

2025-2030年中国果酒行业发展前景预测与投资战略规划分析报告

目 录

CONTENTS

——综述篇——

第1章：果酒行业综述及数据来源说明

1.1 果酒行业界定

- 1.1.1 果酒的概念与定义
- 1.1.2 果酒的性质与特征
- 1.1.3 果酒所处行业

1.2 果酒行业分类

1.3 本报告研究范围界定说明

1.4 果酒行业市场监管&标准体系

- 1.4.1 果酒行业监管体系及机构职能
 - 1、果酒行业监管体系
 - 2、中国果酒行业主管部门
- 1.4.2 果酒行业标准体系及建设进程（国家/地方/行业/团体/企业标准）
 - 1、果酒行业标准体系框架
 - 2、果酒行业现行&即将实施标准汇总

1.5 本报告数据来源及统计标准说明

- 1.5.1 本报告权威数据来源
- 1.5.2 本报告研究方法 & 统计标准说明

——现状篇——

第2章：中国果酒行业发展现状及市场痛点

2.1 中国果酒行业发展历程

2.2 中国果酒行业技术进展

- 2.2.1 果酒行业科研投入（力度及强度）
 - 1、果酒研发力度
 - 2、果酒研发强度
- 2.2.2 果酒行业科研创新（专利与转化）
 - 1、专利申请和公开数量
 - 2、专利热门技术
 - 3、专利申请人排名
- 2.2.3 果酒行业关键技术（现状与发展）
 - 1、果酒制造关键技术
 - (1) 菌种
 - (2) 多菌株混合发酵技术
 - (3) 降酸技术
 - (4) 澄清技术
 - 2、果酒制造新技术
- 2.2.4 果酒行业技术路线（工艺与流程）
- 2.2.5 新一代信息技术在果酒行业中的应用
- 2.2.6 行业技术最新进展分析

2.3 中国果酒行业市场特性

- 2.3.1 区域性特征
- 2.3.2 季节性特征
- 2.3.3 周期性特征

2.4 中国果酒行业市场主体

- 2.4.1 果酒行业市场主体类型
- 2.4.2 果酒行业企业入场方式
- 2.4.3 果酒行业市场主体数量
- 2.4.4 果酒注册/在业/存续企业

2.5 中国果酒行业市场供给分析

- 2.5.1 果酒行业市场供给能力
- 2.5.2 果酒行业市场供给水平

- 2.6 中国果酒行业市场需求分析
 - 2.6.1 果酒市场需求现状分析
 - 2.6.2 果酒市场行情走势分析
- 2.7 中国果酒行业市场规模体量
- 2.8 中国果酒行业市场发展痛点
- 第3章：中国果酒行业市场竞争及投资并购
 - 3.1 中国果酒行业市场竞争布局状况
 - 3.1.1 中国果酒行业竞争者入场进程
 - 3.1.2 中国果酒行业竞争者省市分布热力图
 - 3.2 中国果酒行业市场竞争格局分析
 - 3.2.1 中国果酒行业企业竞争集群
 - 3.2.2 中国果酒行业企业竞争格局分析
 - 3.2.3 中国果酒行业市场集中度分析
 - 3.3 中国果酒全球市场竞争力&企业全球化布局
 - 3.4 中国果酒行业波特五力模型分析
 - 4.4.1 中国果酒行业供应商的议价能力
 - 4.4.2 中国果酒行业消费者议价能力分析
 - 4.4.3 中国果酒行业潜在进入者威胁分析
 - 4.4.4 中国果酒行业替代品威胁分析
 - 4.4.5 中国果酒行业现有企业竞争分析
 - 4.4.6 中国果酒行业竞争状态总结
 - 3.5 中国果酒行业投融资&并购重组&上市情况
 - 3.5.1 中国果酒行业投融资状况
 - 1、中国果酒行业投融资概述（资金来源及投融资主体）
 - （1）果酒行业资金来源
 - （2）果酒行业投融资主体构成
 - 2、中国果酒行业投融资汇总
 - 3、中国果酒行业投融资规模
 - 4、中国果酒行业投融资解读（热门领域/融资轮次/对外投资等）
 - （1）融资轮次分析
 - （2）融资区域分析
 - 3.5.2 中国果酒行业兼并与重组
 - 3.5.3 中国果酒行业IPO动态
- 第4章：果酒产业链全景及配套产业发展
 - 4.1 果酒产业链结构梳理
 - 4.2 果酒产业链生态图谱
 - 4.3 果酒产业链区域热力图
 - 4.4 果酒行业成本投入结构
 - 4.5 果酒原材料市场简析
 - 4.5.1 果酒原材料概述
 - 4.5.2 中国水果种植业发展
 - 4.5.3 中国水果产销规模
 - 1、中国水果产量
 - 2、中国水果产量区域格局
 - 3、中国水果表观消费量
 - 4.5.4 中国水果进出口状况
 - 4.5.5 中国果酒添加剂市场概况
 - 1、果酒添加剂类型
 - 2、果酒添加剂市场
 - 4.6 果酒包装市场简析
 - 4.6.1 果酒包装概述
 - 4.6.2 果酒包装发展现状
 - 4.6.3 果酒包装发展趋势
 - 4.7 果酒生产设备/生产线市场简析
 - 4.7.1 果酒生产设备/生产线概述
 - 4.7.2 果酒生产设备企业
 - 4.7.3 果酒生产设备/生产线发展趋势
 - 4.8 配套产业布局对果酒行业的影响总结
- 第5章：中国果酒行业细分产品市场分析

