

2016-2022年中国酿酒市场现状调查与市场商机分析报告

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年中国酿酒市场现状调查与市场商机分析报告》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/238361238361.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

中国报告网发布的《2016-2022年中国酿酒市场现状调查与市场商机分析报告》首先介绍了酿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。

第一部分 酿酒业现状综述 15

第一章 2013-2015年中国酿酒行业运行状况分析 15

第一节 中国酿酒业发展历程 15

第二节 2013-2015年中国酿酒业现状综述 20

一、中国酿酒业初步形成“好而快”的发展趋势 20

二、中国酿酒业吹响集结号 积极推进清洁生产工作 20

三、近几年中国酿酒业利税总额分析 21

第三节 2013-2015年我国酿酒深度剖析 22

一、我国酿酒业成本与利润分析 22

二、上游行业我国酿酒业的影响分析 22

三、酒类公司资本市场表现 30

第四节 2013-2015年我国酿酒行业发展存在的问题与对策分析 31

第二章 2013-2015年中国酿酒行业运行经济指标监测与分析 33

第一节 2013-2015年中国酿酒行业数据统计与监测分析 33

一、2013-2015年中国酿酒行业企业数量增长分析 33

二、2013-2015年中国酿酒行业从业人数调查分析 33

三、2013-2015年中国酿酒行业总销售收入分析 34

四、2013-2015年中国酿酒行业利润总额分析 34

五、2013-2015年中国酿酒行业投资资产增长性分析 35

第二节 2015年1-12月中国酿酒行业最新数据统计与监测分析 35

一、企业数量与分布 35

二、销售收入 36

三、利润总额 36

四、从业人数 37

第三节 2015年1-12月中国酿酒行业投资状况监测 37

一、行业资产区域分布 37

二、主要省市投资增速对比 38

第三章 2013-2015年中国酿酒业产量数据分析 39

| | |
|--------------------------------------|----|
| 第一节 2013-2015年中国白酒行业产品产量分析 | 39 |
| 一、2013-2015年中国及重点省市白酒产量统计分析 | 39 |
| 二、2015年中国及重点省市白酒产量统计 | 46 |
| 三、白酒产量增长性分析 | 48 |
| 第二节 2013-2015年中国啤酒行业产品产量分析 | 49 |
| 一、2014-2015年中国及重点省市啤酒产量统计分析 | 49 |
| 二、2015年中国及重点省市啤酒产量统计 | 57 |
| 三、啤酒产量增长性分析 | 59 |
| 第三节 2013-2015年中国黄酒行业产品产量分析 | 60 |
| 一、2014-2015年中国及重点省市黄酒产量统计分析 | 60 |
| 二、2015年中国及重点省市黄酒产量统计 | 61 |
| 三、黄酒产量增长性分析 | 61 |
| 第四节 2013-2015年中国葡萄酒行业产品产量分析 | 62 |
| 一、2014-2015年中国及重点省市葡萄酒产量统计分析 | 62 |
| 二、2015年中国及重点省市葡萄酒产量统计 | 68 |
| 三、葡萄酒产量增长性分析 | 69 |
| 第四章 2013-2015年中国酿酒业细分产品进出口数据监测 | 71 |
| 第一节 2013-2015年中国白酒进出口贸易分析（2208） | 71 |
| 一、白酒进出口量值 | 71 |
| 二、白酒进出口单价 | 71 |
| 三、白酒主要进出口国家及地区 | 72 |
| 四、白酒进出口省市分析 | 72 |
| 第二节 2013-2015年中国麦芽酿造的啤酒进出口贸易分析（2203） | 73 |
| 一、麦芽酿造的啤酒进出口量值 | 73 |
| 二、麦芽酿造的啤酒进出口单价 | 74 |
| 三、麦芽酿造的啤酒主要进出口国家及地区 | 74 |
| 四、麦芽酿造的啤酒进出口省市分析 | 74 |
| 第三节 2013-2015年中国葡萄酒进出口贸易分析（2204） | 75 |
| 一、葡萄酒进出口量值 | 75 |
| 二、葡萄酒进出口单价 | 75 |
| 三、葡萄酒主要进出口国家及地区 | 76 |
| 四、葡萄酒进出口省市分析 | 76 |
| 第四节 2013-2015年中国黄酒进出口数据统计情况2206 | 77 |
| 一、2013-2015年中国黄酒出口量及金额统计 | 77 |
| 二、2013-2015年中国黄酒进口量及金额统计 | 77 |

