

2021年中国酿酒市场调研报告- 市场深度分析与投资前景研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国酿酒市场调研报告-市场深度分析与投资前景研究》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：<http://baogao.chinabaogao.com/jiulei/534500534500.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

酿酒，是指利用微生物发酵生产含一定浓度酒精饮料的过程，主要分为九大步骤：浸泡、蒸煮、冷却、拌曲、发酵、蒸馏、再拌曲再发酵、再蒸馏、调兑与灌装。

酿酒过程

资料来源：公开资料整理

从产业链来看，酿酒行业产业链上游主要为酿酒原料与酿酒容器，下游主要为商超、烟酒专卖店以及电商平台等。

酿酒行业产业链

资料来源：公开资料整理

从供需情况来看，近两年来我国规模以上酿酒企业产量数量呈下降态势，但得益于居民消费水平提高，我国酿酒行业营收和利润却稳步提升。

数据显示，截至2020年我国酿酒产业规模以上企业酿酒总产量5400.74万千升，同比下降3.39%。

2015-2020年我国规模以上酿酒企业产量变化

数据来源：中国酒业协会

其中，截至2020年我国规模以上酿酒企业啤酒产量为3411.11万千升，占比高达63.16%，位居第一，是我国酿酒产业主要产品类型；其次为发酵酒精、白酒、饮料酒、葡萄酒，占比分别为17.11%、13.72%、5.25%、0.77%。

2020年我国规模以上酿酒企业各类产品产量占比情况

数据来源：中国酒业协会

数据显示，截至2020年我国酿酒产业规模以上企业实现营业收入8353.31亿元，同比增长0.03%。

2015-2020年我国酿酒产业规模以上企业营业收入变化

数据来源：中国酒业协会

其中，2020年白酒行业仍为我国酿酒产业中最大的销售品种，且为除发酵酒精外唯一实现正向增长的饮料酒，实现营业收入为5836.39亿元，同比增长4.61%，占比高达69.87%。

2020年我国酿酒产业各类产品营业收入占比情况

数据来源：中国酒业协会

数据显示，截至2020年我国酿酒产业规模以上企业实现利润总额1792亿元，同比增长2015-2020年我国酿酒产业规模以上企业利润总额变化

数据来源：中国酒业协会

其中，截至2020年我国白酒行业实现利润总额达到1585.41亿元，占比高达的88.5%，高居于首位，为我国酿酒产业主要增长点。

2020年我国酿酒产业各类产品利润总额占比情况

数据来源：中国酒业协会

从市场竞争情况来看，自2017年以后我国规模以上酿酒企业数量呈缓慢增长趋势，但行业竞争仍较为激烈，市场竞争优势主要被龙头企业所占据，行业集中度较高。

数据显示，截至2019年我国规模以上酿酒企业数量为2129家，同比上年减少417家。

2015-2019年我国规模以上酿酒企业数量变化

数据来源：中国酒业协会

其中白酒类占比过半，规模以上企业数量达到1176家，占比为55.24%；其次为啤酒类，规模以上企业数量为373家，占比为17.52%。

2019年我国酿酒产业各类产品规模以上企业数量占比情况

数据来源：中国酒业协会

目前，我国酿酒产业相关代表企业主要有贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司、宜宾五粮液股份有限公司、泸州老窖股份有限公司等。

我国酿酒产业相关代表企业介绍

企业名称

简介

中国贵州茅台酒厂有限责任公司

目前，贵州茅台酒股份有限公司茅台酒年生产量四万吨；43°、38°、33°茅台酒拓展了茅台酒家族低度酒的发展空间。

宜宾五粮液股份有限公司

是一家以酒业为核心主业，大机械、大包装、大物流、大金融、大健康五大产业多元发展的特大型国有企业集团，有“中国酒王”之称，拥有从明初使用至今从未停止发酵的老窖池群以及一大批现代化、规模化的酿酒车间。

泸州老窖股份有限公司

国窖1573定位为中国白酒超高端品牌是塔尖，百年泸州老窖窖龄酒、泸州老窖特曲定位为商务与宴会用酒第一品牌组成塔柱，泸州老窖头曲和二曲为大众市场覆盖的第一品牌构筑塔基，并积极拓展养生酒产品和预调酒产品，开展以消费者需求为主导的定制酒业务。

江苏洋河酒厂股份有限公司

首创以“味”为主的绵柔型白酒质量新风格，强调入口绵爽、饮中柔和、饮后舒适的味觉感受，引领了中国白酒第三次革命，是与苏格兰威士忌产区、法国干邑产区齐名的世界三大湿地名酒产区之一。下辖洋河、双沟、泗阳三大酿酒生产基地和苏酒集团贸易股份有限公司，拥有洋河、双沟品牌的企业。