- 5.1 中国果酒行业细分市场概况
 - 5.2 果酒细分市场：发酵果酒
 - 5.2.1 发酵果酒概述
 - 5.2.2 发酵果酒市场简析
 - 1、葡萄酒
 - 2、其他发酵果酒
 - 5.2.3 发酵果酒发展趋势
 - 5.3 果酒细分市场：蒸馏果酒
 - 5.3.1 蒸馏果酒概述
 - 5.3.2 蒸馏果酒市场简析
 - 5.3.3 蒸馏果酒发展趋势
 - 5.4 果酒细分市场：配制果酒
 - 5.4.1 配制果酒概述
 - 5.4.2 配制果酒市场简析
 - 5.4.3 配制果酒发展趋势
 - 5.5 果酒细分市场：特种果酒
 - 5.5.1 特种果酒概述
 - 5.5.2 特种果酒市场简析
 - 5.5.3 特种果酒发展趋势
 - 5.6 中国果酒行业细分市场战略地位分析
- 第6章：中国果酒行业消费市场发展状况**
- 6.1 中国果酒行业消费场景及目标市场分析
 - 6.1.1 果酒市场定位
 - 1、市场定位概念
 - 2、市场定位策略
 - 6.1.2 果酒消费场景（使用场景&需求场景/消费场景）
 - 6.1.3 果酒目标市场
 - 1、目标市场的选择
 - 2、目标市场营销策略
 - 6.2 中国果酒行业消费行为特征总结
 - 6.2.1 消费者年龄特征
 - 6.2.2 消费者性别特征
 - 6.2.3 消费者产品偏好
 - 6.2.4 消费者功能需求
 - 6.3 中国果酒行业销售渠道发展分析
 - 6.3.1 中国果酒行业销售渠道分布状况
 - 6.3.2 中国果酒行业线上电商发展分析
 - 1、线上电商渠道发展概况
 - 2、B2C电商渠道发展现状
 - 3、直播电商渠道发展现状
 - 4、社交电商渠道发展现状
 - 6.3.3 中国果酒行业线下渠道发展分析
 - 1、线下渠道发展概况
 - 2、商超渠道发展现状
 - 3、餐饮渠道
 - 4、专卖店渠道
 - 6.4 中国果酒行业细分消费市场战略地位分析
 - 6.5 中国果酒行业市场营销策略分析
 - 6.5.1 中国果酒营销策略类型
 - 1、概念化营销策略
 - 2、个性化营销策略
 - 3、差异化营销策略
 - 4、文化营销策略
 - 6.5.2 中国果酒行业常见营销策略
 - 6.5.3 中国果酒市场营销案例分析
 - 6.6 中国果酒行业营销渠道布局状况
 - 6.7 中国果酒行业31省市发展格局分析
 - 6.8 中国果酒产业重点区域市场分析——四川省
 - 6.8.1 四川省果酒行业发展环境

