2021年中国酿造行业分析报告-行业全景评估与投资规划分析

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年中国酿造行业分析报告-行业全景评估与投资规划分析》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.chinabaogao.com/baogao/202112/563075.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: sales@chinabaogao.com

联 系 人 : 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

酿造是一种发酵制造工艺，主要是利用发酵作用制造，包括酒、醋、酱油等。
一、酿酒市场

酿酒是指利用微生物发酵生产含一定浓度酒类的过程。2020年受新冠肺炎疫情影响，企业复工复产时间延后，产量出现下降。但进入2021年，受疫情得到有效控制，市场消费需求的回升，产量得到增长。据国家统计局数据，2021年1-10月，中国酿酒行业规模以上企业酿酒总产量4593.85万千升，同比增长3.37%。
2015-2021年10月中国酿酒行业规模以上企业产量及增速情况

数据来源：国家统计局，观研天下整理
从细分产品来看，啤酒产量最大，葡萄酒、发酵酒精产量呈现连续下降趋势，白酒方面虽然在2021年1-10月期间产量有所增长，但整体来看，也呈现连续下降趋势。数据显示，2021年1-10月，白酒产量558.19万千升，同比增长5.49%；啤酒产量3132.65万千升，同比增长4.83%；葡萄酒产量20.48万千升，同比下降34.67%；发酵酒精产量640.12万千升，同比下降3.97%。
2015-2021年10月中国酿酒行业产量细分

数据来源：国家统计局，观研天下整理
二、酿造醋市场

2016-2019年，我国食醋产品产量呈现逐年增加的态势。2020年受疫情影响，产量有所下降。而预计随着疫情的有效控制，开工率将不断提升，产量也将有所回升。数据显示，2020年中国调味品著名品牌企业100强统计的食醋企业有37家，食醋生产总量为160万吨，同比下降7%。预测2021年我国食醋生产总量为**万吨左右。
2016-2021年我国百强企业食醋产量预测情况

数据来源：中国调味品协会，观研天下整理
销售方面，与产量走势相同。2020年受疫情影响，销量有所下降。而预计随着疫情的有效控制，开工率将不断提升，销量也将有所回升。数据显示，2020年食醋行业销售收入为56亿元，同比下降13.85%。预测2021年我国食醋销量为**万吨左右。
2016-2021年我国百强企业食醋销量预测情况

数据来源：中国调味品协会，观研天下整理

三、酱油市场

自2018年以来，我国酱油产量呈现逐年增加的态势。数据显示，截止到2021年8月，我国酱油累计产量为468.6万吨，同比增长8.62%。
2016-2021年8月我国酱油产量情况

数据来源：国家统计局，观研天下整理
需求方面，酱油具有丰富的营养价值，含有多种呈味物质，口感鲜美，深受人们喜爱。在经历2015-2018年不断下降后，自2018年以来我国酱油需求量就呈现不断增长态势。2021年上半年我国酱油需求量为341.1万吨。
2014-2021年上半年中国酱油需求量情况

数据来源：国家统计局，观研天下整理
人均消费两方面，在经历2015-2019年不断下降后，2020年开始回升。数据显示，2020年中国酱油人均需求量达4.86千克/人，较2019年增加了0.10千克/人，同比增长2.1%。
2015-2020年中国酱油人均需求量情况

数据来源：国家统计局，观研天下整理
从国内供需市场整体来看，产量要大于销量，因此我国部分酱油产品主要用于出口。根据数据显示，截止到2021年10月，我国酱油出口144,279,347千克，出口金额为140,339,243美元；进口量为10,869,846千克，进口金额为18,864,962美元。
2016-2021年10月我国酱油出口量与金额情况　时间　出口量（千克）　进口量（千克）　出口金额（美元）　进口金额（美元）　2016年　127,397,434　13,774,100　119,395,881　21,089,902 2017年 133,731,058 14,614,111 122,189,212 23,282,353 2018年 153,935,723 13,359,848　138,196,174　20,866,732　2019年　158,724,511　14,484,921　148,397,209　22,887,351　2020年　157,793,242　11,803,619　150,936,463　19,919,159　2021年1-10月　144,279,347 10,869,846 140,339,243 18,864,962
数据来源：国家统计局，观研天下整理（WW）
观研报告网发布的《2021年中国酿造行业分析报告-行业全景评估与投资规划分析》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。
行业报告是业内企业、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。

【目录大纲】

第一章2017-2021年中国酿造行业发展概述
第一节 酿造行业发展情况概述
一、酿造行业相关定义
二、酿造行业基本情况介绍
三、酿造行业发展特点分析
四、酿造行业经营模式
1、生产模式
2、采购模式
3、销售/服务模式
五、酿造行业需求主体分析
第二节 中国酿造行业上下游产业链分析
一、产业链模型原理介绍
二、酿造行业产业链条分析
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、中国酿造行业产业链环节分析
1、上游产业
2、下游产业
第三节 中国酿造行业生命周期分析
一、酿造行业生命周期理论概述

