

2017-2022年中国酿酒行业 市场分析与投资战略研究报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2017-2022年中国酿酒行业市场分析与投资战略研究报告》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.chinairr.org/report/R07/R0701/201708/25-237359.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

利用微生物发酵生产含一定浓度酒精饮料的过程。酿酒原料与酿酒容器，是谷物酿酒的两个先决条件。据考古出土距今五千多年的酿酒器具表明：传说中的黄帝时期、夏禹时代存在酿酒这一行业，而酿酒之起源还在此之前。远古时人们可能先接触到某些天然发酵的酒，然后加以仿制。国内学者普遍认为，龙山文化时期酿酒是较为发达的行业。酿酒原料不同，所用微生物及酿造过程也不一样。酒曲酿酒是中国酿酒的精华所在。《齐民要术》记载的制曲方法一直沿用至今，后世也有少量的改进。

2016年，全国规模以上酒业企业实现销售收入9780.63亿元，同比增长6.27%，实现利润1094.47亿元，同比增长7.22%。2016年1-12月，全国酿酒行业规模以上企业完成酿酒总产量7226.30万千升，同比增长0.75%。其中饮料酒产量6274.20万千升，同比增长0.81%；发酵酒精产量952.10万千升，同比增长0.41%。

从细分行业来看，规模以上白酒企业1578家，累计产量1358.36万千升，累计完成销售收入6125.74亿元，与上年同期相比增长10.07%；累计实现利润总额797.15亿元，与上年同期相比增长9.24%。规模以上啤酒企业468家，累计产量4506.44万千升，累计完成销售收入1832.69亿元，与上年同期相比下降1.29%；累计实现利润总额150.76亿元，与上年同期相比增长5.70%。规模以上葡萄酒企业240家，累计产量113.74万千升，累计完成销售收入484.54亿元，与上年同期相比增长3.97%；累计实现利润总额48.70亿元，与上年同期相比下降6.59%。规模以上黄酒生产企业112家，累计完成销售收入198.23亿元，与上年同期相比增长8.96%；累计实现利润总额18.60亿元，与上年同期相比下降1.54%。规模以上其他酒生产企业215家，累计完成销售收入357.9.亿元，与上年同期相比增长7.86%；累计实现利润总额41.25亿元，与上年同期相比下降8.16%。

近年来由于经济发展较为低迷，使得中国酿酒行业遭受一定程度的冲击，特别是白酒和葡萄酒市场，随着经济的企稳回升态势愈发明朗，我国酿酒行业出现一定程度的复苏迹象，白酒行业在2017年率先回暖，出现高端、次高端白酒市场异常火爆的局面。预计2017-2022年期间，我国酿酒行业规模将保持6%左右的增速稳步增长，细分市场领域存在较大的发展机遇。

报告目录：

第一章 酿酒行业相关基础概述

1.1 酿酒的定义及分类

1.1.1 酿酒的界定

1.1.2 酒的分类

- 1、白酒
- 2、啤酒
- 3、葡萄酒
- 4、黄酒
- 5、其他

1.2 酿酒行业特点分析

1.2.1 市场特点分析

1.2.2 行业经济特性

1.2.3 行业发展周期分析

1.2.4 行业进入风险

1.2.5 行业成熟度分析

第二章 2014-2016年中国酿酒行业市场发展环境分析

2.1 中国酿酒行业经济环境分析

2.1.1 中国经济运行情况

- 1、国民经济运行情况GDP
- 2、消费价格指数CPI、PPI
- 3、全国居民收入情况
- 4、恩格尔系数
- 5、工业发展形势
- 6、食品饮料工业发展现状

2.1.2 经济环境对行业的影响分析

2.2 中国酿酒行业政策环境分析

2.2.1 行业监管环境

- 1、中国轻工业联合会
- 2、国家酒类及饮料质量监督检验中心

2.2.2 行业政策分析

- 1、《中华人民共和国食品安全法》
- 2、《食品标识管理规定》
- 3、《食品安全国家标准预包装食品标签通则》（GB 7718-2011）
- 4、《预包装饮料酒标签通则》（GB 10344-2005）
- 5、《食品安全国家标准蒸馏酒及其配制酒》（GB 2757-2012）