- 1、政策环境
- 2、社会环境
 - (1) 水果种植情况
 - (2) 饮酒习惯
- 6.8.2 四川省果酒行业发展现状
- 6.8.3 四川省果酒行业竞争状况
- 6.8.4 四川省果酒行业发展趋势

第7章：中国果酒企业业务布局案例解析

7.1 中国果酒主要企业布局梳理

7.2 中国果酒主要企业案例分析（不分先后，可定制）

- 7.2.1 重庆江小白酒业有限公司——梅见（青梅酒）
 - 1、企业发展历程&基本信息
 - (1) 企业发展历程
 - (2) 企业基本信息
 - (3) 企业股权结构
 - 2、企业业务架构&经营情况
 - 3、企业果酒品牌及产品详情
 - 4、企业果酒营销及销售渠道
 - 5、企业果酒定位及市场竞争
 - 6、企业果酒布局战略&优劣势
- 7.2.2 中国贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司——UMEET悠蜜（蓝莓酒）
 - 1、企业发展历程&基本信息
 - (1) 企业发展历程
 - (2) 企业基本信息
 - (3) 企业股权结构
 - 2、企业业务架构&经营情况
 - (1) 企业整体业务架构
 - (2) 企业整体经营情况
 - 3、企业果酒品牌及产品详情
 - 4、企业果酒营销及销售渠道
 - 5、企业果酒定位及市场竞争
 - 6、企业果酒布局战略&优劣势
- 7.2.3 泸州老窖集团有限责任公司——桃花醉
 - 1、企业发展历程&基本信息
 - (1) 企业发展历程
 - (2) 企业基本信息
 - (3) 企业股权结构
 - 2、企业业务架构&经营情况
 - (1) 企业整体业务架构
 - (2) 企业整体经营情况
 - 3、企业果酒品牌及产品详情
 - 4、企业果酒营销及销售渠道
 - 5、企业果酒定位及市场竞争
 - 6、企业果酒布局战略&优劣势
- 7.2.4 山东尚美健康产业技术发展有限公司——黑尚莓（树莓酒及白兰地）
 - 1、企业发展历程&基本信息
 - (1) 企业发展历程
 - (2) 企业基本信息
 - (3) 企业股权结构
 - 2、企业业务架构&经营情况
 - 3、企业果酒品牌及产品详情
 - 4、企业果酒营销及销售渠道
 - 5、企业果酒定位及市场竞争
 - 6、企业果酒布局战略&优劣势
- 7.2.5 宁夏红枸杞产业集团有限公司——宁夏红
 - 1、企业发展历程&基本信息
 - 2、企业业务架构&经营情况
 - 3、企业果酒品牌及产品详情
 - 4、企业果酒营销及销售渠道

- 5、企业果酒定位及市场竞争
- 6、企业果酒布局战略&优劣势
- 7.2.6 北京醉鹅娘酒业有限公司——醉鹅娘
 - 1、企业发展历程&基本信息
 - (1) 企业发展历程
 - (2) 企业基本信息
 - (3) 企业股权结构
 - 2、企业业务架构&经营情况
 - 3、企业果酒品牌及产品详情
 - 4、企业果酒营销及销售渠道
 - 5、企业果酒定位及市场竞争
 - 6、企业果酒布局战略&优劣势
- 7.2.7 格英（上海）品牌管理有限公司——Miss Berry贝瑞甜心
 - 1、企业发展历程&基本信息
 - (1) 企业发展历程
 - (2) 企业基本信息
 - (3) 企业股权结构
 - 2、企业业务架构&经营情况
 - 3、企业果酒品牌及产品详情
 - 4、企业果酒营销及销售渠道
 - 5、企业果酒定位及市场竞争
 - 6、企业果酒布局战略&优劣势
- 7.2.8 上海贵酒股份有限公司——十七光年
 - 1、企业发展历程&基本信息
 - (1) 企业发展历程
 - (2) 企业基本信息
 - (3) 企业股权结构
 - 2、企业业务架构&经营情况
 - (1) 企业整体业务架构
 - (2) 企业整体经营情况
 - 3、企业果酒品牌及产品详情
 - 4、企业果酒营销及销售渠道
 - 5、企业果酒定位及市场竞争
 - 6、企业果酒布局战略&优劣势
- 7.2.9 北京落饮酒业有限公司——落饮
 - 1、企业发展历程&基本信息
 - (1) 企业发展历程
 - (2) 企业基本信息
 - (3) 企业股权结构
 - 2、企业业务架构&经营情况
 - 3、企业果酒品牌及产品详情
 - 4、企业果酒营销及销售渠道
 - 5、企业果酒定位及市场竞争
 - 6、企业果酒布局战略&优劣势
- 7.2.10 广东十二岭酒业有限公司——十二岭
 - 1、企业发展历程&基本信息
 - (1) 企业发展历程
 - (2) 企业基本信息
 - (3) 企业股权结构
 - 2、企业业务架构&经营情况
 - 3、企业果酒品牌及产品详情
 - 4、企业果酒营销及销售渠道
 - 5、企业果酒定位及市场竞争
 - 6、企业果酒布局战略&优劣势