二、酿造行业所属的生命周期分析
第四节 酿造行业经济指标分析
一、酿造行业的赢利性分析
二、酿造行业的经济周期分析
三、酿造行业附加值的提升空间分析
第五节 中国酿造行业进入壁垒分析
一、酿造行业资金壁垒分析
二、酿造行业技术壁垒分析
三、酿造行业人才壁垒分析
四、酿造行业品牌壁垒分析
五、酿造行业其他壁垒分析
第二章2017-2021年全球酿造行业市场发展现状分析
第一节 全球酿造行业发展历程回顾
第二节 全球酿造行业市场区域分布情况
第三节 亚洲酿造行业地区市场分析
一、亚洲酿造行业市场现状分析
二、亚洲酿造行业市场规模与市场需求分析
三、亚洲酿造行业市场前景分析
第四节 北美酿造行业地区市场分析
一、北美酿造行业市场现状分析
二、北美酿造行业市场规模与市场需求分析
三、北美酿造行业市场前景分析
第五节 欧洲酿造行业地区市场分析
一、欧洲酿造行业市场现状分析
二、欧洲酿造行业市场规模与市场需求分析
三、欧洲酿造行业市场前景分析
第六节2021-2026年世界酿造行业分布走势预测
第七节2021-2026年全球酿造行业市场规模预测
第三章 中国酿造产业发展环境分析
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、全社会消费品零售总额
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 中国酿造行业政策环境分析
一、行业监管体制现状
二、行业主要政策法规
第三节 中国酿造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 中国酿造行业运行情况
第一节 中国酿造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 中国酿造行业市场规模分析
第三节 中国酿造行业供应情况分析
第四节 中国酿造行业需求情况分析
第五节 我国酿造行业细分市场分析
1、细分市场一
2、细分市场二
3、其它细分市场
第六节 中国酿造行业供需平衡分析
第七节 中国酿造行业发展趋势分析
第五章 中国酿造所属行业运行数据监测
第一节 中国酿造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 中国酿造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 中国酿造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2017-2021年中国酿造市场格局分析
第一节 中国酿造行业竞争现状分析
一、中国酿造行业竞争情况分析
二、中国酿造行业主要品牌分析
第二节 中国酿造行业集中度分析
一、中国酿造行业市场集中度影响因素分析
二、中国酿造行业市场集中度分析
第三节 中国酿造行业存在的问题
第四节 中国酿造行业解决问题的策略分析
第五节 中国酿造行业钻石模型分析
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2017-2021年中国酿造行业需求特点与动态分析
第一节 中国酿造行业消费市场动态情况
第二节 中国酿造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 酿造行业成本结构分析
第四节 酿造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 中国酿造行业价格现状分析
第六节 中国酿造行业平均价格走势预测

一、中国酿造行业价格影响因素
二、中国酿造行业平均价格走势预测
三、中国酿造行业平均价格增速预测
第八章2017-2021年中国酿造行业区域市场现状分析
第一节 中国酿造行业区域市场规模分布
第二节 中国华东地区酿造市场分析
一、华东地区概述
二、华东地区经济环境分析
三、华东地区酿造市场规模分析
四、华东地区酿造市场规模预测
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、华中地区酿造市场规模分析
四、华中地区酿造市场规模预测
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、华南地区酿造市场规模分析
四、华南地区酿造市场规模预测
第五节 华北地区酿造市场分析
一、华北地区概述
二、华北地区经济环境分析
三、华北地区酿造市场规模分析
四、华北地区酿造市场规模预测
第六节 东北地区市场分析
一、东北地区概述
二、东北地区经济环境分析
三、东北地区酿造市场规模分析
四、东北地区酿造市场规模预测
第七节 西部地区市场分析
一、西部地区概述
二、西部地区经济环境分析
三、西部地区酿造市场规模分析
四、西部地区酿造市场规模预测

第九章2017-2021年中国酿造行业竞争情况
第一节 中国酿造行业竞争结构分析（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 中国酿造行业SCP分析
一、理论介绍
二、SCP范式
三、SCP分析框架
第三节 中国酿造行业竞争环境分析（PEST）
一、政策环境
二、经济环境
三、社会环境
四、技术环境
第十章 酿造行业企业分析（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年中国酿造行业发展前景分析与预测
第一节 中国酿造行业未来发展前景分析
一、酿造行业国内投资环境分析
二、中国酿造行业市场机会分析
三、中国酿造行业投资增速预测
第二节 中国酿造行业未来发展趋势预测
第三节 中国酿造行业市场发展预测
一、中国酿造行业市场规模预测
二、中国酿造行业市场规模增速预测
三、中国酿造行业产值规模预测
四、中国酿造行业产值增速预测
五、中国酿造行业供需情况预测
第四节 中国酿造行业盈利走势预测
一、中国酿造行业毛利润同比增速预测
二、中国酿造行业利润总额同比增速预测
第十二章2021-2026年中国酿造行业投资风险与营销分析
第一节 酿造行业投资风险分析
一、酿造行业政策风险分析
二、酿造行业技术风险分析
三、酿造行业竞争风险分析
四、酿造行业其他风险分析
第二节 酿造行业应对策略
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年中国酿造行业发展战略及规划建议
第一节 中国酿造行业品牌战略分析
一、酿造企业品牌的重要性
二、酿造企业实施品牌战略的意义
三、酿造企业品牌的现状分析
四、酿造企业的品牌战略
五、酿造品牌战略管理的策略
第二节 中国酿造行业市场的重点客户战略实施
一、实施重点客户战略的必要性
二、合理确立重点客户
三、对重点客户的营销策略
四、强化重点客户的管理
五、实施重点客户战略要重点解决的问题
第三节 中国酿造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
第十四章2021-2026年中国酿造行业发展策略及投资建议
第一节 中国酿造行业产品策略分析
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 中国酿造行业营销渠道策略
一、酿造行业渠道选择策略
二、酿造行业营销策略
第三节 中国酿造行业价格策略
第四节 观研天下行业分析师投资建议
一、中国酿造行业重点投资区域分析
二、中国酿造行业重点投资产品分析

图表详见报告正文·····

详细请访问：https://www.chinabaogao.com/baogao/202112/563075.html