

2016-2022年中国酱香型白酒行业深度研究及投资 定位分析报告

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《2016-2022年中国酱香型白酒行业深度研究及投资定位分析报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/jiulei/237994237994.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

酱香白酒为发烧而生：伴随着郎酒的成功转型，酱香型白酒近年来，在国酒茅台的引导下，酱香型白酒的二线老牌名酒开始复苏、新品牌不断涌现。酱香酒品牌众多，放眼全国茅台旗下就有习酒、茅台王子酒、茅台迎宾酒、仁酒等品牌；郎酒、武陵、赖茅等老品牌纷纷重出江湖，将主打品牌换成酱香酒或兼做酱香酒；在贵州更是如此，国台酒、金沙回沙、老土人家、贵州迎宾酒、镇酒等新品牌也如雨后春笋般有了自己的一席之地。除了原有酱香企业的复苏以外，业外大资本和主流企业进入酱酒领域加速推动了酱酒的发展。目前，酱酒领域除了茅台和郎酒外，五粮液已经挟10年苦心积累杀向酱酒，推出了永福酱酒。不仅如此，业外的大资本表现得更加疯狂。譬如IT巨头联想收购武陵、海航入驻怀酒；现代中药龙头企业天士力更是10年前已经在茅台镇开始投入巨资，如今，国台酒业已经成为茅台镇第二大酿酒企业，并且已经实现销售近10个亿。这些业外巨头的企业体量都不亚于茅台，甚至远远高于茅台；这些实力雄厚的企业杀入酱酒领域不但会改变目前的两强格局，而且将大大提升酱酒的市场份额，让中国酱酒领域呈现出“百花齐放”的局面。

对于中国白酒行业而言，在历经清香、浓香时代之后，酱香天下已然来临。由于越来越多消费者青睐酱香白酒，酱香白酒市场份额正逐渐扩大，市场份额不到5%的酱香型白酒，占据了20%的行业利润空间。在高额利润空间吸引下，众多白酒企业纷纷投身酱香市场，就连一些从未涉足酱香白酒领域的厂家也纷纷试水。未来10年，酱香型白酒市场份额将大大提升并有望达30%左右。目前市场呈现出“蜂拥而至，市场火爆”、“高增长，高利润”、“品牌不清，标准不清”。随着现在生活水平的提高，健康消费理念逐渐形成，现在越来越多的消费者追求的是生态、健康。白酒行业刚刚经历塑化剂风波，我国还没有专门针对白酒塑化剂的检测标准；行业内的龙头企业是业内生产规范、技术先进和设备精良的代表，龙头企业涉嫌塑化剂超标，损害了行业的整体形象，具体表现在消费市场的不买单和投资市场的低迷，这一时引起了消费者对白酒安全的质疑。

五年后酱酒产业的拐点会慢慢浮现出来，未来酱酒产能也将朝着量缩价平角度发展，新一轮的下行趋势已经来领。企业盲目的扩张产能之后，市场无法消化带来的恶果和机会并存，一方面大企业会利用成本优势，将推平区域品牌的市场沟壑和壁垒，越来越多的中小微区域白酒品牌将在全国化集团军的围攻下走向并购重组之路，区域品牌这样的背景下，必须加强品牌化的运作，以建立消费者忠诚度，维持自己的市场热度和生存能力。另一方面纺锤形的市场结构将日趋成熟，企业在追求利润和规模的背景下，中档产品将成为市场竞争的新战场，扩大中档市场的销售额和品牌影响力，将成为酱香白酒品牌重点打造的方向。在这样的市场环境下，像茅台这样的高端品牌也会随时出现，塔尖型产品将给企业带来发展机会。

中国报告网发布的《2016-2022年中国酱香型白酒行业深度研究及投资定位分析报告》首先介绍了酱香型白酒行业市场相关概念、分类、应用、经营模式，行业全球及中国市场现状，产业政策生产工艺技术等，接着统计了行业部分企业盈利、负债、成长能力等详细数据