| | |
|------------------------------|-----|
| 三、2013-2015年中国黄酒进出口价格分析 | 78 |
| 第二部分 中国酿酒细分市场运行形势分析 | 79 |
| 第五章 2013-2015年中国白酒制造业市场运行分析 | 79 |
| 第一节 2015年白酒制造行业主要企业竞争力指标对比分析 | 79 |
| 一、盈利指标对比 | 79 |
| 二、资产负债指标对比 | 79 |
| 三、运营能力指标对比 | 80 |
| 四、主要企业成本费用构成情况及对比 | 80 |
| 第二节 2013-2015年中国白酒业集中度分析 | 81 |
| 一、产品产量区域分布 | 81 |
| 二、生产企业的集中分布 | 83 |
| 三、市场集中度分析 | 84 |
| 第三节 2013-2015年中国白酒市场亮点 | 84 |
| 一、中档酒是新生白酒品牌的最佳立足空间 | 84 |
| 二、餐饮终端是白酒企业的竞争焦点 | 84 |
| 三、渠道价值仍然不可低估 | 85 |
| 四、促销方式以单纯产品促销为主 | 85 |
| 五、地域市场品牌及商务用酒占消费主流 | 86 |
| 第四节 2013-2015年中国白酒市场格局 | 86 |
| 一、中高档白酒市场 | 86 |
| 二、流通渠道市场 | 89 |
| 三、终端白酒市场 | 91 |
| 四、促销白酒市场 | 93 |
| 五、区域细分市场 | 94 |
| 第六章 2013-2015年中国啤酒制造业发展情况分析 | 96 |
| 第一节 2013-2015年中国啤酒市场总体概况 | 96 |
| 一、我国啤酒市场平稳发展 | 96 |
| 二、我国啤酒市场进入价格提升周期 | 97 |
| 三、我国啤酒季节性与消费区域特性分析 | 98 |
| 第二节 2013-2015年我国啤酒细分市场运行透析 | 98 |
| 一、城市啤酒市场网络构成 | 98 |
| 二、国内农村啤酒市场潜力巨大 | 99 |
| 三、中高档啤酒成为啤酒市场利润引擎 | 100 |
| 第七章 2013-2015年中国葡萄酒制造业运行分析 | 101 |
| 第一节 2013-2015年中国葡萄酒发展现状分析 | 101 |

- 一、我国跻身全球十大葡萄酒消费国 101
- 二、中国葡萄酒消费增幅居全球之冠 101
- 三、我国葡萄酒人均消费水平偏低 102
- 四、新国标促葡萄酒行业洗牌 103
- 五、北京奥运是中国葡萄酒行业新起跑线 103
- 六、葡萄酒行业进入高速增长期 104
- 七、葡萄酒“四大品牌”产量已占全国半壁江山 104
- 八、国产葡萄酒向高端转型 104
- 九、进口葡萄酒在国内面临价格瓶颈 105
- 第二节 2013-2015年中国葡萄酒品牌市场运行分析 105
 - 一、集中度较高，国产品牌占据优势 105
 - 二、品牌忠诚度都较高，长城高居首位 106
 - 三、葡萄酒更容易被高收入的中青年人群所接受 107
- 第三节 2013-2015年中国葡萄酒国际化分析 107
 - 一、国产葡萄酒商国际化路径渐宽 107
 - 二、中国葡萄酒三巨头加速国际化 108
 - 三、中国葡萄酒国际化道路如何开展 111
- 第四节 2013-2015年中国高端葡萄酒市场动态分析 112
 - 一、期酒搅热中国高端葡萄酒市场 112
 - 二、我国高端葡萄酒市场走势分析 113
- 第五节 制约中国葡萄酒业发展的问题分析 115
 - 一、关于葡萄酒的种类问题 115
 - 二、葡萄的品种及区域问题 116
 - 三、种植加工一体化问题 116
 - 四、葡萄酒质量等级制问题 117
 - 五、葡萄酒文化的发展问题 117
 - 六、葡萄酒的营销问题 118
- 第八章 2013-2015年中国黄酒与其他酒制造业运行分析 120
 - 第一节 2013-2015年中国黄酒业运行总况 120
 - 一、我国黄酒行业步入加速上升阶段 120
 - 二、我国黄酒工业结构升级的表现模式 120
 - 第二节 2013-2015年我国黄酒市场发展状况分析 120
 - 一、黄酒市场由江浙沪向全国范围扩延 120
 - 二、中国黄酒占领日本黄酒市场 120
 - 三、四大问题阻碍黄酒市场突破性增长 121

