

# 2017-2022年中国草莓酒市场发展态势及投资规划 研究报告

报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2017-2022年中国草莓酒市场发展态势及投资规划研究报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/jiulei/286854286854.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

草莓为多年生常绿草本植物，属蔷薇科（Rosaceae）草莓属（Fragaria）多年生浆果。草莓果实味香汁多，酸甜可口，营养丰富，素来有着“水果皇后”之称。草莓味甘酸，性凉，有健脾和胃、润肺生津、凉血解毒、补血益气等功效。草莓维生素C含量极高，每100g草莓含维生素C50~100mg，是苹果、葡萄的10倍以上。

上世纪80年代以来，我国的草莓业得到了快速的发展，产量不断增加，草莓加工业的发展成为草莓业健康持续发展的关键。将草莓加工成果酒可以很好地缓解产量过剩的问题，并且经过发酵加工而成的果酒，其氨基酸含量更为丰富。果酒能够控制人体内胆固醇和促进血液循环，同时具有调节新陈代谢、美容养颜、抗衰老等作用。近年来对于草莓酒的研究主要集中在发酵工艺、澄清工艺、香气成分检测等方面，在筛选适合发酵的菌种方面报道较少。

### 1材料与方法

#### 1.1材料与试剂

草莓（品种：甜查理，含糖量：12.7%）；白砂糖；复合果胶酶（酶活力100000U/g）；LAFFORT系列干酵母F5、F10、F15、F33；帝伯仕.果酒专用酵母（红）、帝伯仕.降酸酵母（蓝）；Lalvin71B降酸酵母、LalvinEC1118酵母、LalvinD254酵母、LalvinRC212酵母。

#### 1.2仪器与设备

BIC-300人工气候箱；PAL-1糖度计；PGL精密天平；JA2003型电子天平；pHS-3C酸度计；HXHX-3电热鼓风干燥箱。

#### 1.3方法

1.3.1草莓酒加工工艺流程及操作要点草莓 去叶、清洗 榨汁、酶解 调配 灭菌 降温、发酵 换罐、低温沉降 过滤 陈酿挑选成熟度高、无压坏碰伤的草莓，去除青叶并用清水洗净后榨汁。榨汁后的草莓果浆在40℃条件下，加入果浆质量0.0100%的复合果胶酶酶解90min。酶解后根据试验设计（发酵初始含糖量25%，自然pH）要求调配，再在75℃水浴条件下加热灭菌10min。灭菌后常温冷却，当温度降到35~40℃时加入酵母菌发酵并缓慢降温，直至温度降至实验设计值进行恒温发酵，时间为7d，在换罐后放置到5℃条件下沉降半个月后进行过滤，再在常温条件下陈酿1个月。

### 1.3.2 草莓酒发酵工艺优化

#### (1) 草莓酒发酵工艺条件优化单因素试验

在发酵温度18℃，酵母添加量为0.01%的条件下（发酵初始含糖量调配至25%，自然pH），分别选取10种酵母菌种进行单因素试验，考察不同酵母对草莓酒感官评分的影响。

在酵母采用帝伯仕.果酒专用酵母（红），发酵温度18℃条件下（发酵初始含糖量调配至25%，自然pH），分别选择酵母接种量为0.0050%、0.0075%、0.0100%、0.0125%、0.0150%进行单因素试验，考察不同酵母接种量对草莓酒感官评分的影响。

在酵母采用帝伯仕.果酒专用酵母（红），添加量为0.0100%条件下（发酵初始含糖量调配至25%，自然pH），分别选择发酵温度16℃、17℃、18℃、19℃、20℃进行单因素试验，考察不同发酵温度对草莓酒感官评分的影响。

