

2017-2023年中国粮食酒市 场调查与市场前景预测报告

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

《2017-2023年中国粮食酒市场调查与市场前景预测报告》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/R0701/201710/25-241844.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

粮食白酒指的是以高粱、玉米、大米、糯米、大麦、小麦、小米、青稞等各种粮食为原料，经过糖化、发酵后，采用蒸馏方法酿制的白酒。名酒及优良白酒中绝大多数为此类白酒。用高粱、玉米、大豆等原料配伍用小曲经过固态发酵，称过固态纯粮酒，此酒需要加香精香料勾兑，才能直接饮用，通常被称为纯粮酒，事实并不是真正的纯粮酒。另一种工艺，则是用小麦、小麦大曲，在大缸中液体发酵，用回沙技术，蒸馏的酒，被称为真正的纯粮酒，此酒未加任何香精香料，蒸馏出来即可饮用。纯粮酒，未加任何香精香料，纯粮酿造的纯酒。液体发酵的纯粮酒，锰、铅、甲醇的含量极低，对人体的有害成份可忽略不计。

目前，我国市场上大多数中低端白酒都是液态法白酒，粮食酒市场占比很小，粮食酒由于制造成本高、工艺复杂、品质高，所以售价较高。而酒精勾兑的酒因为酒精的问题喝下刺喉、反胃、烧心、烈、口干、口渴、上头，而粮食酒入口香而不呛，微苦而不涩，不呛嗓，喝后不口干、不上头、不难受，醉酒之后苏醒较快，对人体刺激性小。

粮食酒具备其独特的品质优势，并且产品更加健康，往往占据高端白酒市场，相比于液态法白酒而言，我国粮食酒市场替代空间巨大，随着我国人均居民消费水平的提升，以及绿色健康消费理念的提升，人民对产品质量和健康有着更高的要求，而粮食酒正契合大众消费的发展趋势，预计，未来我国粮食酒市场将以较快速度增长，市场规模将进一步扩大。

中国产业研究报告网发布的《2017-2023年中国粮食酒市场调查与市场前景预测报告》共十四章。首先介绍了粮食酒相关概念及发展环境，接着分析了中国粮食酒规模及消费需求，然后对中国粮食酒市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国粮食酒面临的机遇及发展前景。您若想对中国粮食酒有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您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。

报告目录：

第一章 粮食酒行业相关基础概述及研究机构

1.1 粮食酒的定义及分类

1.1.1 粮食酒的界定

1.1.2 粮食酒的品鉴

- 1.1.3 粮食酒健康特性
- 1.2 粮食酒行业特点分析
 - 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
- 1.3 粮食酒行业研究机构
 - 1.3.1 粮食酒行业介绍
 - 1.3.2 粮食酒行业研究优势
 - 1.3.3 粮食酒行业研究范围

第二章 2014-2016年中国粮食酒行业市场发展环境分析

2.1 中国粮食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、酿酒工业发展现状

2.1.2 经济环境对行业的影响分析

2.2 中国粮食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、全国白酒标准化技术委员会
- 3、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 中国粮食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 中国粮食酒行业技术环境分析

