

2021-2027年中国烈酒市场 评估与战略咨询报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2021-2027年中国烈酒市场评估与战略咨询报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202108/231741.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

烈酒就是高浓度的烈性酒,也叫蒸馏酒,由于蒸馏过程中提取的馏分不同,有时分为“头曲”、“二曲”或“二锅头”等。蒸馏制酒法是酒类制法中不可缺少的一种,也是酒类发展的一大领域。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国烈酒市场评估与战略咨询报告》共十四章。首先介绍了烈酒行业市场发展环境、烈酒整体运行态势等,接着分析了烈酒行业市场运行的现状,然后介绍了烈酒市场竞争格局。随后,报告对烈酒做了重点企业经营状况分析,最后分析了烈酒行业发展趋势与投资预测。您若想对烈酒产业有个系统的了解或者想投资烈酒行业,本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据,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。

报告目录：

第一章 烈酒行业相关基础概述

1.1 烈酒的定义及分类

1.1.1 烈酒的界定

1.1.2 烈酒的品鉴

1.1.3 烈酒健康特性

1.2 烈酒行业特点分析

1.2.1 市场特点分析

1.2.2 行业经济特性

1.2.3 行业发展周期分析

1.2.4 行业进入风险

1.2.5 行业成熟度分析

第二章 2015-2019年中国烈酒行业市场发展环境分析

2.1 中国烈酒行业经济环境分析

2.1.1 中国经济运行情况

1、国民经济运行情况GDP

2、消费价格指数CPI、PPI

3、全国居民收入情况

4、恩格尔系数

5、工业发展形势

6、酿酒工业发展现状

2.1.2 经济环境对行业的影响分析

2.2 中国烈酒行业政策环境分析

2.2.1 行业监管环境

1、中国轻工业联合会

2、全国白酒标准化技术委员会

3、国家酒类及饮料质量监督检验中心

2.2.2 行业政策分析

1、《白酒生产许可证审查细则》

2、《全国白酒行业纯粮固态发酵白酒行业规范》

3、《关于进一步加强白酒质量安全监督管理工作的通知》

2.2.3 政策环境对行业的影响分析

2.3 中国烈酒行业社会环境分析

2.3.1 行业社会环境

1、人口环境分析

2、饮酒文化分析

3、消费升级分析

4、打击三公消费

5、大众消费崛起

2.3.2 社会环境对行业的影响分析

2.4 中国烈酒行业技术环境分析

2.4.1 烈酒酿造工艺分析

1、酿造工艺流程分析

2、中国烈酒行业新工艺研究

2.4.2 地理环境对烈酒品质的影响分析

第三章 中国烈酒行业上、下游产业链分析

3.1 烈酒行业产业链概述

- 3.1.1 产业链定义
- 3.1.2 烈酒行业产业链
- 3.2 烈酒行业上游-高粱种植产业发展分析
 - 3.2.1 高粱种植产业发展现状
 - 3.2.2 高粱种植产业供给分析
 - 3.2.3 高粱供给价格分析
 - 3.2.4 主要供给企业分析
- 3.3 烈酒行业下游-消费者消费情况分析
 - 3.3.1 居民人均烈酒消费情况
 - 3.3.2 烈酒消费者地域分布情况
 - 3.3.3 消费升级下的烈酒消费市场
 - 3.3.4 烈酒消费者品牌忠诚度分析
 - 3.3.5 消费者对烈酒产品价格承受能力分析

第四章 国际烈酒行业市场发展分析

- 4.1 2015-2019年国际烈酒行业发展现状
 - 4.1.1 国际烈酒行业发展现状
 - 4.1.2 国际烈酒行业发展规模
- 4.2 2015-2019年国际烈酒市场需求研究
 - 4.2.1 国际烈酒市场需求特点
 - 4.2.2 国际烈酒市场需求结构
 - 4.2.3 国际烈酒市场需求规模
- 4.3 2015-2019年国际区域烈酒行业研究
 - 4.3.1 欧洲
 - 4.3.2 美国
 - 4.3.3 日韩
- 4.4 国际著名烈酒品牌企业分析
 - 4.4.1 皇冠伏特加
 - 4.4.2 尊尼获加威士忌
 - 4.4.3 百加得朗姆酒
 - 4.4.4 杰克丹尼威士忌
 - 4.4.5 绝对伏特加