(2) 草莓酒发酵正交试验根据单因素试验结果，以草莓酒感官评分为评价指标，进行3因素3水平的正交试验，优化草莓酒发酵工艺条件，正交试验因素与水平。

资料来源：公开资料，中国报告网整理

资料来源：公开资料，中国报告网整理

## 2 结果与分析

### 2.1 草莓酒发酵条件单因素试验结果

#### 2.1.1 发酵过程中不同菌种对感官评分的影响

资料来源：公开资料，中国报告网整理

中国报告网发布的《2017-2022年中国草莓酒市场发展态势及投资规划研究报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资

战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

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。

## 第一部分行业发展现状

### 第一章2016年草莓酒行业发展综述

#### 第一节草莓酒行业界定

- 一、行业经济特性
- 二、主要产品品种
- 三、产业链结构分析

#### 第二节草莓酒行业发展成熟度分析

- 一、行业发展周期分析
- 二、行业中外市场成熟度对比
- 三、行业及其主要子行业成熟度分析

## 第二章中国草莓酒企业PEST（环境）分析

### 第一节经济环境分析

- 一、国内经济增长
- 二、居民收入水平
- 三、工业及居民消费水平

### 第二节政治环境分析

- 一、国家食品安全监管机制
- 二、政府管制与调控
- 三、行业发展规划
- 四、全面加强酒类生产环节食品安全管理
- 五、产业结构调整指导目录

### 第三节社会环境分析

- 一、居民消费观念
- 二、消费观念的发展趋向

### 第四节技术环境分析

- 一、微生物学研究
- 二、低度酒的研制

- 三、先进纳米技术
- 四、草莓规模种植可实现
- 五、果酒降酸技术研究进展
- 六、现代生物技术发展

### 第三章草莓酒行业生产技术分析

#### 第一节草莓酒行业生产技术发展现状

#### 第二节草莓酒行业产品生产工艺特点或流程

- 一、材料和设备
- 二、生产工艺流程
- 三、工艺要点说明
- 四、质量指标
- 五、结果与讨论
- 六、结论

#### 第三节草莓酒行业生产技术发展趋势分析

- 一、发酵微生物选择
- 二、草莓酒酿造新工艺
- 三、陈化新工艺
- 四、澄清新工艺
- 五、草莓酒与啤酒工艺结合

### 第四章2016年中国草莓酒企业发展情况分析

#### 第一节中国草莓酒企业发展分析

- 一、2016年草莓酒企业运行情况及特点分析
- 二、2016年草莓酒企业投资情况分析
- 三、中国草莓酒企业产品结构分析
- 四、中国草莓酒企业与宏观经济相关性分析

#### 第二节中国草莓酒企业区域发展分析

- 一、企业重点区域分布特点及变化
- 二、华北地区市场分析
- 三、东北市场分析
- 四、华东市场分析
- 五、华中市场分析
- 六、华南市场分析
- 七、西南市场分析

