

中国露酒产业态势观察及十三五投资环境分析报告

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《中国露酒产业态势观察及十三五投资环境分析报告》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/233217233217.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

根据《中华人民共和国行业标准》对露酒的定义，露酒是以蒸馏酒、清香型汾酒或食用酒精为酒基，以药食两用的动植物精华，按先进工艺加工而成，改变了其原酒基风格的饮料酒。

露酒主要是以酒基和原辅料按照先进工艺加工而成。其原辅料可供选择的品种很多，特别是近年来应用科技的发展，原料的应用范围不断扩大，具有强大的优势。如枸杞、红枣、龙眼、黑豆等食材，和甘草、茶多酚精华等药用食物，另外还有一些虾蟹提取物等，可以说，凡是可食用或入药的品种，基本上都能按照生产工艺而生产露酒。露酒是以发酵酒、蒸馏酒或食用酒精为酒基，加入可食用的辅料、食品添加剂，进行调配、混合或再加工制成的。现在市场上销售的果酒类型较多，有枸杞果酒、桑椹酒、石榴酒、猕猴桃酒、五味子酒等众多品种。露酒产品因为我国有丰富的药食两用资源，品种也较多，典型产品有山西的竹叶青酒、东北参茸酒、三鞭酒，西北的虫草酒、灵芝酒等产品。

中国报告网发布的《中国露酒产业态势观察及十三五投资环境分析报告》内容严谨、数据翔实，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研究分析。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。

报告大纲：

第一部分露酒行业发展现状

第一章行业发展背景及研究范围界定

第一节行业研究综述

一、行业研究背景

二、行业研究意义

三、行业定义及研究范围界定

四、行业产业链分析

第二节行业政策环境分析

一、行业监管体制

二、相关政策

三、中国现行重要政策

第三节行业经济环境分析

一、中国宏观经济现状

二、中国宏观经济展望

第四节行业社会环境分析

- 一、露酒行业总量增长
- 二、露酒需求结构变化
- 三、社会环境分析
- 四、投资理念的转变

第二章中国露酒行业发展现状

第一节中国露酒行业发展分析

- 一、中国露酒行业发展历程
- 二、中国露酒行业发展现状
- 三、中国露酒行业发展规模

第二节中国露酒行业运行分析

- 一、露酒行业运行规模分析
- 二、露酒行业运营状况分析

第三节中国露酒行业竞争分析

- 一、露酒细分市场之间的竞争
- 二、各类露酒内部竞争

第三章中国露酒市场分析

第一节露酒市场现状分析及预测

- 一、2014-2015年我国露酒市场规模分析
- 二、2016-2020年我国露酒市场规模预测

第二节露酒产品产量分析及预测

- 一、2014-2015年我国露酒产量分析
- 二、2016-2020年我国露酒产量预测

第三节露酒市场需求分析及预测

- 一、2014-2015年我国露酒市场需求分析
- 二、2016-2020年我国露酒市场需求预测

第四节露酒价格趋势分析

- 一、2014-2015年我国露酒市场价格分析
- 二、2016-2020年我国露酒市场价格预测

第五节露酒进出口数据分析

- 一、2014-2015年我国露酒进出口数据分析
- 二、2016-2020年国内露酒产品未来进出口情况预测

第四章露酒行业上、下游产业链分析

第一节露酒产业链分析

- 一、产业链模型介绍

二、露酒产业链模型分析

第二节上游行业发展状况分析

一、2014-2015年主要原料产量分析

二、2016-2020年主要原料产量预测

第三节下游产业发展情况分析

一、2014-2015年主要下游产品消费量分析

二、2016-2020年主要下游产品消费量预测

第二部分露酒行业竞争分析

第五章露酒主要生产厂商介绍

第一节劲牌公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业品牌建设分析

四、企业发展历程分析

五、企业发展目标分析

第二节椰岛(集团)股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业运营能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业发展能力分析

七、企业组织架构分析

八、企业产品结构及新产品动向

九、企业销售渠道与网络

十、企业经营优劣势分析

十一、企业投资兼并与重组分析

十二、企业最新发展动向分析

第三节烟台张裕集团有限公司

一、企业发展简况分析

二、主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业运营能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业发展能力分析

七、企业产品结构及新产品动向

八、企业销售渠道与网络

九、企业经营状况优劣势分析

十、企业发展战略分析

第四节江苏洋河酒厂股份有限公司

一、企业简介

二、企业经营状况分析

三、企业竞争优势分析

四、企业未来发展策略

第五节山西杏花村汾酒集团

一、企业简介

二、企业经营状况分析

三、企业竞争优势分析

四、企业未来发展策略

第六节古岭龙集团

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业组织架构分析

四、企业产品结构及新产品动向

五、企业销售渠道与网络

六、企业品牌价值分析

第七节五粮液集团

一、企业发展简况分析

二、主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业运营能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业发展能力分析

七、企业组织架构分析

八、企业产品结构及新产品动向

九、企业销售渠道与网络

十、企业经营优劣势分析

十一、企业投资兼并与重组分析

十二、企业最新发展动向分析

第八节茅台集团

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业生产经营状况分析
- 三、企业组织架构分析
- 四、企业产品结构及新产品动向
- 五、企业销售渠道与网络
- 六、企业竞争优势分析
- 七、企业发展战略分析

第九节宁夏红枸杞产业集团公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业产品结构及新产品动向
- 四、企业经营状况优劣势分析
- 五、企业发展战略分析

第十节浙江致中和实业有限公司经营情况分析

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业产品结构及新产品动向
- 四、企业销售渠道与网络
- 五、企业经营优劣势分析

第十一节上海交大昂立股份有限公司经营情况分析

- 一、企业发展简况分析
- 二、主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业运营能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 六、企业发展能力分析
- 七、企业组织架构分析
- 八、企业产品结构及新产品动向
- 九、企业经营状况优劣势分析
- 十、企业发展战略分析

第六章露酒行业竞争格局分析

第一节2011-2014年中国露酒行业集中度分析

第二节露酒行业SWOT分析

- 一、优势
- 二、劣势

三、机会

四、威胁

第三节2016-2020年中国露酒行业竞争格局分析

第三部分露酒行业投资前景

第七章中国露酒行业投资风险分析

第一节2016-2020年露酒行业投资机会

一、2016-2020年露酒行业主要产品投资机会

二、2016-2020年露酒行业主要出口投资机会

三、2016-2020年露酒企业的多元化投资机会

第二节2016-2020年露酒行业投资风险展望

一、宏观调控风险

二、行业竞争风险

三、进入退出风险

四、技术风险

五、经营管理风险

六、其他风险

第八章中国露酒行业投资建议分析

第一节2016-2020年露酒行业投资分析

一、2016-2020年行业热点投资产品分析

二、2016-2020年行业热点投资地域分析

三、2016-2020年行业热点投资方式分析

第二节2016-2020年露酒企业经营战略建议

一、2016-2020年露酒企业的标杆管理

二、国内外露酒研究现状

第三节2016-2020年露酒企业的资本运作模式

第九章投资的建议及观点

第一节投资机遇分析

一、中国强劲的经济增长率对行业的支撑

二、露酒企业在危机中的竞争优势

第二节投资策略分析

一、质量稳定、铸就品牌

二、科技进步、促进露酒发展

三、产品创新、满足消费

第三节投资建议分析

一、重点投资区域建议

二、重点投资产品建议

第四节行业应对策略

- 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

第五节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
- 图表详见正文.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiulei/233217233217.html>