- 第三节 2013-2015年中国黄酒行业市场特征分析 121
 - 一、黄酒“区域经济”特征显著 121
 - 二、企业规模效应差 122
 - 三、低价同质化竞争明显 122
 - 四、黄酒市场进入者增多 122
 - 五、黄酒科技创新明显 122
 - 六、技术装备水平不断提高 123
 - 七、品牌培育受到企业充分重视 123
- 第四节 2013-2015年我国黄酒市场消费行为分析 124
 - 一、国内黄酒消费市场的分布 124
 - 二、中国黄酒市场消费现状分析 124
 - 三、解析制约黄酒消费的瓶颈 127
- 第五节 2013-2015年中国黄酒业的市场潜力分析 127
 - 一、黄酒消费特性分析 127
 - 二、中国黄酒业市场容量分析 128
 - 三、中国黄酒业的市场规模 128
- 第三部分 2013-2015年中国酿酒行业市场竞争格局分析 130
- 第九章 2013-2015年中国酿酒行业竞争状况分析 130
 - 第一节 2013-2015年我国酿酒行业竞争激烈分析 130
 - 一、我国酿酒行业竞争激烈 130
 - 二、我国酿酒竞争力体现 130
 - 第二节 2013-2015年我国酿酒行业集中度分析 130
 - 一、产品产量区域分布 130
 - 二、生产企业的集中分布 131
 - 三、市场集中度分析 132
 - 第三节 2013-2015年我国酿酒行业与世界洋酒比较分析 133
 - 第四节 2013-2015年影响我国酿酒行业发展的因素分析 133
- 第十章 2013-2015年中国酿酒行业区域发展格局分析 135
 - 第一节 四川省 135
 - 一、四川省酿酒制造业在全国地位 135
 - 二、四川省酿酒制造业主要生产企业 135
 - 三、四川省酿酒制造业经济运行状况 135
 - 四、四川省酿酒制造业发展趋势预测 135
 - 第二节 山东省 136
 - 一、2015年山东省酿酒制造业在全国地位 136

- 二、山东省酿酒业主要生产企业 136
- 三、山东省酿酒制造业经济运行状况 136
- 四、山东省酿酒制造业发展趋势预测 136
- 第三节 贵州省 137
 - 一、2015年贵州省酿酒制造业在全国地位 137
 - 二、贵州省酿酒业主要生产企业 137
 - 三、贵州省酿酒制造业经济运行状况 137
 - 四、贵州省酿酒制造业发展趋势预测 138
- 第四节 河南省 138
 - 一、2015年河南省酿酒制造业在全国地位 138
 - 二、河南省酿酒制造业主要生产企业 139
 - 三、河南省酿酒制造业经济运行状况 139
 - 四、河南省酿酒制造业发展趋势预测 140
- 第五节 湖北省 144
 - 一、2015年湖北省酿酒业在全国地位 144
 - 二、湖北省酿酒业主要生产企业 144
 - 三、湖北省酿酒业经济运行状况 144
 - 四、湖北省酿酒制造业发展趋势预测 144
- 第十一章 2013-2015年中国酿酒著名企业运营情况分析 145
 - 第一节 白酒 145
 - 一、贵州茅台酒股份有限公司（600519）145
 - 二、宜宾五粮液股份有限公司（000858）153
 - 三、泸州老窖股份有限公司（000568）161
 - 四、四川沱牌曲酒股份有限公司（600702）169
 - 五、四川水井坊股份有限公司（600779）179
 - 六、山西杏花村汾酒厂股份有限公司（600809）186
 - 七、安徽古井贡酒股份有限公司（000596）193
 - 八、酒鬼酒股份有限公司（000799）201
 - 第二节 啤酒 208
 - 一、青岛啤酒(600600) 208
 - 二、燕京啤酒(000729) 218
 - 第三节 葡萄酒 228
 - 一、张裕葡萄酿酒股份有限公司分析 228
 - 二、通化葡萄酒股份有限公司 236
 - 三、中国长城葡萄酒有限公司 242

第四节 黄酒 242

一、浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司 242

二、浙江中国轻纺城集团股份有限公司 250

三、上海金枫酒业股份有限公司 258

第四部分 2016-2022年中国酿酒行业发展前景与投资规划分析 266

第十二章 2016-2022年中国酿酒行业发展趋势分析 266

第一节 2016-2022年我国酿酒行业整体发展前景分析 266

第二节 2016-2022年我国酿酒各子行业发展前景分析 267

一、白酒行业景气持续看好 267

二、啤酒市场分层明显 268

三、葡萄酒转向奢侈消费 268

四、黄酒：加大营销力度，行业集中度提高 268

第十三章 2016-2022年中国酿酒行业投资前景分析 270

第一节 2016-2022年我国酿酒行业投资概况分析 270

一、投资周期分析 270

二、投资环境分析 270

第二节 2016-2022年我国酿酒行业投资机会分析 271

一、投资热点分析 271

二、与产业链相关投资机会分析 271

第三节 2016-2022年我国酿酒行业投资风险分析 272

一、政策风险 272

二、结构调整风险 273

三、市场风险 274

四、渠道风险 275

五、原材料风险 275

图表目录

图表 1 2013-2015年我国酿酒行业利税总额分析 21

图表 2 2012-2015年中国玉米平衡表 23

图表 3 2013-2015年全球玉米供需情况 26

图表 4 2012-2015年世界和美国玉米消费库存比图 27

图表 5 全国36个大中城市肉禽蛋平均价走势图 28

图表 6 美盘玉米期货指数走势图 29

图表 7 2013-2015年中国酿酒行业企业数量增长分析 33

图表 8 2013-2015年中国酿酒行业从业人数调查分析 33

图表 9 2013-2015年中国酿酒行业产品销售收入分析 34

图表 10 2013-2015年中国酿酒行业利润总额分析 34

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/238361238361.html>