2.4.1 粮食酒酿造工艺分析

1、酿造工艺流程分析

2、中国粮食酒行业新工艺研究

2.4.2 地理环境对粮食酒品质的影响分析

第三章 中国粮食酒行业上、下游产业链分析

3.1 粮食酒行业产业链概述

3.1.1 产业链定义

3.1.2 粮食酒行业产业链

3.2 粮食酒行业上游-粮食种植产业发展分析

3.2.1 粮食种植产业发展现状

3.2.2 粮食种植产业供给分析

3.2.3 粮食供给价格分析

3.2.4 主要供给企业分析

3.3 粮食酒行业下游-消费者消费情况分析

3.3.1 居民人均粮食酒消费情况

3.3.2 粮食酒消费者地域分布情况

3.3.3 消费升级下的粮食酒消费市场

3.3.4 粮食酒消费者品牌忠诚度分析

第四章 国际粮食酒行业市场发展分析

4.1 2014-2016年国际粮食酒行业发展现状

4.1.1 国际粮食酒行业发展现状

4.1.2 国际粮食酒行业发展规模

4.2 2014-2016年国际粮食酒市场需求研究

4.2.1 国际粮食酒市场需求特点

4.2.2 国际粮食酒市场需求结构

4.2.3 国际粮食酒市场需求规模

4.3 2014-2016年国际区域粮食酒行业研究

4.3.1 欧洲

4.3.2 美国

4.3.3 日韩

4.4 2017-2023年国际粮食酒行业发展展望

4.4.1 国际粮食酒行业发展趋势

4.4.2 国际粮食酒行业规模预测

4.4.3 国际粮食酒行业发展机会

第五章 2014-2016年中国粮食酒行业发展概述

5.1 中国粮食酒行业发展状况分析

5.1.1 中国粮食酒行业发展阶段

5.1.2 中国粮食酒行业发展总体概况

5.1.3 中国粮食酒行业发展特点分析

5.2 2014-2016年粮食酒行业发展现状

5.2.1 2014-2016年中国粮食酒行业发展热点

5.2.2 2014-2016年中国粮食酒行业发展现状

5.2.3 2014-2016年中国粮食酒企业发展分析

5.3 重点粮食酒企业市场份额分析

5.4 粮食酒行业市场集中度分析

5.5 中国粮食酒行业细分市场概况

5.5.1 细分市场结构分析

5.5.2 高端粮食酒市场分析

5.5.3 中低端粮食酒市场分析

5.6 中国粮食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 粮食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 中国粮食酒行业发展问题及对策建议
 - 5.8.1 中国粮食酒行业发展制约因素
 - 5.8.2 中国粮食酒行业存在问题分析
 - 5.8.3 中国粮食酒行业发展对策建议

第六章 中国粮食酒行业运行指标分析及预测

- 6.1 中国粮食酒行业企业数量分析
 - 6.1.1 2014-2016年中国粮食酒行业企业数量情况
 - 6.1.2 2014-2016年中国粮食酒行业企业竞争结构
- 6.2 中国粮食酒行业生产成本构成分析
- 6.3 2014-2016年中国粮食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 中国粮食酒行业市场规模分析及预测
 - 6.4.1 2014-2016年中国粮食酒行业市场规模分析
 - 6.4.2 2017-2023年中国粮食酒行业市场规模预测
- 6.5 中国粮食酒行业市场供需分析及预测
 - 6.5.1 中国粮食酒行业市场供给分析
 - 1、2014-2016年中国粮食酒行业供给规模分析