，对行业现有竞争格局与态势做了深度剖析；结合产业上下游市场、营销渠道及中国政策环境，经济环境，对行业未来投资前景作出审慎分析与预测。

【报告大纲】

第一部分 发展环境分析

第一章 酱香型白酒行业发展概述

第一节 酱香型白酒行业定义

一、酱香型白酒定义

二、酱香型白酒应用

第二节 酱香型白酒行业发展概况

一、全球酱香型白酒行业发展概况

二、酱香型白酒国内行业现状阐述

第二章 2015年中国酱香型白酒企业PEST（环境）分析

第一节 经济环境分析

第二节 政策环境分析

第三节 社会环境分析

第四节 技术环境分析

第二部分 市场现状分析

第三章 2013-2015年中国酱香型白酒行业市场规模分析

第一节 2013-2015年中国酱香型白酒行业市场规模分析

第二节 2013-2015年中国酱香型白酒行业基本特点分析

第三节 2013-2015年中国酱香型白酒行业销售收入分析

第四节 2013-2015年中国酱香型白酒行业市场集中度分析

第五节 2013-2015年中国酱香型白酒行业市场占有率分析

第六节 2016-2022年中国酱香型白酒行业市场规模预测

第四章 中国酱香型白酒产业链结构分析

第一节 中国酱香型白酒产业链结构

一、产业链概况

二、特征

第二节 中国酱香型白酒产业链演进趋势

一、产业链生命周期分析

二、产业链价值流动分析

三、演进路径与趋势

第三节 中国酱香型白酒产业链竞争分析

第五章 中国酱香型白酒行业区域市场分析

第一节 2015年华北地区酱香型白酒行业分析

一、2015年行业发展现状分析

二、2015年市场规模情况分析

三、2015年市场需求情况分析

四、2016-2022年行业发展前景预测

第二节 2015年东北地区酱香型白酒行业分析

一、2015年行业发展现状分析

二、2015年市场规模情况分析

三、2015年市场需求情况分析

四、2016-2022年行业发展前景预测

第三节 2015年华东地区酱香型白酒行业分析

一、2015年行业发展现状分析

二、2015年市场规模情况分析

三、2015年市场需求情况分析

四、2016-2022年行业发展前景预测

第四节 2015年华南地区酱香型白酒行业分析

一、2015年行业发展现状分析

二、2015年市场规模情况分析

三、2015年市场需求情况分析

四、2016-2022年行业发展前景预测

第五节 2015年华中地区酱香型白酒行业分析

一、2015年行业发展现状分析

二、2015年市场规模情况分析

三、2015年市场需求情况分析

四、2016-2022年行业发展前景预测

第六节 2015年西南地区酱香型白酒行业分析

一、2015年行业发展现状分析

二、2015年市场规模情况分析

三、2015年市场需求情况分析

四、2016-2022年行业发展前景预测

第七节 2015年西北地区酱香型白酒行业分析

一、2015年行业发展现状分析

二、2015年市场规模情况分析

三、2015年市场需求情况分析

四、2016-2022年行业发展前景预测

第六章 中国酱香型白酒制造行业成本费用分析

第一节 2013-2015年酱香型白酒制造行业产品销售成本分析

一、2013-2015年行业销售成本总额分析

二、不同规模企业销售成本比较分析

三、不同所有制企业销售成本比较分析

第二节 2013-2015年酱香型白酒制造行业销售费用分析

一、2013-2015年行业销售费用总额分析

二、不同规模企业销售费用比较分析

三、不同所有制企业销售费用比较分析

第三节 2013-2015年酱香型白酒制造行业管理费用分析

一、2013-2015年行业管理费用总额分析

二、不同规模企业管理费用比较分析

三、不同所有制企业管理费用比较分析

第四节 2013-2015年酱香型白酒制造行业财务费用分析

一、2013-2015年行业财务费用总额分析

二、不同规模企业财务费用比较分析

三、不同所有制企业财务费用比较分析

第七章 2013-2015年酱香型白酒行业相关行业市场运行综合分析

第一节 2013-2015年酱香型白酒行业上游运行分析

一、酱香型白酒行业上游介绍

二、酱香型白酒行业上游发展状况分析

三、酱香型白酒行业上游对酱香型白酒行业影响力分析

第二节 2013-2015年酱香型白酒行业下游运行分析

一、酱香型白酒行业下游介绍

二、酱香型白酒行业下游发展状况分析

三、酱香型白酒行业下游对酱香型白酒行业影响力分析

第八章 中国酱香型白酒行业进出口分析

第一节 2013-2015年兼香型白酒行业进口数据分析

第二节 2013-2015年兼香型白酒行业出口数据分析

第三节 2016-2022年兼香型白酒行业进口数据预测

第四节 2016-2022年兼香型白酒行业出口数据预测

第三部分 行业竞争分析

第九章 酱香型白酒行业竞争格局分析

第一节 酱香型白酒行业集中度分析

一、酱香型白酒市场集中度分析

二、酱香型白酒企业集中度分析

三、酱香型白酒区域集中度分析

第二节 酱香型白酒行业竞争格局分析

- 一、2015年酱香型白酒行业竞争分析
