

2020-2025年中国酿酒行业投资潜力分析及行业发展趋势报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国酿酒行业投资潜力分析及行业发展趋势报告》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/detail/479500.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

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。

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 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 2019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 2019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 2019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 2019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 2020-2025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 2019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 2015-2019年酿酒行业发展现状

5.2.1 2015-2019年中国酿酒行业发展热点

5.2.2 2015-2019年中国酿酒行业发展现状

5.2.3 2015-2019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 中国酿酒所属行业企业数量分析

6.1.1 2015-2019年中国酿酒行业企业数量情况

6.1.2 2015-2019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 2015-2019年中国酿酒所属行业财务指标总体分析

6.3.1 所属行业盈利能力分析

6.3.2 所属行业偿债能力分析

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 2015-2019年中国酿酒行业市场规模分析

6.4.2 2020-2025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、2015-2019年中国酿酒行业供给规模分析
- 2、2020-2025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、2015-2019年中国酿酒行业需求规模分析
- 2、2020-2025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 中国酿酒行业竞争策略建议

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

10.1.1 企业发展基本情况

10.1.2 企业经营情况分析

10.1.3 企业发展战略分析

10.2 宜宾五粮液股份有限公司

10.2.1 企业发展基本情况

10.2.2 企业经营情况分析

10.2.3 企业发展战略分析

10.3 山西杏花村汾酒厂股份有限公司

10.3.1 企业发展基本情况

10.3.2 企业经营情况分析

10.3.3 企业发展战略分析

10.4 泸州老窖股份有限公司

10.4.1 企业发展基本情况

10.4.2 企业经营情况分析

10.4.3 企业发展战略分析

10.5 青岛啤酒股份有限公司

10.5.1 企业发展基本情况

10.5.2 企业经营情况分析

10.5.3 企业发展战略分析

10.6 华润雪花啤酒(中国)有限公司

10.6.1 企业发展基本情况

10.6.2 企业经营情况分析

10.6.3 企业发展战略分析

10.7 烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司

10.7.1 企业发展基本情况

10.7.2 企业经营情况分析

10.7.3 企业发展战略分析

10.8 中粮华夏长城葡萄酒有限公司

10.8.1 企业发展基本情况

10.8.2 企业经营情况分析

10.8.3 企业发展战略分析

10.9 浙江塔牌绍兴酒有限公司

10.9.1 企业发展基本情况

10.9.2 企业经营情况分析

10.9.3 企业发展战略分析

10.10 中国绍兴黄酒集团有限公司

10.10.1 企业发展基本情况

10.10.2 企业经营情况分析

10.10.3 企业发展战略分析

第十一章 2020-2025年酿酒行业投资前景

11.1 2020-2025年酿酒市场发展前景

11.1.1 2020-2025年酿酒市场发展潜力

11.1.2 2020-2025年酿酒市场发展前景展望

11.2 2020-2025年酿酒市场发展趋势预测

11.2.1 2020-2025年酿酒行业发展趋势

11.2.2 2020-2025年酿酒市场规模预测

11.2.3 2020-2025年酿酒行业应用趋势预测

11.3 2020-2025年中国酿酒行业供需预测

11.3.1 2020-2025年中国酿酒行业供给预测

11.3.2 2020-2025年中国酿酒行业需求预测

11.3.3 2020-2025年中国酿酒供需平衡预测

11.4 影响企业生产与经营的关键趋势

11.4.1 市场整合成长趋势

11.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测

11.4.3 企业区域市场拓展的趋势

11.4.4 科研开发趋势及替代技术进展

11.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章 2020-2025年酿酒行业投资机会与风险

12.1 酿酒行业投融资情况

12.1.1 行业资金渠道分析

12.1.2 固定资产投资分析

12.1.3 兼并重组情况分析

12.2 2020-2025年酿酒行业投资机会

12.2.1 产业链投资机会

12.2.2 重点区域投资机会

12.3 2020-2025年酿酒行业投资风险及防范

12.3.1 政策风险及防范

12.3.2 技术风险及防范

12.3.3 供求风险及防范

12.3.4 宏观经济波动风险及防范

12.3.5 关联产业风险及防范

12.3.6 产品结构风险及防范

12.3.7 其他风险及防范

第十三章 酿酒行业投资战略研究

13.1 酿酒行业发展战略研究

13.1.1 战略综合规划

13.1.2 技术开发战略

13.1.3 业务组合战略

13.1.4 区域战略规划

13.1.5 产业战略规划

13.1.6 营销品牌战略

13.1.7 竞争战略规划

13.2 对我国酿酒品牌的战略思考

13.2.1 酿酒品牌的重要性

13.2.2 酿酒实施品牌战略的意义

13.2.3 酿酒企业品牌的现状分析

13.2.4 我国酿酒企业的品牌战略

13.2.5 酿酒品牌战略管理的策略

13.3 酿酒经营策略分析

13.3.1 酿酒市场创新策略

13.3.2 品牌定位与品类规划

13.3.3 酿酒新产品差异化战略

第十四章 研究结论及投资建议

14.1 酿酒行业研究结论

14.2 酿酒行业投资价值评估

14.3 酿酒行业投资建议

14.3.1 行业发展策略建议

14.3.2 行业投资方向建议

14.3.3 行业投资方式建议

图表目录：

图表1：酿酒行业生命周期

图表2：酿酒行业产业链结构

图表3：2015-2019年全球酿酒行业市场规模

图表4：2015-2019年中国酿酒行业市场规模

图表5：2015-2019年酿酒行业重要数据指标比较

图表6：2015-2019年中国酿酒市场占全球份额比较

图表7：2015-2019年酿酒行业工业总产值

图表8：2015-2019年酿酒行业销售收入

图表9：2015-2019年酿酒行业利润总额

图表10：2015-2019年酿酒行业资产总计

图表11：2015-2019年酿酒行业负债总计

图表12：2015-2019年酿酒行业竞争力分析

图表13：2015-2019年酿酒市场价格走势

图表14：2015-2019年酿酒行业主营业务收入

图表15：2015-2019年酿酒行业主营业务成本

图表16：2015-2019年酿酒行业销售费用分析

图表17：2015-2019年酿酒所属行业管理费用分析

图表18：2015-2019年酿酒所属行业财务费用分析

图表19：2015-2019年酿酒行业销售毛利率分析

图表20：2015-2019年酿酒行业销售利润率分析

图表21：2015-2019年酿酒行业成本费用利润率分析

图表22：2015-2019年酿酒行业总资产利润率分析

图表23：2015-2019年酿酒行业集中度分析

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/479500.html>