——展望篇——

第8章：中国果酒行业发展环境洞察&SWOT分析

8.1 中国果酒行业经济（Economy）环境分析

- 8.1.1 中国宏观经济发展现状
 - 1、中国GDP增长情况

- 2、中国三次产业结构
- 3、中国工业经济增长情况
- 8.1.2 中国宏观经济发展展望
- 8.1.3 中国果酒行业发展与宏观经济相关性分析
- 8.2 中国果酒行业社会（Society）环境分析**
- 8.2.1 中国果酒行业社会环境分析
 - 1、中国人口规模及增速
 - 2、中国居民人均可支配收入
 - 3、中国居民消费结构
 - 4、中国居民健康关注度提升
- 8.2.2 社会环境对果酒行业发展的影响分析
- 8.3 中国果酒行业政策（Policy）环境分析**
- 8.3.1 国家层面果酒行业政策规划汇总及解读（指导类/支持类/限制类）
- 8.3.2 31省市果酒行业政策规划汇总及解读（指导类/支持类/限制类）
- 8.3.3 《中国酒业“十四五”发展指导意见》对果酒行业发展的影响
- 8.3.4 政策环境对果酒行业发展的影响分析
- 8.4 中国果酒行业SWOT分析（优势/劣势/机会/威胁）**
- 第9章：中国果酒行业市场前景及发展趋势分析**
- 9.1 中国果酒行业发展潜力评估
- 9.2 中国果酒行业未来关键增长点分析
 - 9.2.1 女性消费市场崛起
 - 9.2.2 配制果酒市场潜力大
- 9.3 中国果酒行业发展前景预测（未来5年预测）
- 9.4 中国果酒行业发展趋势预判
 - 9.4.1 中国果酒行业市场竞争趋势
 - 9.4.2 中国果酒行业渠道发展趋势
 - 9.4.3 中国果酒行业产品发展趋势
- 第10章：中国果酒行业投资战略规划策略及建议**
- 10.1 中国果酒行业进入与退出壁垒**
 - 10.1.1 果酒行业进入壁垒分析
 - 1、技术壁垒
 - 2、资金壁垒
 - 3、渠道壁垒
 - 10.1.2 果酒行业退出壁垒分析
- 10.2 中国果酒行业投资风险预警**
- 10.3 中国果酒行业投资机会分析**
 - 10.3.1 果酒产业链薄弱环节投资机会
 - 10.3.2 果酒行业细分领域投资机会
 - 10.3.3 果酒行业区域市场投资机会
- 10.4 中国果酒行业投资价值评估**
- 10.5 中国果酒行业投资策略与建议**

图表目录

- 图表1：果酒定义
- 图表2：果酒的性质与特征
- 图表3：本报告研究领域所处行业
- 图表4：果酒分类
- 图表5：本报告研究范围界定
- 图表6：中国果酒行业监管体系
- 图表7：中国果酒行业主管部门
- 图表8：截至2024年中国果酒行业标准体系建设情况（单位：项，%）
- 图表9：截至2024年中国果酒行业现行标准汇总
- 图表10：本报告权威数据资料来源汇总
- 图表11：本报告的主要研究方法及统计标准说明
- 图表12：中国果酒行业商业化发展历程

