

2020-2025年中国酿酒行业发展趋势预测及投资规划研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国酿酒行业发展趋势预测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：<https://www.huaon.com/channel/wine/627428.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

我国规模以上酿酒总产量呈现出逐年下降的态势，数据显示，2019年我国酿酒行业规模以上企业酿酒总产量5590.13万千升。

2016-2019年中国规模以上企业酿酒总产量

分酒种看，2019年我国啤酒企业总产量最高，达到3765.29万千升，同比增长1.09%；其次是白酒和发酵酒精，总产量分别为785.95万千升和691.58万千升；葡萄酒企业总产量最少，只有45.15万千升，同比下降10.09%。

2019年中国规模以上企业酿酒总产量细分市场

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及研究机构

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

1.3 酿酒行业研究机构

1.3.1 酿酒行业介绍

1.3.2 酿酒行业研究优势

1.3.3 酿酒行业研究范围

第二章 2015-2019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 77182011）
- 4、《预包装饮料酒标签通则》（GB103442005）
- 5、《食品安全国家标准蒸馏酒及其配制酒》（GB 27572012）

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 2015-2019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 2015-2019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 2015-2019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 2015-2019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 中国酿酒所属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年中国酿酒所属行业企业数量情况

2014-2019年，我国规模以上酿酒行业企业数量呈现出波动下降的趋势，2014年，中国规模以上酿酒行业企业数量为2602家，截止2019年12月，全国规模以上酿酒行业企业数量为2129家。

2014-2019年中国规模以上酿酒行业企业数量

6.1.2 2015-2019年中国酿酒所属行业企业竞争结构

6.2中国酿酒所属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中国酿酒所属行业市场规模分析及预测

6.4.1 2015-2019年中国酿酒所属行业市场规模分析

6.4.2 2020-2025年中国酿酒所属行业市场规模预测

6.5中国酿酒所属行业市场供需分析及预测

6.5.1中国酿酒所属行业市场供给分析

1、2015-2019年中国酿酒所属行业供给规模分析

2、2020-2025年中国酿酒所属行业供给规模预测

6.5.2中国酿酒所属行业市场需求分析

1、2015-2019年中国酿酒所属行业需求规模分析

2、2020-2025年中国酿酒所属行业需求规模预测

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

9.5 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 2020-2025年中国酿酒行业发展趋势与投资机会研究

11.1 2020-2025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 2020-2025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 2020-2025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 2020-2025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 2020-2025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行业建议「AK LWY」

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

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/wine/627428.html>