

2021年中国酱香型白酒市场分析报告- 产业规模现状与发展规划趋势

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年中国酱香型白酒市场分析报告-产业规模现状与发展规划趋势》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/530113530113.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

酱香型亦称茅香型，属大曲酒类，是白酒的一种，其酱香突出，幽雅细致，酒体醇厚，回味悠长，清澈透明，色泽微黄。近年来，随着我国酱香型白酒产业整体收入规模的扩大以及人们消费习惯的转型升级，行业利润空间增大，从而吸引越来越多的资本企业对行业关注度不断提升。

2011-2019年中国酱香型白酒行业销售收入及增长情况 数据来源：公开资料整理

2011-2018年中国酱香型白酒行业市场规模及增长情况 数据来源：公开资料整理

一、供应商的议价能力

供应商可以通过提价或降低所购买产品的质量或服务的威胁来向产业从业者施加压力，供应商施加的压力可以迫使一个产业因无法使价格跟上成本的增长而失去利润。影响供应商议价能力的因素有：相对于买主数量的供应商数量、卖方产业的集中化程度、卖方对整个产业的供货量等。而酱香型白酒产业的供应商包括酿酒原料供应商、设备供应商、包装材料供应商和物流企业等，其议价能力大致如下：

我国酱香型白酒行业供应商议价能力

供应商类型

议价能力

酿酒原料供应商

酱香型白酒酿造，多使用当地出产的高粱和小麦为原料。云贵高原独特的地理环境导致了种植分散，种植者毫无议价能力。而原料收购中间商拥有较强的议价能力，他们可以选择较高的价格将原料出售给竞价最高的酿酒企业。但这一议价能力受双方供求关系的影响，在种植者出产较少、行业需求旺盛时，议价能力较高；在农户大量种植、酱香型白酒酿造较为低迷时，其议价能力降低

设备供应商

酱香型白酒酿造多数使用传统技术，制曲、酿酒等工艺环节大量使用劳动力，对设备的需求普遍不高，加上中国制造业的饱和与转型，设备供应商的议价能力有限。但随着食品安全观念的增强和国家对食品生产企业监管的加强，高精密度实验仪器、软件管理系统等方面的需求上升，这类供应商具有较强的议价能力

包装材料供应商

受到中国酱香型白酒企业创新不足、设计乏力的影响，各企业、各种类产品之间很难在包装和设计上有所突破。同时，包装设计供应商也缺乏设计创新，产品雷同，导致其产品替代者众多，尚未形成较强的议价能力

物流企业

物流企业拥有强大的交通运输网络，能将酱香型白酒产品运送到全世界的每一个角落。这是

酱香型白酒企业所不可或缺的，如果酒企自建运输网络，耗费巨大。并且，酱香型白酒产能的相对分散、总量相对较小，在面对物流企业时，往往无可奈何。因此，物流企业拥有较强的议价能力数据来源：公开资料整理

二、购买者的议价能力

买方议价能力受到诸多条件的影响，如相对于供应商数量的买主数量、单个买主的购买量、可供买方选择的替代产品数量、买方选择替代产品的成本、买方逆向合并的威胁以及购买者对信息的掌握程度。因此，对于酱香型白酒产业而言，不同层次买方的议价能力是不同的。

我国酱香型白酒行业购买者议价能力

购买商类型

议价能力

原酒买家

在酱香型白酒产业经营过程中，多数厂商均提供原酒或贴牌服务，原酒买家因其需求量大、产品生产环节较少，也时常能够压低进货价格，从而压缩酱香型白酒生产厂商的利润空间

渠道商

酱香型白酒是一种日常消费品，零售商往往能直接影响消费者的购买决策，因此零售商具有较强的议价能力，尤其是大型零售商议价能力最强。同时，随着苏宁、京东、酒仙网等电子商务平台的崛起，白酒行业新零售模式呼之欲出，且借助其平台优势，往往也拥有较强的议价能力

普通个体消费者

议价能力较弱

团购买主

团购买主因其需求量大，总是能将价格压缩到一个合适的幅度，迫使酱香型白酒生产厂家接受较低的价格。但是对于茅台这类高端酒议价能力较弱数据来源：公开资料整理

三、新进入者的威胁

我国酱香型白酒产业具有较高的资金、生产许可壁垒，在酱香型白酒生产的各个环节都受到政府政策的限制，除生产许可外，卫生检查、质量指标、环境保护、低碳排放等方面都受到严格的政府监管，所以政策监管成为新进入者一大壁垒。同时，现有的酱香型白酒生产企业对新进入者有着一定程度上的抵触，比如金沙回沙酒在贵州省与习酒“厮杀”。在此情况下，酱香型白酒产业新进入者的威胁较小。

四、替代品的威胁

酱香型白酒是一种高酒精度的饮料，这一属性决定了其并非消费者唯一可选择的品类。随着消费观念、健康观念和消费习惯的改变，酱香型白酒面临的替代品威胁也在逐渐变化，例如其他味道的白酒、啤酒、果酒、进口洋酒、药酒等等。

