

2023-2029年中国酒行业市场深度评估及投资策略 咨询报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2023-2029年中国酒行业市场深度评估及投资策略咨询报告》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：<https://www.huaon.com/channel/wine/910026.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

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。

报告目录：

第一章 酒行业概述

1.1 酒的相关介绍

1.1.1 酒的定义

1.1.2 酒的分类

1.1.3 酒的社会功能

1.1.4 酒的健康功能效

1.2 酒文化

1.2.1 节庆酒俗

1.2.2 中国美酒文化

第二章 2018-2022年全球酒业发展概况

2.1 全球酒市场整体运行情况

2.1.1 全球酒业市场现状

2.1.2 全球酒类市场规模

2.1.3 全球饮酒市场趋势

2.2 全球烈酒市场的运行分析

2.2.1 全球烈酒市场概述

2.2.2 全球烈酒市场规模

2.2.3 全球烈酒市场份额

2.2.1 全球烈酒市场趋势

2.3 全球啤酒市场的运行分析

2.4 美国酒市场整体运行情况

2.5 日本酒市场整体运行情况

2.6 韩国酒市场整体运行情况

2.7 阿根廷的酒市场运行情况

第三章 2018-2022年中国酒业市场环境概述

3.1 经济环境

3.1.1 社会消费品零售情况

3.1.2 工业产能利用率情况

3.1.3 居民收入与支出情况

3.1.4 宏观的经济发展情况

3.2 社会环境

3.2.1 人口结构

3.2.2 城市化水平

3.2.3 消费观念

3.3 政策环境

3.3.1 国家标准

3.3.2 行业标准

3.3.3 团体标准

第四章 2018-2022年中国酒业运行现状分析

4.1 中国酒行业简介

4.1.1 行业简单介绍

4.1.2 行业细分品类

4.1.3 行业发展历程

4.2 酒业运行现状分析

4.2.1 整体行业发展现状

4.2.2 酿酒企业数量分析

4.2.3 酿酒市场经营情况

4.2.4 酿酒细分市场结构

4.2.5 酿酒行业产量状况

4.2.6 酒业的流通价值链

4.2.7 酒业的流通产业链

4.2.8 酒市场的相关动态

4.3 酒企竞争现状分析

4.4 酒业难题以及对策

4.5 酒业流通标杆企业

4.5.1 歌德盈香

4.5.2 易酒批

4.5.3 1919

4.5.4 华致酒库

4.5.5 酒便利

4.5.6 浙江尚源

4.5.7 九甄选

4.6 疫情对酒业的影响

第五章 2018-2022年中国白酒行业市场综述

5.1 白酒行业基本概况介绍

5.1.1 白酒简单介绍

5.1.2 白酒香型划分

5.1.3 香型发展历程

5.2 白酒整体市场运行综况

5.2.1 白酒品牌格局

5.2.2 白酒行业供求

5.2.3 白酒行业结构

5.2.4 白酒业周期性

5.2.5 白酒行业政策

5.3 白酒相关市场规模分析

5.3.1 白酒业的品类市场规模

5.3.2 白酒的整体销售额分析

5.3.3 白酒企业数量规模分析

5.3.1 白酒企业营业情况分析

5.4 2018-2022年全国白酒产量分析

5.5 白酒行业的数字化转型

5.5.1 生产数字化

5.5.2 营的数字化

5.5.3 销的数字化

5.5.4 管理数字化

第六章 2018-2022年中国啤酒行业市场综述

6.1 啤酒行业整体概述

6.1.1 啤酒含义简述

6.1.2 啤酒产品结构

6.1.3 行业发展历程