2.2.3 政策环境对行业的影响分析

2.3 中国酿酒行业社会环境分析

2.3.1 行业社会环境

- 1、人口环境分析
- 2、饮酒文化分析
- 3、消费升级分析
- 4、打击三公消费
- 5、大众消费崛起

2.3.2 社会环境对行业的影响分析

2.4 中国酿酒行业技术环境分析

2.4.1 酿造工艺分析

- 1、白酒酿造工艺流程
- 2、啤酒酿造工艺流程
- 3、葡萄酒酿造工艺流程
- 4、黄酒酿造工艺流程
- 5、其他酒酿造工艺流程

2.4.2 地理环境对酿酒品质的影响分析

第三章 中国酿酒行业上、下游产业链分析

3.1 酿酒行业产业链概述

3.1.1 产业链定义

3.1.2 酿酒行业产业链

3.2 酿酒行业上游-酿酒原材料产业发展分析

3.2.1 酿酒原材料产业发展现状

- 1、粮食种植产业发展现状
- 2、葡萄种植产业发展现状
- 3、食用酒精产业发展现状

3.2.2 酿酒原材料产业供给分析

- 1、粮食种植产业供给规模
- 2、葡萄种植产业供给规模
- 3、食用酒精产业供给规模

3.2.3 酿酒原材料供给价格分析

- 1、粮食种植产业供给价格
- 2、葡萄种植产业供给价格
- 3、食用酒精产业供给价格
- 3.2.4 酿酒原材料主要供给区域分析
 - 1、粮食种植产业供给区域
 - 2、葡萄种植产业供给区域
 - 3、食用酒精产业供给区域
- 3.3 酿酒行业下游-消费者消费情况分析
 - 3.3.1 居民人均酒消费情况
 - 3.3.2 酒消费者地域分布情况
 - 3.3.3 消费升级下的酒消费市场
 - 3.3.4 酒消费者品牌忠诚度分析

第四章 国际酿酒行业市场发展分析

- 4.1 2014-2016年国际酿酒行业发展现状
 - 4.1.1 国际酿酒行业发展现状
 - 4.1.2 国际酿酒行业发展规模
- 4.2 2014-2016年国际酿酒市场需求研究
 - 4.2.1 国际酿酒市场需求特点
 - 4.2.2 国际酿酒市场需求结构
 - 4.2.3 国际酿酒市场需求规模
- 4.3 2014-2016年国际区域酿酒行业研究
 - 4.3.1 欧洲
 - 4.3.2 美国
 - 4.3.3 日韩
- 4.4 国际著名酿酒企业分析
 - 4.4.1 帝亚吉欧
 - 4.4.2 百富门
 - 4.4.3 百威
- 4.5 2017-2022年国际酿酒行业发展展望
 - 4.5.1 国际酿酒行业发展趋势
 - 4.5.2 国际酿酒行业规模预测