- 二、2015年中外酱香型白酒产品竞争分析
- 三、2015年国内外酱香型白酒竞争分析
- 四、2015年我国酱香型白酒市场竞争分析
- 五、2015年我国酱香型白酒市场集中度分析
- 六、国内主要酱香型白酒企业动向

第十章 重点企业经营状况分析

第一节 贵州茅台

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业成长性分析
- 四、企业经营能力分析
- 五、企业盈利能力及偿债能力分析

第二节 五粮液

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业成长性分析
- 四、企业经营能力分析
- 五、企业盈利能力及偿债能力分析

第三节 泸州老窖

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业成长性分析
- 四、企业经营能力分析
- 五、企业盈利能力及偿债能力分析

第四节 水井坊

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业成长性分析
- 四、企业经营能力分析
- 五、企业盈利能力及偿债能力分析

第五节 古井贡酒

- 一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

五、企业盈利能力及偿债能力分析

第六节 洋河股份

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

五、企业盈利能力及偿债能力分析

第七节 酒鬼酒

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

五、企业盈利能力及偿债能力分析

第八节 黄台酒业

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

五、企业盈利能力及偿债能力分析

第九节 金种子酒

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

五、企业盈利能力及偿债能力分析

第十节 老白干酒

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

五、企业盈利能力及偿债能力分析

第四部分 投资策略分析

第十一章 2016-2022年中国酱香型白酒行业发展预测分析

第一节 2016-2022年中国酱香型白酒产业宏观预测

- 一、2016-2022年中国酱香型白酒行业宏观预测
- 二、2016-2022年中国酱香型白酒工业发展展望
- 三、中国酱香型白酒业发展状况预测分析

第二节 2016-2022年中国酱香型白酒市场形势分析

- 一、2016-2022年中国酱香型白酒生产形势分析预测
- 二、影响中国酱香型白酒市场运行的因素分析

第三节 2016-2022年中国酱香型白酒市场趋势分析

- 一、2016-2022年中国酱香型白酒市场趋势总结
- 二、2016-2022年中国酱香型白酒发展趋势分析
- 三、2016-2022年中国酱香型白酒市场发展空间
- 四、2016-2022年中国酱香型白酒产业政策趋向

第十二章 2016-2022年中国酱香型白酒行业投资风险及战略研究

第一节 酱香型白酒投资现状分析

- 一、2013-2015年投资规模情况
- 二、2013-2015年分地区投资分析
- 三、2013-2015年外商投资情况

第二节 酱香型白酒行业投资效益分析

- 一、2013-2015年酱香型白酒行业投资状况分析
- 二、2016-2022年酱香型白酒行业投资效益分析
- 三、2016-2022年酱香型白酒行业投资趋势预测
- 四、2016-2022年酱香型白酒行业的投资方向
- 五、2016-2022年酱香型白酒行业投资的建议

第十三章 酱香型白酒行业发展战略及风险研究

第一节 酱香型白酒行业发展战略分析

- 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

第二节 酱香型白酒行业环境风险

- 一、国际经济环境风险

二、汇率风险

三、宏观经济风险

四、宏观经济政策风险

五、区域经济变化风险

六、酱香型白酒行业产业链风险

第三节 酱香型白酒行业政策风险

第四节 酱香型白酒行业市场风险

一、市场供需风险

二、价格风险

三、竞争风险

第五节 酱香型白酒行业其他风险分析

图表目录

图表 2013-2015年酱香型白酒行业市场供给

图表 2013-2015年酱香型白酒行业市场需求

图表 2013-2015年酱香型白酒行业市场规模

图表 2013年中国酱香型白酒所属行业全部企业数据分析

图表 2014年中国酱香型白酒所属行业全部企业数据分析

图表 2015年中国酱香型白酒所属行业全部企业数据分析

特别说明：中国报告网所出具的报告会随时间，市场变化调整更新，帮助用户掌握最新市场行情。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiulei/237994237994.html>