山西杏花村汾酒集团有限责任公司

拥有“汾”、“竹叶青”、“杏花村”三大中国驰名商标，我国清香型白酒的典型代表。

四川剑南春（集团）有限责任公司

是一家具有1500多年酿酒历史的中国大型白酒企业，是我国浓香型白酒的典型代表。

四川郎酒集团有限责任公司

始于1898年，其酿造历史可追溯到汉武帝时期，当时的宫廷贡酒“枸酱酒”即是郎酒前身。

贵州茅台酒厂（集团）习酒有限责任公司

是国内最早能同时生产酱香、浓香两种白酒香型的企業，是全国同行业首家同步中国方圆标志认证和法国BVQI认证的企业。

四川水井坊股份有限公司

是世界上最古老的酿酒作坊，品牌系列有：水井坊礼盒装（世纪典藏、风雅颂、公元十三等）、水井坊典藏装、水井坊井台装、天号陈、小水井、琼坛世家、往事等主要品种。

安徽古井贡酒股份有限公司

是中国老八大名酒企业之一，是以中国第一家同时发行A、B两支股票的白酒类上市公司安徽古井贡酒股份有限公司为核心的大型企业。资料来源：公开资料整理

从发展前景及趋势来看，2020年10月底，《中国酒业“十四五”发展指导意见（征求意见稿）》发布，提出在“十四五”末的2025年，中国酒类产业将实现酿酒总产量7010万千升、销售收入12130亿元、利润2600亿元，同比“十三五”末分别增长20.7%、41.2%、51.5%，我国酿酒产业发展前景广阔。

《中国酒业“十四五”发展指导意见（征求意见稿）》发展目标

指标

酿酒行业

酒精

白酒

啤酒

葡萄酒

黄酒

其他酒

到2025年达到产量（万千升）

7010

1620

800

39000

70

240

380

到2025年达到产量增速

20.7%

33.9%

6.7%

11.4%

75%

50%

153.3%

到2025年达到销售收入（亿元）

12130

930

8000

2100

200

250

650

到2025年达到销售收入增速

41.2%

60.3%

35.6%

40%

66.7%

38.9%

109.7%

到2025年达到利润总额（亿元）

2600

40

2000

300

40

50

170

到2025年达到利润总额增速

51.5%

33.3%

37%

100%

300%

139.1%

277.8%数据来源：中国酒业协会

在发展趋势方面，近年来我国酿酒行业在不断适应市场的变化，积极寻求转型升级，未来随着养生、健康等生活观念的转变，我国酿酒行业市场逐渐呈现出“五化”趋势：健康化多样化、高端化、大众化、新零售化和集中化。

我国酿酒行业未来发展趋势 资料来源：公开资料整理（shz）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国酿酒市场调研报告-市场深度分析与投资前景研究》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。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国酿酒行业发展概述

第一节 酿酒行业发展情况概述

一、酿酒行业相关定义

二、酿酒行业基本情况介绍

三、酿酒行业发展特点分析

四、酿酒行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售模式

五、酿酒行业需求主体分析

第二节 中国酿酒行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、酿酒行业产业链条分析

三、产业链运行机制

1、沟通协调机制

2、风险分配机制

3、竞争协调机制

四、中国酿酒行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国酿酒行业生命周期分析

一、酿酒行业生命周期理论概述

二、酿酒行业所属的生命周期分析

第四节 酿酒行业经济指标分析

一、酿酒行业的赢利性分析

二、酿酒行业的经济周期分析

三、酿酒行业附加值的提升空间分析

第五节 中国酿酒行业进入壁垒分析

一、酿酒行业资金壁垒分析

二、酿酒行业技术壁垒分析

三、酿酒行业人才壁垒分析

四、酿酒行业品牌壁垒分析

五、酿酒行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球酿酒行业市场发展现状分析

第一节 全球酿酒行业发展历程回顾

第二节 全球酿酒行业市场区域分布情况

第三节 亚洲酿酒行业地区市场分析

- 一、亚洲酿酒行业市场现状分析
- 二、亚洲酿酒行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲酿酒行业市场前景分析
- 第四节 北美酿酒行业地区市场分析
 - 一、北美酿酒行业市场现状分析
 - 二、北美酿酒行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美酿酒行业市场前景分析
- 第五节 欧洲酿酒行业地区市场分析
 - 一、欧洲酿酒行业市场现状分析
 - 二、欧洲酿酒行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧洲酿酒行业市场前景分析
- 第六节 2021-2026年世界酿酒行业分布走势预测
- 第七节 2021-2026年全球酿酒行业市场规模预测