## 八、西北市场分析

### 第五章2016年中国草莓酒市场供需调查分析

#### 第一节2016年中国草莓酒市场供给分析

##### 一、产品市场供给

##### 二、价格供给

##### 三、渠道供给

#### 第二节2016年中国草莓酒市场需求分析

##### 一、产品市场需求

##### 二、价格需求

##### 三、渠道需求

##### 四、购买需求

#### 第三节2016年中国草莓酒市场特征分析

##### 一、2016年中国草莓酒产品特征分析

##### 二、2016年中国草莓酒渠道特征

##### 三、2016年中国草莓酒购买特征

##### 四、草莓酒主要消费群体分析

#### 第二部分竞争格局分析

### 第六章2016年草莓酒企业市场竞争格局分析

#### 第一节2016年中国草莓酒企业集中度分析

##### 一、市场集中度分析

##### 二、企业集中度分析

##### 三、区域集中度分析

#### 第二节2016年中国草莓酒企业规模经济情况分析

#### 第三节2016年中国草莓酒企业格局以及竞争态势分析

##### 一、企业整体竞争格局及态势分析

##### 二、区域市场竞争格局及态势分析

#### 第四节中国企业进入和退出壁垒分析

##### 一、企业进入壁垒

##### 二、退出壁垒

#### 第五节2016年中国草莓酒企业主要优势企业竞争力综合评价

##### 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

### 第七章草莓酒企业主要竞争对手分析

#### 第一节烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司

##### 一、企业概况

##### 二、主营产品概况

##### 三、公司运营情况

##### 四、公司优劣势分析

#### 第二节浙江果花香酿酒股份有限公司

##### 一、企业概况

##### 二、主营产品概况

##### 三、公司运营情况

##### 四、公司优劣势分析

#### 第三节安徽龙川胡草莓酒有限公司

##### 一、企业概况

##### 二、主营产品概况

##### 三、公司运营情况

##### 四、公司优劣势分析

#### 第四节四川省峨眉山市沁园春果酒厂

##### 一、企业概况

##### 二、主营产品概况

##### 三、公司运营情况

##### 四、公司优劣势分析

#### 第五节通化恒通酒业有限责任公司

##### 一、企业概况

##### 二、主营产品概况

##### 三、公司运营情况

##### 四、公司优劣势分析

#### 第六节青岛玛丽酒业有限公司

### 第八章2017-2022年中国草莓酒企业上下游产业链分析及其影响

#### 第一节2016年中国草莓酒企业上游企业发展及影响分析

##### 一、2016年中国草莓酒企业上游企业运行现状分析

##### 二、对本链节企业产生的影响分析

#### 第二节2016年中国草莓酒企业下游企业发展及影响分析

- 一、零售业发展现状与需求
- 二、酒类综合零售渠道发展情况
- 三、餐饮业发展现状与需求
- 四、休闲娱乐产业发展现状与需求
- 第三节其他相关产业发展及影响分析
  - 一、物流业发展现状与趋势
  - 二、酒类包装行业发展
  - 三、相关产业
- 第四部分发展趋势与投资建议

## 第九章2017-2022年中国草莓酒企业发展趋势预测

- 第一节2017-2022年政策变化趋势预测
- 第二节2017-2022年供求趋势预测
  - 一、产品供给预测
  - 二、产品需求预测
- 第三节2017-2022年进出口趋势预测
- 第四节2017-2022年技术发展趋势
  - 一、新技术发展情况
  - 二、2017-2022年草莓酒技术发展趋势分析
- 第五节2017-2022年竞争趋势预测
  - 一、行业标准逐渐规范化
  - 二、2017-2022年我国草莓酒行业发展面临的挑战分析
  - 三、2017-2022年我国草莓酒行业发展面临的机遇分析
  - 四、中国草莓酒制造行业前景预测分析
- 第六节我国酒类产品发展综合分析
  - 一、草莓酒发展环境和消费需求预测
  - 二、发展方向和主要目标
  - 三、发展的主要任务
  - 四、政策性建议

## 第十章2017-2022年草莓酒企业投资潜力与价值分析

- 第一节2017-2022年草莓酒企业投资环境分析
  - 一、宏观环境的推动作用分析
  - 二、2016年高端白酒行业宏观环境发展分析
  - 三、2017-2022年我国经济前景分析与预测