4.5.3 国际酿酒行业发展机会

第五章 2014-2016年中国酿酒行业发展概述

5.1 中国酿酒行业发展状况分析

5.1.1 中国酿酒行业发展阶段

5.1.2 中国酿酒行业发展总体概况

5.1.3 中国酿酒行业发展特点分析

5.2 2014-2016年酿酒行业发展现状

5.2.1 2014-2016年中国酿酒行业发展热点

5.2.2 2014-2016年中国酿酒行业发展现状

5.2.3 2014-2016年中国酿酒企业发展分析

5.3 重点酿酒企业市场份额分析

5.4 酿酒行业市场集中度分析

5.5 中国酿酒行业细分市场概况

5.5.1 白酒市场分析

1、市场现状分析

2、市场规模分析

3、市场发展趋势预测

5.5.2 啤酒市场分析

1、市场现状分析

2、市场规模分析

3、市场发展趋势预测

5.5.3 葡萄酒市场分析

1、市场现状分析

2、市场规模分析

3、市场发展趋势预测

5.5.4 黄酒市场分析

1、市场现状分析

2、市场规模分析

3、市场发展趋势预测

5.6 中国酿酒终端市场运作分析

5.6.1 产品选择和客户管理

5.6.2 公关和培训

5.6.3 促销和客户服务

5.6.4 激励政策

5.6.5 物流管控

5.6.6 理货管理和回款管理

5.7 酿酒市场同质化竞争严重

5.7.1 品牌泛滥弱化品牌形象

5.7.2 价格体系混乱导致终端价格竞争激烈

5.7.3 包装雷同及包装浮夸

5.7.4 市场发展方向与居民消费需求脱节

5.8 中国酿酒行业发展问题及对策建议

5.8.1 中国酿酒行业发展制约因素

5.8.2 中国酿酒行业存在问题分析

5.8.3 中国酿酒行业发展对策建议

第六章 中国酿酒行业运行指标分析及预测

6.1 中国酿酒行业企业数量分析

6.1.1 2014-2016年中国酿酒行业企业数量情况

6.1.2 2014-2016年中国酿酒行业企业竞争结构

6.2 中国酿酒行业生产成本构成分析

6.3 2014-2016年中国酿酒行业财务指标总体分析

6.3.1 行业盈利能力分析

6.3.2 行业偿债能力分析

6.3.3 行业营运能力分析

6.3.4 行业发展能力分析

6.4 中国酿酒行业市场规模分析及预测

6.4.1 2014-2016年中国酿酒行业市场规模分析

6.4.2 2017-2022年中国酿酒行业市场规模预测

6.5 中国酿酒行业市场供需分析及预测

6.5.1 中国酿酒行业市场供给分析

1、2014-2016年中国酿酒行业供给规模分析

2、2017-2022年中国酿酒行业供给规模预测

6.5.2 中国酿酒行业市场需求分析

- 1、2014-2016年中国酿酒行业需求规模分析
- 2、2017-2022年中国酿酒行业需求规模预测

第七章 中国互联网+酿酒行业发展现状及前景

7.1 互联网给酿酒行业带来的冲击和变革分析

- 7.1.1 互联网时代酿酒行业大环境变化分析
- 7.1.2 互联网给酿酒行业带来挑战及机遇分析
- 7.1.3 互联网时代酿酒营销模式变革分析
- 7.1.4 互联网时代酿酒销售渠道变革分析

7.2 中国互联网+酿酒行业市场发展现状分析

- 7.2.1 中国互联网+酿酒行业投资布局分析
 - 1、中国互联网+酿酒行业投资切入方式
 - 2、中国互联网+酿酒行业投资规模分析
 - 3、中国互联网+酿酒行业投资业务布局
- 7.2.2 酿酒行业目标客户互联网渗透率分析
- 7.2.3 中国互联网+酿酒行业市场规模分析
- 7.2.4 中国互联网+酿酒行业竞争格局分析
 - 1、中国互联网+酿酒行业参与者结构
 - 2、中国互联网+酿酒行业竞争者类型
 - 3、中国互联网+酿酒行业市场占有率
- 7.2.5 中国酿酒行业电商平台分析

- 1、酒仙网
- 2、酒美网
- 3、网酒网
- 4、酒库网
- 5、1919
- 6、京东
- 7、天猫

7.2.6 中国酿酒企业互联网战略案例分析

7.3 中国互联网+酿酒行业市场发展前景分析

7.3.1 中国互联网+酿酒行业市场增长动力分析

7.3.2 中国互联网+酿酒行业市场发展瓶颈剖析

7.3.3 中国互联网+酿酒行业市场发展趋势分析

第八章 中国酿酒行业消费市场调查

8.1 酿酒市场消费需求分析

8.1.1 酿酒市场的消费需求变化

8.1.2 酿酒行业的需求情况分析

8.1.3 酿酒品牌市场消费需求分析

8.2 酿酒消费市场状况分析

8.2.1 酿酒行业消费特点

8.2.2 酿酒行业消费结构分析

8.2.3 酿酒行业消费的市场变化

8.2.4 酿酒市场的消费方向

8.3 酿酒行业产品的品牌市场调查

8.3.1 消费者对行业品牌认知度宏观调查

8.3.2 消费者对行业产品的品牌偏好调查

8.3.3 消费者对行业品牌的首要认知渠道

8.3.4 酿酒行业品牌忠诚度调查

8.3.5 消费者的消费理念调研

第九章 中国酿酒行业市场竞争格局分析

9.1 中国酿酒行业竞争格局分析

9.1.1 酿酒行业区域分布格局

9.1.2 酿酒行业企业规模格局

9.1.3 酿酒行业企业性质格局

9.2 中国酿酒行业竞争五力分析

9.2.1 酿酒行业上游议价能力

9.2.2 酿酒行业下游议价能力

9.2.3 酿酒行业新进入者威胁

9.2.4 酿酒行业替代产品威胁

9.2.5 酿酒行业现有企业竞争

9.3 中国酿酒行业竞争SWOT分析

- 9.3.1 酿酒行业优势分析（S）
- 9.3.2 酿酒行业劣势分析（W）
- 9.3.3 酿酒行业机会分析（O）
- 9.3.4 酿酒行业威胁分析（T）
- 9.4 中国酿酒行业投资兼并重组整合分析
 - 9.4.1 投资兼并重组现状
 - 9.4.2 投资兼并重组案例