第三章 中国酿酒产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品酿酒总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国酿酒行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国酿酒产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 中国酿酒行业运行情况

第一节 中国酿酒行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 三、行业发展特点分析
- 第二节 中国酿酒行业市场规模分析
- 第三节 中国酿酒行业供应情况分析
- 第四节 中国酿酒行业需求情况分析
- 第五节 我国酿酒行业细分市场分析
 - 一、细分市场一
 - 二、细分市场二
 - 三、其它细分市场
- 第六节 中国酿酒行业供需平衡分析
- 第七节 中国酿酒行业发展趋势分析

第五章 中国酿酒所属行业运行数据监测

- 第一节 中国酿酒所属行业总体规模分析
 - 一、企业数量结构分析
 - 二、行业资产规模分析
- 第二节 中国酿酒所属行业产销与费用分析
 - 一、流动资产
 - 二、销售收入分析
 - 三、负债分析
 - 四、利润规模分析
 - 五、产值分析
- 第三节 中国酿酒所属行业财务指标分析
 - 一、行业盈利能力分析
 - 二、行业偿债能力分析
 - 三、行业营运能力分析
 - 四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国酿酒市场格局分析

- 第一节 中国酿酒行业竞争现状分析
 - 一、中国酿酒行业竞争情况分析
 - 二、中国酿酒行业主要品牌分析
- 第二节 中国酿酒行业集中度分析
 - 一、中国酿酒行业市场集中度影响因素分析

二、中国酿酒行业市场集中度分析

第三节 中国酿酒行业存在的问题

第四节 中国酿酒行业解决问题的策略分析

第五节 中国酿酒行业钻石模型分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国酿酒行业需求特点与动态分析

第一节 中国酿酒行业消费市场动态情况

第二节 中国酿酒行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 酿酒行业成本结构分析

第四节 酿酒行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国酿酒行业价格现状分析

第六节 中国酿酒行业平均价格走势预测

一、中国酿酒行业价格影响因素

二、中国酿酒行业平均价格走势预测

三、中国酿酒行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国酿酒行业区域市场现状分析

第一节 中国酿酒行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区酿酒市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区酿酒市场规模分析

四、华东地区酿酒市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区酿酒市场规模分析
- 四、华中地区酿酒市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区酿酒市场规模分析
- 四、华南地区酿酒市场规模预测

第九章 2017-2020年中国酿酒行业竞争情况

第一节 中国酿酒行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国酿酒行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国酿酒行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 酿酒行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国酿酒行业发展前景分析与预测

第一节 中国酿酒行业未来发展前景分析

一、酿酒行业国内投资环境分析

二、中国酿酒行业市场机会分析

三、中国酿酒行业投资增速预测

第二节 中国酿酒行业未来发展趋势预测

第三节 中国酿酒行业市场发展预测

一、中国酿酒行业市场规模预测

二、中国酿酒行业市场规模增速预测

三、中国酿酒行业产值规模预测

四、中国酿酒行业产值增速预测

五、中国酿酒行业供需情况预测

第四节 中国酿酒行业盈利走势预测

一、中国酿酒行业毛利润同比增速预测

二、中国酿酒行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国酿酒行业投资风险与营销分析

第一节 酿酒行业投资风险分析

一、酿酒行业政策风险分析

二、酿酒行业技术风险分析

三、酿酒行业竞争风险分析

四、酿酒行业其他风险分析

第二节 酿酒行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国酿酒行业发展战略及规划建议

第一节 中国酿酒行业品牌战略分析

一、酿酒企业品牌的重要性

二、酿酒企业实施品牌战略的意义

三、酿酒企业品牌的现状分析

四、酿酒企业的品牌战略

五、酿酒品牌战略管理的策略

第二节 中国酿酒行业市场的关键客户战略实施

一、实施关键客户战略的必要性

二、合理确立关键客户

三、对关键客户的营销策略

四、强化关键客户的管理

五、实施关键客户战略要重点解决的问题

第三节 中国酿酒行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第四节 酿酒行业竞争力提升策略

一、酿酒行业产品差异性策略

二、酿酒行业个性化服务策略

三、酿酒行业的促销宣传策略

四、酿酒行业信息智能化策略

五、酿酒行业品牌化建设策略

六、酿酒行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国酿酒行业发展策略及投资建议

第一节 中国酿酒行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国酿酒行业营销渠道策略

一、酿酒行业渠道选择策略

二、酿酒行业营销策略

第三节 中国酿酒行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国酿酒行业重点投资区域分析

二、中国酿酒行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiulei/534500534500.html>