我国酱香型白酒行业替代品的威胁

替代品种类

造成的威胁

其他香型白酒

除了酱香型白酒之外，还有浓香型、清香型、老白干香型等不同种类，同为高酒精度饮品，导致不同香型白酒之间的高替代性

啤酒

啤酒以其低酒精度和独特的风味、口感和文化历史传承，在青年消费者中享有绝对主导地位；而且在KTV、酒吧等消费场所，啤酒是消费者酒品饮料的不二选择，成为白酒的重要替代品

果酒

长期以来，消费者形成了白酒高酒精度不利于人体健康的观念；而以葡萄酒为代表的果酒不仅在一定程度上有利于人体进口，还拥有特点文化内涵，在年轻消费者、宴请等日常消费中占据重要的位置

黄酒

随着消费者健康意识不断增强，酒类消费理念逐渐向低度、健康转变，黄酒以较低的酒精度数、富含多种营养元素、具有多重生理保健价值顺应了这一消费潮流，受到部分消费者的喜爱。所以从某种程度上说，黄酒也是酱香型白酒的一种强有力的替代品

进口洋酒

中国酱香型白酒是世界蒸馏酒家族中的一员，与进口洋酒几乎可相互替代

酒化食品

酒化食品的酒精分子被食品营养分子所束缚而不能脱离食品营养分子，能为人们提供可口、舒适的食物，兼具营养性和保健功能，例如朗姆酒味冰激凌、酒味牛奶、料酒等。因此，酒化食品的出现，也会给酱香型白酒产业发展带来一定的影响数据来源：公开资料整理

五、同业竞争者的竞争程度

目前，我国酱香型白酒产业形成“一超两强”的竞争格局，市场集中度较高，头部企业市场占比大。其中，国内酱香型白酒的龙头企业是贵州茅台，2019年营收854.3亿元，市占率超过60%，处于市场主导地位；其次是四川郎酒和贵州习酒，2019年营收分别为53.28亿元、79.8亿元，市占率分别为3.95%、5.91%；国台酒业、金沙酒业、贵州珍酒及钓鱼台酒业位列市场第三梯队，市占率分别为1.4%、1.13%、0.74%、0.74%。

中国酱香型白酒行业竞争格局

层级

企业名称

2019年营收(亿元)

同比增长

市占率

核心产品

产能

第一梯队

贵州茅台

854.3

15%

63.28%

飞天茅台、汉酱、赖茅、茅台主子酒

规划112000吨

第二梯队

四川郎酒

83.48 (酱酒为53.28亿)

12% (酱酒增速39%)

3.95%

青花郎、红花郎

18000吨

贵州习酒

79.8

40.69%

5.91%

窖藏1988

规划近50000吨

第三梯队

国台酒业

18.87

60%

1.40%

国标

5300吨

金沙酒业

15.26

165%

1.13%

摘要

规划30000吨

贵州珍酒

10

67%

0.74%

珍15

大于5000吨

钓鱼台酒业

10

25%

0.74%

国宾/贵宾

/

第四梯队

丹泉酒业

5-10

150%

22.85%

洞藏

/

仙潭酒业

5-10

-

紫潭

/

酣客

5-10

-

酣客半月坛

/

武陵酒

3.52

40%

武陵上酱

/数据来源：公开资料整理

总体来说，随着经济发展态势和市场环境的转变，酱香型白酒产业的竞争将日趋激烈，

对于生产企业而言，无论是原有企业还是市场的新进入者，只有在认真研究行业竞争状况的前提下，制定正确的战略，才能抢占市场，实现自身的发展。（WYD）

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年中国酱香型白酒市场分析报告-产业规模现状与发展规划趋势》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年中国酱香型白酒行业发展概述

第一节 酱香型白酒行业发展情况概述

- 一、酱香型白酒行业相关定义
- 二、酱香型白酒行业基本情况介绍
- 三、酱香型白酒行业发展特点分析

第二节 中国酱香型白酒行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、酱香型白酒行业产业链条分析

三、中国酱香型白酒行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国酱香型白酒行业生命周期分析

一、酱香型白酒行业生命周期理论概述

二、酱香型白酒行业所属的生命周期分析

第四节 酱香型白酒行业经济指标分析

一、酱香型白酒行业的赢利性分析

二、酱香型白酒行业的经济周期分析

三、酱香型白酒行业附加值的提升空间分析

第五节 中国酱香型白酒行业进入壁垒分析

一、酱香型白酒行业资金壁垒分析

二、酱香型白酒行业技术壁垒分析

三、酱香型白酒行业人才壁垒分析

四、酱香型白酒行业品牌壁垒分析

五、酱香型白酒行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球酱香型白酒行业市场发展现状分析

第一节 全球酱香型白酒行业发展历程回顾

第二节 全球酱香型白酒行业市场区域分布情况

第三节 亚洲酱香型白酒行业地区市场分析

一、亚洲酱香型白酒行业市场现状分析

二、亚洲酱香型白酒行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲酱香型白酒行业市场前景分析

第四节 北美酱香型白酒行业地区市场分析

一、北美酱香型白酒行业市场现状分析

二、北美酱香型白酒行业市场规模与市场需求分析

三、北美酱香型白酒行业市场前景分析

第五节 欧盟酱香型白酒行业地区市场分析

一、欧盟酱香型白酒行业市场现状分析

二、欧盟酱香型白酒行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟酱香型白酒行业市场前景分析

第六节 全球酱香型白酒行业重点企业分析

第七节 2021-2026年世界酱香型白酒行业分布走势预测

第八节 2021-2026年全球酱香型白酒行业市场规模预测

第三章 中国酱香型白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、全社会消费品酱香型白酒总额

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 中国酱香型白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 中国酱香型白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 中国酱香型白酒行业运行情况