4.5 2021-2027年国际烈酒行业发展展望

4.5.1 国际烈酒行业发展趋势

4.5.2 国际烈酒行业规模预测

4.5.3 国际烈酒区域市场发展机会

1、印度市场发展机会分析

2、中国市场发展机会分析

第五章 2015-2019年中国烈酒行业发展概述

5.1 中国烈酒行业发展状况分析

5.1.1 中国烈酒行业发展阶段

5.1.2 中国烈酒行业发展总体概况

5.1.3 中国烈酒行业发展特点分析

5.2 2015-2019年烈酒行业发展现状

5.2.1 2015-2019年中国烈酒行业发展热点

5.2.2 2015-2019年中国烈酒行业发展现状

5.2.3 2015-2019年中国烈酒企业发展分析

5.3 重点烈酒企业市场份额分析

5.4 烈酒行业市场集中度分析

5.5 中国烈酒行业细分市场概况

5.5.1 细分市场结构分析

5.5.2 高端烈酒市场分析

5.5.3 中低端烈酒市场分析

5.6 中国烈酒终端市场运作分析

5.6.1 产品选择和客户管理

5.6.2 公关和培训

5.6.3 促销和客户服务

5.6.4 激励政策

5.6.5 物流管控

5.6.6 理货管理和回款管理

5.7 烈酒市场同质化竞争严重

5.7.1 品牌泛滥弱化品牌形象

5.7.2 价格体系混乱导致终端价格竞争激烈

- 5.7.3 包装雷同及包装浮夸
- 5.7.4 市场发展方向与居民消费需求脱节
- 5.8 中国烈酒行业发展问题及对策建议
 - 5.8.1 中国烈酒行业发展制约因素
 - 5.8.2 中国烈酒行业存在问题分析
 - 5.8.3 中国烈酒行业发展对策建议

第六章 中国烈酒所属行业运行指标分析及预测

- 6.1 中国烈酒所属行业企业数量分析
 - 6.1.1 2015-2019年中国烈酒所属行业企业数量情况
 - 6.1.2 2015-2019年中国烈酒所属行业企业竞争结构
- 6.2 中国烈酒所属行业生产成本构成分析
- 6.3 2015-2019年中国烈酒所属行业财务指标总体分析
 - 6.3.1 行业盈利能力分析
 - 6.3.2 行业偿债能力分析
 - 6.3.3 行业营运能力分析
 - 6.3.4 行业发展能力分析
- 6.4 中国烈酒所属行业市场规模分析及预测
 - 6.4.1 2015-2019年中国烈酒所属行业市场规模分析
 - 6.4.2 2021-2027年中国烈酒所属行业市场规模预测
- 6.5 中国烈酒所属行业市场供需分析及预测
 - 6.5.1 中国烈酒所属行业市场供给分析
 - 1、2015-2019年中国烈酒所属行业供给规模分析
 - 2、2021-2027年中国烈酒所属行业供给规模预测
 - 6.5.2 中国烈酒所属行业市场需求分析
 - 1、2015-2019年中国烈酒所属行业需求规模分析
 - 2、2021-2027年中国烈酒所属行业需求规模预测
- 6.6 中国烈酒所属行业进口市场分析
 - 6.6.1 2015-2019年中国烈酒所属行业市场进口规模分析
 - 6.6.2 2015-2019年中国烈酒所属行业进口价格分析
 - 6.6.3 2015-2019年中国烈酒所属行业进口区域市场集中度分析
 - 6.6.4 2021-2027年中国烈酒所属行业进口规模预测