- 图表13: 2020-2024年中国果酒行业代表性上市公司研发费用（单位：万元）
- 图表14: 2020-2024年中国果酒行业代表性上市公司研发费用占营收比例（单位：%）
- 图表15: 2015-2024年中国果酒专利申请和公开数量（单位：项）
- 图表16: 截至2024年中国果酒专利热门申请技术TOP10（单位：项）
- 图表17: 截至2024年中国果酒专利热门申请人TOP10（单位：项）
- 图表18: 果酒菌株育种研究现状
- 图表19: 发酵果酒的工艺流程（以蓝莓果酒为例）
- 图表20: 新一代信息技术在果酒行业中的应用
- 图表21: 行业技术发展进展分析
- 图表22: 果酒酿造季节分布情况
- 图表23: 中国果酒行业主体类型
- 图表24: 中国果酒行业生产性企业入场方式
- 图表25: 2015-2024年中国果酒行业企业新增注册数量（单位：家）
- 图表26: 截至2024年中国果酒行业在业/存续企业数量及占比（单位：家，%）
- 图表27: 截至2024年中国主要葡萄酒产区生产能力分析
- 图表28: 截至2024年中国主要果酒企业果酒生产能力
- 图表29: 2017-2024年中国规模以上葡萄酒企业产量（单位：万千升）
- 图表30: 2024年中国主要果酒企业果酒供给分析
- 图表31: 2019-2024年中国葡萄酒消费量（单位：亿升）
- 图表32: 2023-2024年天猫线上电商平台果酒行业销量单位：万件）
- 图表33: 2020-2024年代表性葡萄酒企业（张裕）产品均价（单位：元/吨）
- 图表34: 2020-2024年代表性葡萄酒企业（中信尼雅、莫高股份）产品均价（单位：元/千升）
- 图表35: 2023-2024年天猫线上电商平台果酒均价（单位：元/件）
- 图表36: 2018-2024年全国规模以上葡萄酒生产企业销售收入（单位：亿元）
- 图表37: 2022-2024年中国果酒行业市场规模体量分析（单位：亿元）
- 图表38: 中国果酒行业市场发展痛点分析
- 图表39: 中国食品饮料巨头布局果酒业务进程
- 图表40: 中国新兴果酒企业入场进程
- 图表41: 截至2024年中国果酒行业竞争者区域分布热力图（单位：家）
- 图表42: 中国果酒行业企业竞争集群（单位：万元）
- 图表43: 果酒电商渠道TOP10品牌销售额（单位：万元）
- 图表44: 中国果酒品牌竞争格局（单位：%）
- 图表45: 中国果酒行业市场集中度分析
- 图表46: 中国果酒企业全球化布局
- 图表47: 中国果酒行业消费者的议价能力
- 图表48: 中国果酒行业潜在进入者威胁
- 图表49: 中国果酒行业替代品威胁
- 图表50: 中国果酒行业五力分析结论
- 图表51: 果酒行业资金来源汇总
- 图表52: 果酒行业投融资主体构成
- 图表53: 截至2024年中国果酒行业直接投资主体分布（单位：%）
- 图表54: 2012-2024年中国果酒行业投融资事件汇总（单位：万人民币、亿人民币、万美元）
- 图表55: 2012-2024年中国果酒行业投融资事件规模（单位：起）
- 图表56: 截至2024年中国果酒行业投融资事件轮次分析（单位：%）
- 图表57: 截至2024年中国果酒行业资金来源（单位：起）
- 图表58: 截至2024年中国果酒行业兼并与重组事件
- 图表59: 果酒产业链结构梳理
- 图表60: 果酒产业链生态图谱
- 图表61: 果酒产业链区域热力图
- 图表62: 果酒行业成本投入结构分析（单位：%）
- 图表63: 2012-2024年中国果园种植面积（单位：万公顷，%）
- 图表64: 2012-2024年中国水果产量（单位：万吨）
- 图表65: 2024年中国水果产量区域格局（单位：万吨）
- 图表66: 2020-2024年中国水果表观消费量（单位：万吨）
- 图表67: 2020-2024年中国水果进出口状况（单位：万吨）
- 图表68: 食品添加剂需求情况
- 图表69: 果酒中食品添加剂情况
- 图表70: 2020-2024年我国食品添加剂产量及增长速度（单位：万吨，%）
- 图表71: 中国主要果酒品牌包装要点分析