第一节 中国酱香型白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 中国酱香型白酒行业市场规模分析

第三节 中国酱香型白酒行业供应情况分析

第四节 中国酱香型白酒行业需求情况分析

第五节 中国酱香型白酒行业供需平衡分析

第六节 中国酱香型白酒行业发展趋势分析

第五章 中国酱香型白酒所属行业运行数据监测

第一节 中国酱香型白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 中国酱香型白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 中国酱香型白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年中国酱香型白酒市场格局分析

第一节 中国酱香型白酒行业竞争现状分析

- 一、中国酱香型白酒行业竞争情况分析
- 二、中国酱香型白酒行业主要品牌分析

第二节 中国酱香型白酒行业集中度分析

- 一、中国酱香型白酒行业市场集中度分析
- 二、中国酱香型白酒行业企业集中度分析

第三节 中国酱香型白酒行业存在的问题

第四节 中国酱香型白酒行业解决问题的策略分析

第五节 中国酱香型白酒行业竞争力分析

- 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年中国酱香型白酒行业需求特点与动态分析

第一节 中国酱香型白酒行业消费市场动态情况

第二节 中国酱香型白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 酱香型白酒行业成本分析

第四节 酱香型白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 中国酱香型白酒行业价格现状分析

第六节 中国酱香型白酒行业平均价格走势预测

- 一、中国酱香型白酒行业价格影响因素
- 二、中国酱香型白酒行业平均价格走势预测
- 三、中国酱香型白酒行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国酱香型白酒行业区域市场现状分析

第一节 中国酱香型白酒行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区酱香型白酒市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区酱香型白酒市场规模分析
- 四、华东地区酱香型白酒市场规模预测

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、华中地区酱香型白酒市场规模分析
- 四、华中地区酱香型白酒市场规模预测

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、华南地区酱香型白酒市场规模分析
- 四、华南地区酱香型白酒市场规模预测

第九章 2017-2020年中国酱香型白酒行业竞争情况

第一节 中国酱香型白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 中国酱香型白酒行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国酱香型白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 酱香型白酒行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、发展现状

四、优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、发展现状

四、优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、发展现状

四、优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、发展现状

四、优劣势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国酱香型白酒行业发展前景分析与预测

第一节 中国酱香型白酒行业未来发展前景分析

- 一、酱香型白酒行业国内投资环境分析
- 二、中国酱香型白酒行业市场机会分析
- 三、中国酱香型白酒行业投资增速预测

第二节 中国酱香型白酒行业未来发展趋势预测

第三节 中国酱香型白酒行业市场发展预测

- 一、中国酱香型白酒行业市场规模预测
- 二、中国酱香型白酒行业市场规模增速预测
- 三、中国酱香型白酒行业产值规模预测
- 四、中国酱香型白酒行业产值增速预测
- 五、中国酱香型白酒行业供需情况预测

第四节 中国酱香型白酒行业盈利走势预测

- 一、中国酱香型白酒行业毛利润同比增速预测
- 二、中国酱香型白酒行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国酱香型白酒行业投资风险与营销分析

第一节 酱香型白酒行业投资风险分析

- 一、酱香型白酒行业政策风险分析
- 二、酱香型白酒行业技术风险分析
- 三、酱香型白酒行业竞争风险
- 四、酱香型白酒行业其他风险分析

第二节 酱香型白酒行业企业经营发展分析及建议

- 一、酱香型白酒行业经营模式
- 二、酱香型白酒行业销售模式
- 三、酱香型白酒行业创新方向

第三节 酱香型白酒行业应对策略

- 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年中国酱香型白酒行业发展战略及规划建议

第一节 中国酱香型白酒行业品牌战略分析

- 一、酱香型白酒企业品牌的重要性
- 二、酱香型白酒企业实施品牌战略的意义
- 三、酱香型白酒企业品牌的现状分析
- 四、酱香型白酒企业的品牌战略
- 五、酱香型白酒品牌战略管理的策略

第二节 中国酱香型白酒行业市场重点客户战略实施

- 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 中国酱香型白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

第十四章 2021-2026年中国酱香型白酒行业发展策略及投资建议

第一节 中国酱香型白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 中国酱香型白酒行业定价策略分析

第三节 中国酱香型白酒行业营销渠道策略

- 一、酱香型白酒行业渠道选择策略
- 二、酱香型白酒行业营销策略

第四节 中国酱香型白酒行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国酱香型白酒行业重点投资区域分析

二、中国酱香型白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/530113530113.html>