6.1.4 啤酒的产业链

6.2 啤酒行业运行分析

6.2.1 啤酒消费规模分析

6.2.2 啤酒市场份额分析

6.2.3 啤酒市场竞争格局

6.2.4 啤酒市场价格分析

6.2.5 啤酒行业政策分析

6.3 2018-2022年全国啤酒产量分析

6.4 啤酒产品成本市场

6.4.1 制造成本构成

6.4.2 包装成本市场

6.4.3 原材料成本分析

6.5 啤酒企业运行分析

6.5.1 企业产能利用率

6.5.2 市场生产商数量

6.5.3 企业去产能路径

6.5.4 重点企业的介绍

6.6 精酿啤酒市场分析

6.6.1 啤酒市场优势对比

6.6.2 精酿市场规模分析

6.6.3 精酿啤酒市场空间

6.6.4 主要企业市场布局

6.7 罐装啤酒市场分析

6.7.1 罐装啤酒产量

6.7.2 啤酒的罐化率

6.7.3 市场价格分析

6.7.4 制造成本分析

6.7.5 市场驱动因素

6.7.6 发展空间分析

6.8 高端啤酒市场分析

6.8.1 企业产品布局

6.8.2 区域市场分布

6.8.3 啤酒市场份额

6.8.4 市场规模预测

第七章 2018-2022年中国葡萄酒业市场综述

7.1 葡萄酒市场简单概述

7.1.1 葡萄酒的含义

7.1.2 葡萄酒的类别

7.1.3 葡萄酒的品种

7.1.4 行业发展历程

7.2 葡萄酒市场发展综述

7.2.1 行业影响因素

7.2.2 行业渠道分析

7.2.3 行业竞争格局

7.2.4 行业标准方面

7.3 葡萄酒的产业链分析

7.3.1 产业链构成

7.3.2 上游分析

7.3.3 中游分析

7.3.4 下游分析

7.4 葡萄酒市场规模分析

7.4.1 葡萄酒相关企业数量

7.4.2 葡萄酒销售规模分析

7.4.3 葡萄酒进口规模分析

7.4.4 葡萄酒消费市场规模

7.5 2018-2022年全国葡萄酒产量分析

7.5.1 2018-2022年全国葡萄酒产量趋势

7.5.2 2020年全国葡萄酒产量情况

7.5.3 2021年全国葡萄酒产量情况

7.5.4 2022年全国葡萄酒产量情况

7.5.5 葡萄酒产量分布情况

7.6 葡萄酒市场重点企业

7.6.1 宁夏法塞特酒庄股份有限公司

7.6.2 云南红酒业集团有限公司

7.6.3 乡都酒业

第八章 2018-2022年酒业其他细分市场分析

8.1 烈酒市场

8.1.1 烈酒的市场介绍

8.1.2 白兰地市场分析

8.1.3 威士忌市场分析

8.1.4 伏特加市场分析

8.2 黄酒市场

8.2.1 黄酒企业运行状况

8.2.2 黄酒行业市场规模

8.2.3 黄酒行业竞争格局

8.2.4 黄酒行业贸易情况

8.3 老酒市场

8.3.1 主要市场产品类别

8.3.2 老酒市场价值分析

8.3.3 老酒饮酒人群特点

第九章 2018-2022年酒业消费市场运行综述

9.1 酒业消费人群总综述

9.1.1 高净值人群介绍

9.1.1 酒消费年龄分布

9.1.2 酒类消费的特质

9.1.3 酒类消费的选择

9.2 酒市场消费渠道分析

9.2.1 消费需求分析

9.2.2 主要线上渠道

9.2.3 媒体接触渠道

9.2.4 购酒信息渠道

9.2.5 酒类购买渠道

9.3 洋酒业消费市场分析

9.3.1 消费场景

9.3.2 消费人群

9.3.3 购买因素

9.3.4 品牌倾向

9.3.5 市场份额

9.4 白酒业消费市场分析

9.4.1 高端白酒消费市场

9.4.2 不同白酒消费市场

9.4.3 白酒消费趋势分析

9.4.4 消费人群特点分析

9.5 啤酒业消费市场分析

9.5.1 消费人群

9.5.2 消费场景

9.5.3 消费偏好

9.5.4 品牌倾向

9.6 葡萄酒消费市场分析