- 图表72: 果酒生产设备/生产线概述
- 图表73: 果酒生产设备
- 图表74: 截至2024年果酒生产设备企业区域分布热力图 (单位: 家)
- 图表75: 果酒生产设备代表企业
- 图表76: 果酒生产设备/生产线发展趋势
- 图表77: 配套产业布局对果酒行业的影响总结
- 图表78: 中国果酒行业细分市场概况
- 图表79: 《2024胡润中国葡萄酒酒庄50强》TOP10
- 图表80: 中国发酵果酒行业代表性产品情况 (单位: 元/瓶/ml)
- 图表81: 2011-2024年中国白兰地消费量 (单位: 万吨)
- 图表82: 中国蒸馏果酒行业竞争格局
- 图表83: 中国配制果酒代表性产品发展情况 (单位: 元/瓶/ml)
- 图表84: 特种果酒分类情况
- 图表85: 中国特种果酒发展概况
- 图表86: 中国果酒行业细分市场战略地位分析
- 图表87: 中国果酒行业消费场景分析
- 图表88: 中国果酒消费者年龄特征 (单位: %)
- 图表89: 中国果酒消费者性别特征 (单位: %)
- 图表90: 中国消费者消费的果酒种类情况 (单位: %)
- 图表91: 消费者关注的果酒功能 (单位: %)
- 图表92: 中国果酒行业销售渠道分布状况
- 图表93: 中国消费者购买果酒渠道分布情况 (单位: %)
- 图表94: 2020-2024年中国电子商务市场规模及增速 (单位: 万亿元, %)
- 图表95: 截至2024年中国代表性B2C电商用户规模 (单位: 亿)
- 图表96: 2018-2024年中国直播电商行业规模 (单位: 亿元)
- 图表97: 2019-2024年中国社交电商交易规模 (单位: 万亿元)
- 图表98: 2020-2024年中国超市百强销售规模 (单位: 亿元)
- 图表99: 2020-2024年中国餐饮门店数量 (单位: 万家)
- 图表100: 截至2024年中国主要酒类连锁门店数量 (单位: 家)
- 图表101: 中国果酒行业渠道战略地位分析
- 图表102: 中国果酒行业常见营销策略
- 图表103: 中国果酒行业营销渠道布局
- 图表104: 截至2024年中国果酒制造企业区域分布情况
- 图表105: 四川省果酒相关政策汇总
- 图表106: 2021-2024年四川省水果产量 (单位: 万吨)
- 图表107: 2024年四川省获得“特色果酒”企业汇总
- 图表108: 2024年四川省获得“青酌奖”的果酒产品
- 图表109: 中国果酒主要企业布局梳理
- 图表110: 重庆江小白酒业有限公司发展历程
- 图表111: 重庆江小白酒业有限公司基本信息表
- 图表112: 重庆江小白酒业有限公司股权穿透图
- 图表113: 重庆江小白酒业有限公司业务架构&经营情况 (单位: 亿元)
- 图表114: 重庆江小白酒业有限公司果酒品牌——梅见产品矩阵
- 图表115: 重庆江小白酒业有限公司梅见青梅酒营销策略
- 图表116: 重庆江小白酒业有限公司果酒布局战略&优劣势
- 图表117: 中国贵州茅台酒厂(集团)有限责任公司发展历程
- 图表118: 中国贵州茅台酒厂(集团)有限责任公司基本信息表
- 图表119: 中国贵州茅台酒厂(集团)有限责任公司股权穿透图 (单位: %)
- 图表120: 2020-2024年中国贵州茅台酒厂(集团)有限责任公司经营情况 (单位: 亿元)
- 略.....完整目录请咨询客服

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：<https://bg.qianzhan.com/>

我们会竭诚为您服务！