2、2017-2023年中国粮食酒行业供给规模预测

6.5.2 中国粮食酒行业市场需求分析

1、2014-2016年中国粮食酒行业需求规模分析

2、2017-2023年中国粮食酒行业需求规模预测

第七章 中国互联网+粮食酒行业发展现状及前景

7.1 互联网给粮食酒行业带来的冲击和变革分析

7.1.1 互联网时代粮食酒行业大环境变化分析

7.1.2 互联网给粮食酒行业带来挑战及机遇分析

7.1.3 互联网时代粮食酒营销模式变革分析

7.1.4 互联网时代粮食酒销售渠道变革分析

7.2 中国互联网+粮食酒行业市场发展现状分析

7.2.1 中国互联网+粮食酒行业投资布局分析

1、中国互联网+粮食酒行业投资切入方式

2、中国互联网+粮食酒行业投资规模分析

3、中国互联网+粮食酒行业投资业务布局

7.2.2 粮食酒行业目标客户互联网渗透率分析

7.2.3 中国互联网+粮食酒行业市场规模分析

7.2.4 中国互联网+粮食酒行业竞争格局分析

1、中国互联网+粮食酒行业参与者结构

2、中国互联网+粮食酒行业竞争者类型

3、中国互联网+粮食酒行业市场占有率

7.2.5 中国粮食酒垂直电商平台分析

1、酒仙网

2、酒美网

3、网酒网

4、酒库网

5、1919

7.2.6 中国粮食酒企业互联网战略案例分析

7.3 中国互联网+粮食酒行业市场发展前景分析

7.3.1 中国互联网+粮食酒行业市场增长动力分析

7.3.2 中国互联网+粮食酒行业市场发展瓶颈剖析

7.3.3 中国互联网+粮食酒行业市场发展趋势分析

第八章 中国粮食酒行业消费市场调查

8.1 粮食酒市场消费需求分析

8.1.1 粮食酒市场的消费需求变化

8.1.2 粮食酒行业的需求情况分析

8.1.3 粮食酒品牌市场消费需求分析

8.2 粮食酒消费市场状况分析

8.2.1 粮食酒行业消费特点

8.2.2 粮食酒行业消费结构分析

8.2.3 粮食酒行业消费的市场变化

8.2.4 粮食酒市场的消费方向

8.3 粮食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 粮食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 中国粮食酒行业市场竞争格局分析

9.1 中国粮食酒行业竞争格局分析

9.1.1 粮食酒行业区域分布格局

9.1.2 粮食酒行业企业规模格局

9.1.3 粮食酒行业企业性质格局

9.2 中国粮食酒行业竞争五力分析

9.2.1 粮食酒行业上游议价能力

9.2.2 粮食酒行业下游议价能力

9.2.3 粮食酒行业新进入者威胁

9.2.4 粮食酒行业替代产品威胁

9.2.5 粮食酒行业现有企业竞争

9.3 中国粮食酒行业竞争SWOT分析

9.3.1 粮食酒行业优势分析（S）

- 9.3.2 粮食酒行业劣势分析 (W)
- 9.3.3 粮食酒行业机会分析 (O)
- 9.3.4 粮食酒行业威胁分析 (T)
- 9.4 中国粮食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
- 9.5 中国粮食酒行业竞争策略建议

第十章 中国粮食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 安徽口子酒业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 青海互助青稞酒股份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 贵州海航怀酒酒业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 河北衡水老白干酒业股份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 四川沱牌舍得酒业股份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 安徽古井贡酒股份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 2017-2023年中国粮食酒行业发展趋势与投资机会研究

11.1 2017-2023年中国粮食酒行业市场发展潜力分析

11.1.1 中国粮食酒行业市场空间分析

11.1.2 中国粮食酒行业竞争格局变化

11.1.3 中国粮食酒行业互联网+前景

11.2 2017-2023年中国粮食酒行业发展趋势分析

11.2.1 中国粮食酒行业品牌格局趋势

11.2.2 中国粮食酒行业渠道分布趋势

11.2.3 中国粮食酒行业市场趋势分析

11.2.4 中国粮食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 2017-2023年中国粮食酒行业投资机会与建议

- 11.3.1 中国粮食酒行业投资前景展望
- 11.3.2 中国粮食酒行业投资机会分析
- 11.3.3 中国粮食酒行业投资建议

第十二章 2017-2023年中国粮食酒行业投资分析与风险规避

- 12.1 中国粮食酒行业关键成功要素分析
- 12.2 中国粮食酒行业投资壁垒分析
- 12.3 中国粮食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 中国粮食酒行业融资渠道与策略
 - 12.4.1 粮食酒行业融资渠道分析
 - 12.4.2 粮食酒行业融资策略分析

第十三章 2017-2023年中国粮食酒行业盈利模式与投资战略规划分析

- 13.1 国外粮食酒行业投资现状及经营模式分析
 - 13.1.1 境外粮食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 中国粮食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 粮食酒行业商业模式创新分析
- 13.3 中国粮食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 (ZY ZM)

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：粮食酒行业特点

图表：粮食酒行业生命周期

图表：粮食酒行业产业链分析

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：中国粮食酒消费年龄段变化分析

图表：中国粮食酒饮用场所分析

图表：中国粮食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：中国高端粮食酒渗透率及平均饮用量分析

图表：中国高端粮食酒区域市场分析

图表：中国中低端粮食酒区域市场分析

图表：中国粮食酒购买渠道分析

图表：粮食酒行业互联网渠道占比分析

图表：粮食酒互联网渗透率分析

图表：粮食酒生产成本构成分析

图表：粮食酒生产地域分布情况

图表：2014-2016年粮食酒行业市场规模分析

图表：2017-2023年粮食酒行业市场规模预测

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R07/R0701/201710/25-241844.html>