## 第二节2017-2022年草莓酒企业SWOT模型分析

- 一、优势
- 二、劣势
- 三、机会
- 四、威胁

## 第三节2017-2022年我国草莓酒企业投资潜力分析

## 第四节2017-2022年我国草莓酒企业前景展望分析

- 一、果酒行业发展有利条件分析
- 二、草莓酒市场发展方向分析

## 第五节2017-2022年我国草莓酒企业盈利能力预测

- 一、草莓酒行业盈利因素分析
- 二、草莓酒行业盈利模式分析
- 三、价值链盈利模式分析

## 第十一章2017-2022年草莓酒企业投资风险预警

### 第一节政策和体制风险

### 第二节宏观经济波动风险

### 第三节市场风险

### 第四节技术风险

### 第五节原材料压力风险分析

### 第六节市场竞争风险

### 第七节外资进入现状及对未来市场的威胁

### 第八节营销风险

### 第九节相关企业风险

### 第十节区域风险

### 第十一节经营风险分析

### 第十二节管理风险分析

## 第十二章2017-2022年草莓酒产业投资机会及投资策略分析

### 第一节2017-2022年草莓酒企业区域投资机会

- 一、区域战略规划概念
- 二、区域战略规划特点
- 三、区域战略规划分类
- 四、区域战略规划所需资源
- 五、区域战略规划一般程序

## 六、区域战略规划分析工具

## 七、区域战略规划的结果

## 八、"5+2"理念下的区域战略规划

### 第二节2017-2022年草莓酒企业主要产品投资机会

#### 一、技术开发战略

#### 二、业务组合战略

### 第三节2017-2022年中国草莓酒企业投资策略分析

#### 一、产品定位策略

#### 二、产品开发策略

#### 三、渠道销售策略

#### 四、终端营销革命分析

#### 五、品牌经营策略

#### 六、服务策略

## 第十三章我国草莓酒行业营销分析

### 第一节草莓酒营销形势分析

#### 一、草莓酒市场基本营销模式

#### 二、草莓酒未来的营销趋势分析

#### 三、草莓酒营销的分层化趋势

#### 四、草莓酒行业未来营销趋势

### 第二节草莓酒营销渠道分析

#### 一、市场销售渠道结构情况

#### 二、草莓酒行业销售渠道现状

#### 三、草莓酒新兴销售渠道分析

#### 四、电子商务对营销渠道的发展

## 第十四章草莓酒行业企业观点综述及专家建议

### 第一节企业观点综述

### 第二节专家投资建议

#### 一、新进入者应注意的障碍因素分析

#### 二、品牌和营销运作模式分析

#### 三、全国化品牌和区域强势品牌共存格局

### 部分图表目录：

图表：草莓酒产品周期图

图表：2016年我国国内生产总值情况

- 图表：2007-2016年国内生产总值及其增长速度
- 图表：2016年各季度我国国内生产总值及其增长速度
- 图表：2004-2016年我国人均国内生产总值及其增长速度
- 图表：2004-2016年我国城乡居民消费水平分析
- 图表：10月我国居民消费价格指数
- 图表：10月我国居民食品价格指数
- 图表：2016年10月我国居民消费价格类别同比增长情况
- 图表：2016年10月我国居民消费价格类别环比增长情况
- 图表：草莓酒生产工艺流程图
- 图表：草莓酒质量检测理化指标
- 图表：2007-2016年我国草莓酒生产企业数量及增长情况
- 图表：2016年我国城镇居民人均全年购买数量
- 图表：2004-2016年我国农村居民不同地区平均全年酒消费量
- 图表：我国农村居民平均全年酒消费量对比
- 图表：2016年我国酒类制造产业企业单位分布情况分析
- 图表：2016年我国不同酒类制造企业工业销售产值情况分析
- 图表：2016年我国不同酒类制造企业出口交货值情况分析
- 图表：2016年我国不同酒类制造企业产成品情况分析
- 图表：2016年我国不同酒类制造企业主营业务收入情况分析
- 图表：2016年我国不同酒类制造企业主营业务成本情况分析
- 图表：2016年我国不同酒类制造企业利润情况分析
- 图表：2016年我国华北地区不同酒类制造企业数量分布情况
- 图表：2016年我国北京地区不同酒类制造产业工业销售产值情况
- 图表：2016年我国北京地区不同酒类制造产业收入与利润情况
- 图表：2016年我国天津地区不同酒类制造产业工业销售产值情况
- 图表：2016年我国天津地区不同酒类制造产业收入与利润情况
- 图表：2016年我国河北地区不同酒类制造产业工业销售产值情况
- 图表：2016年我国河北地区不同酒类制造产业收入与利润情况
- 图表：2016年我国山西地区不同酒类制造产业工业销售产值情况  
( GYZJY )

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiulei/286854286854.html>