年中国软饮料制造行业预测分析
- 三、未来软饮料业将步入重构时期
- 四、我国西部软饮料市场增长潜力巨大
- 五、谷物饮料成饮料行业发展新趋势

### 第二节 2014-2019年中国果醋行业市场预测分析

- 一、我国果醋饮料市场规模及增长预测
- 二、国内苹果醋市场发展趋势
- 三、葡萄果醋行业未来发展方向

### 第三节 2014-2019年中国果醋市场盈利预测分析

## 第十四章 2014-2019年中国果醋市场投资前景预测分析

### 第一节 2014-2019年中国果醋行业投资环境分析

#### 第二节 2014-2019年中国饮料产业投资周期分析

##### 一、经济周期

##### 二、增长性与波动性

##### 三、成熟度分析

### 第三节 2014-2019年中国果醋行业投资机会分析

##### 一、果醋市场投资潜力

##### 二、产业链投资热点研究

### 第四节 2014-2019年中国果醋行业投资风险预警

##### 一、宏观调控政策风险

##### 二、市场竞争风险

##### 三、原料供给风险

##### 四、市场运营机制风险

### 第五节 博思数据投资建议

#### 图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2013年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2013年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2014年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2014年中国GDP增速预测

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家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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/yinliao1403/383827G8XO.html>