9.6.1 饮酒人群

9.6.2 消费场景

9.6.3 消费偏好

9.6.4 品牌选择

9.6.5 女性市场

第十章 2018-2022年酒类电商市场运行综述

10.1 新零售市场运行情况

10.1.1 新零售酒业现状

10.1.2 市场的驱动要素

10.1.3 新零售典型案例

10.1.4 新零售发展趋势

10.2 酒类电商市场发展现状

10.2.1 市场发展历程

10.2.2 电商市场规模

10.2.1 电商模式优势

10.2.1 经营指标分析

10.3 酒类电商前景预测

10.3.1 行业发展机遇

10.3.2 行业发展趋势

10.3.3 行业竞争趋势

10.3.4 电商平台代表

10.4 重点企业分析

10.4.1 酒仙网

10.4.2 1919酒类直供

10.4.3 酒小二

10.4.4 酒便利

第十一章 中国酒行业重点企业经营状况分析

11.1 白酒——泸州老窖股份有限公司

11.2 白酒——贵州茅台酒股份有限公司

11.3 白酒——宜宾五粮液股份有限公司

11.4 白酒——江苏洋河酒厂股份有限公司

11.5 啤酒——百威英博公司

11.6 啤酒——北京燕京啤酒股份有限公司

11.7 啤酒——重庆啤酒股份有限公司

11.8 啤酒——青岛啤酒股份有限公司

11.9 啤酒——华润啤酒(控股)有限公司

11.10 葡萄酒——中信国安葡萄酒业股份有限公司

第十二章 2018-2022年中国酒产业投资项目及投资动态分析

12.1 A股及新三板上市公司在酒行业投资动态分析

- 12.1.1 投资项目综述
- 12.1.2 投资区域分布
- 12.1.3 投资模式分析
- 12.1.4 典型投资案例
- 12.2 1.2酒行业上市公司投资动态分析
 - 12.2.1 投资规模统计
 - 12.2.2 投资区域分布
 - 12.2.3 投资模式分析
 - 12.2.4 典型投资案例
- 12.3 酒业市场投资风险
 - 12.3.1 股票估值偏高
 - 12.3.2 消费面临挑战
 - 12.3.3 两级分化严重
- 12.4 细分市场投资分析
 - 12.4.1 白酒市场投资框架
 - 12.4.2 白酒行业投资策略
 - 12.4.3 啤酒行业投资建议
 - 12.4.4 葡萄行业投资收购
- 第十三章 2023-2029年酒业前景展望分析
 - 13.1 白酒行业未来趋势预测
 - 13.1.1 总行业市场规模预测
 - 13.1.1 细分市场的结构趋势
 - 13.1.2 白酒周期性发展趋势
 - 13.2 啤酒行业未来发展趋势
 - 13.2.1 消费市场趋势分析
 - 13.2.2 市场的景气度分析
 - 13.2.3 产品结构增量分析
 - 13.3 葡萄酒市场的发展前景
 - 13.3.1 供应市场未来发展
 - 13.3.2 销售市场未来分析
 - 13.3.3 终端消费市场趋势
 - 13.3.4 市场区域发展趋势
 - 13.4 中国酒业未来发展机遇
 - 13.4.1 有利的外部条件
 - 13.4.2 特色现代企业制

13.4.3 高标准市场体系

13.4.4 良性消费新业态

13.5 酒业整体发展趋势

13.5.1 黄酒市场趋势

13.5.2 酒精饮料崛起

13.5.3 独立品牌趋势

13.5.4 消费市场趋势

13.5.5 企业竞争趋势

图表目录：

图表 2022年全球酒类零售份额

图表 烈酒的发展历程

图表 国际消费者对茅台的知晓率

图表 各国消费者对茅台的认知

图表 2022年全球酒类消费量份额

图表 2022年全球与中国烈酒市场份额对比

图表 2018-2022年全球烈酒品类消费量增长趋势

图表 2022年海外烈酒各品类消费额占比

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/wine/910026.html>