第十章 中国酿酒行业领先企业竞争力分析

- 10.1 贵州茅台酒股份有限公司竞争力分析
 - 10.1.1 企业发展基本情况
 - 10.1.2 企业主要产品分析
 - 10.1.3 企业竞争优势分析
 - 10.1.4 企业经营状况分析
 - 10.1.5 企业最新发展动态
 - 10.1.6 企业发展战略分析
- 10.2 宜宾五粮液股份有限公司竞争力分析
 - 10.2.1 企业发展基本情况
 - 10.2.2 企业主要产品分析
 - 10.2.3 企业竞争优势分析
 - 10.2.4 企业经营状况分析
 - 10.2.5 企业最新发展动态
 - 10.2.6 企业发展战略分析
- 10.3 山西杏花村汾酒厂股份有限公司竞争力分析
 - 10.3.1 企业发展基本情况
 - 10.3.2 企业主要产品分析
 - 10.3.3 企业竞争优势分析
 - 10.3.4 企业经营状况分析
 - 10.3.5 企业最新发展动态
 - 10.3.6 企业发展战略分析
- 10.4 泸州老窖股份有限公司竞争力分析
 - 10.4.1 企业发展基本情况

- 10.4.2 企业主要产品分析
- 10.4.3 企业竞争优势分析
- 10.4.4 企业经营状况分析
- 10.4.5 企业最新发展动态
- 10.4.6 企业发展战略分析
- 10.5 青岛啤酒股份有限公司竞争力分析
 - 10.5.1 企业发展基本情况
 - 10.5.2 企业主要产品分析
 - 10.5.3 企业竞争优势分析
 - 10.5.4 企业经营状况分析
 - 10.5.5 企业最新发展动态
 - 10.5.6 企业发展战略分析
- 10.6 华润雪花啤酒(中国)有限公司竞争力分析
 - 10.6.1 企业发展基本情况
 - 10.6.2 企业主要产品分析
 - 10.6.3 企业竞争优势分析
 - 10.6.4 企业经营状况分析
 - 10.6.5 企业最新发展动态
 - 10.6.6 企业发展战略分析
- 10.7 烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司竞争力分析
 - 10.7.1 企业发展基本情况
 - 10.7.2 企业主要产品分析
 - 10.7.3 企业竞争优势分析
 - 10.7.4 企业经营状况分析
 - 10.7.5 企业最新发展动态
 - 10.7.6 企业发展战略分析
- 10.8 中粮华夏长城葡萄酒有限公司竞争力分析
 - 10.8.1 企业发展基本情况
 - 10.8.2 企业主要产品分析
 - 10.8.3 企业竞争优势分析
 - 10.8.4 企业经营状况分析
 - 10.8.5 企业最新发展动态

10.8.6 企业发展战略分析

10.9 浙江塔牌绍兴酒有限公司竞争力分析

10.9.1 企业发展基本情况

10.9.2 企业主要产品分析

10.9.3 企业竞争优势分析

10.9.4 企业经营状况分析

10.9.5 企业最新发展动态

10.9.6 企业发展战略分析

10.10 中国绍兴黄酒集团有限公司竞争力分析

10.10.1 企业发展基本情况

10.10.2 企业主要产品分析

10.10.3 企业竞争优势分析

10.10.4 企业经营状况分析

10.10.5 企业最新发展动态

10.10.6 企业发展战略分析

第十一章 2017-2022年中国酿酒行业发展趋势与投资机​​会研究

11.1 2017-2022年中国酿酒行业市场发展潜力分析

11.1.1 中国酿酒行业市场空间分析

11.1.2 中国酿酒行业竞争格局变化

11.1.3 中国酿酒行业互联网+前景

11.2 2017-2022年中国酿酒行业发展趋势分析

11.2.1 中国酿酒行业品牌格局趋势

11.2.2 中国酿酒行业渠道分布趋势

11.2.3 中国酿酒行业市场趋势分析

11.2.4 中国酿酒行业发展新契机分析

1、新消费

2、新市场

3、新零售

4、新渠道

5、新传播

11.3 2017-2022年中国酿酒行业投资机会与建议

- 11.3.1 中国酿酒行业投资前景展望
- 11.3.2 中国酿酒行业投资机会分析
- 11.3.3 中国酿酒行业投资建议

第十二章 2017-2022年中国酿酒行业投资分析与风险规避

- 12.1 中国酿酒行业关键成功要素分析
- 12.2 中国酿酒行业投资壁垒分析
- 12.3 中国酿酒行业投资风险与规避
 - 12.3.1 宏观经济风险与规避
 - 12.3.2 行业政策风险与规避
 - 12.3.3 上游市场风险与规避
 - 12.3.4 市场竞争风险与规避
 - 12.3.5 技术风险分析与规避
 - 12.3.6 下游需求风险与规避
- 12.4 中国酿酒行业融资渠道与策略
 - 12.4.1 酿酒行业融资渠道分析
 - 12.4.2 酿酒行业融资策略分析

第十三章 2017-2022年中国酿酒行业盈利模式与投资战略规划分析

- 13.1 国外酿酒行业投资现状及经营模式分析
 - 13.1.1 境外酿酒行业成长情况调查
 - 13.1.2 经营模式借鉴
 - 13.1.3 行业投资新趋势动向
- 13.2 中国酿酒行业商业模式探讨
 - 13.2.1 行业主要商业模式分析
 - 13.2.2 酿酒行业商业模式创新分析
- 13.3 中国酿酒行业投资发展战略规划
 - 13.3.1 战略优势分析
 - 13.3.2 战略机遇分析
 - 13.3.3 战略规划目标
 - 13.3.4 战略措施分析
- 13.4 最优投资路径设计

- 13.4.1 投资对象
- 13.4.2 投资模式
- 13.4.3 预期财务状况分析
- 13.4.4 风险资本退出方式

第十四章 研究结论及建议

- 14.1 研究结论
- 14.2 建议
 - 14.2.1 行业发展策略建议
 - 14.2.2 行业投资方向建议
 - 14.2.3 行业投资方式建议

图表目录

- 图表：酿酒行业特点
- 图表：酿酒行业生命周期
- 图表：酿酒行业产业链分析
- 图表：中国GDP增长情况
- 图表：中国CPI增长情况
- 图表：中国人口数量及其构成
- 图表：中国酿酒消费年龄段变化分析
- 图表：中国酿酒饮用场所分析
- 图表：中国酿酒不同年龄段饮用时机分析
- 图表：中国工业增加值及其增长速度
- 图表：中国城镇居民可支配收入情况
- 图表：中国高端酿酒渗透率及平均饮用量分析
- 图表：中国高端酿酒区域市场分析
- 图表：中国中低端酿酒区域市场分析
- 图表：中国酿酒购买渠道分析
- 图表：酿酒行业互联网渠道占比分析
- 图表：互联网渗透率分析
- 图表：酿酒生产成本构成分析
- 图表：酿酒生产地域分布情况

图表：2014-2016年酿酒行业市场规模分析
图表：2017-2022年酿酒行业市场规模预测
图表：2014-2016年中国酿酒行业供给规模分析
图表：2017-2022年中国酿酒行业供给规模预测
图表：2014-2016年中国酿酒行业需求规模分析
图表：2017-2022年中国酿酒行业需求规模预测
图表：2014-2016年中国酿酒行业企业数量情况
图表：2014-2016年中国酿酒行业企业竞争结构
图表：中国酿酒行业盈利能力分析
图表：中国酿酒行业运营能力分析
图表：中国酿酒行业偿债能力分析
图表：中国酿酒行业发展能力分析
图表：中国酿酒行业经营效益分析
图表：2014-2016年酿酒行业重要数据指标比较
图表：2014-2016年中国酿酒行业竞争力分析
图表：2017-2022年中国酿酒行业产能预测
图表：2017-2022年中国酿酒行业消费量预测
图表：2017-2022年中国酿酒市场价格走势预测
图表：2017-2022年中国酿酒行业发展趋势预测
图表：区域发展战略规划
略……

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R07/R0701/201708/25-237359.html>