6.6.5 2021-2027年中国烈酒所属行业进口市场发展前景展望

第七章 中国互联网+烈酒行业发展现状及前景

7.1 互联网给烈酒行业带来的冲击和变革分析

7.1.1 互联网时代烈酒行业大环境变化分析

7.1.2 互联网给烈酒行业带来挑战及机遇分析

7.1.3 互联网时代烈酒营销模式变革分析

7.1.4 互联网时代烈酒销售渠道变革分析

7.2 中国互联网+烈酒行业市场发展现状分析

7.2.1 中国互联网+烈酒行业投资布局分析

1、中国互联网+烈酒行业投资切入方式

2、中国互联网+烈酒行业投资规模分析

3、中国互联网+烈酒行业投资业务布局

7.2.2 烈酒行业目标客户互联网渗透率分析

7.2.3 中国互联网+烈酒行业市场规模分析

7.2.4 中国互联网+烈酒行业竞争格局分析

1、中国互联网+烈酒行业参与者结构

2、中国互联网+烈酒行业竞争者类型

3、中国互联网+烈酒行业市场占有率

7.2.5 中国烈酒垂直电商平台分析

1、酒仙网

2、酒美网

3、网酒网

4、酒库网

5、1919

7.2.6 中国烈酒企业互联网战略案例分析

7.3 中国互联网+烈酒行业市场发展前景分析

7.3.1 中国互联网+烈酒行业市场增长动力分析

7.3.2 中国互联网+烈酒行业市场发展瓶颈剖析

7.3.3 中国互联网+烈酒行业市场发展趋势分析

第八章 中国烈酒行业消费市场调查

8.1 烈酒市场消费需求分析

8.1.1 烈酒市场的消费需求变化

8.1.2 烈酒行业的需求情况分析

8.1.3 烈酒品牌市场消费需求分析

8.2 烈酒消费市场状况分析

8.2.1 烈酒行业消费特点

8.2.2 烈酒行业消费结构分析

8.2.3 烈酒行业消费的市场变化

8.2.4 烈酒市场的消费方向

8.3 烈酒行业产品的品牌市场调查

8.3.1 消费者对行业品牌认知度宏观调查

8.3.2 消费者对行业产品的品牌偏好调查

8.3.3 消费者对行业品牌的首要认知渠道

8.3.4 烈酒行业品牌忠诚度调查

8.3.5 消费者的消费理念调研

第九章 中国烈酒行业市场竞争格局分析

9.1 中国烈酒行业竞争格局分析

9.1.1 烈酒行业区域分布格局

9.1.2 烈酒行业企业规模格局

9.1.3 烈酒行业企业性质格局

9.2 中国烈酒行业竞争五力分析

9.2.1 烈酒行业上游议价能力

9.2.2 烈酒行业下游议价能力

9.2.3 烈酒行业新进入者威胁

9.2.4 烈酒行业替代产品威胁

9.2.5 烈酒行业现有企业竞争

9.3 中国烈酒行业竞争SWOT分析

9.3.1 烈酒行业优势分析（S）

9.3.2 烈酒行业劣势分析（W）

9.3.3 烈酒行业机会分析（O）

9.3.4 烈酒行业威胁分析（T）

9.4 中国烈酒行业投资兼并重组整合分析

9.4.1 投资兼并重组现状

9.4.2 投资兼并重组案例

9.5 中国烈酒行业竞争策略建议

第十章 中国烈酒行业领先企业竞争力分析

10.1 贵州茅台酒股份有限公司竞争力分析

10.1.1 企业发展基本情况

10.1.2 企业主要产品分析

10.1.3 企业竞争优势分析

10.1.4 企业经营状况分析

10.2 宜宾五粮液股份有限公司竞争力分析

10.2.1 企业发展基本情况

10.2.2 企业主要产品分析

10.2.3 企业竞争优势分析

10.2.4 企业经营状况分析

10.3 山西杏花村汾酒厂股份有限公司竞争力分析

10.3.1 企业发展基本情况

10.3.2 企业主要产品分析

10.3.3 企业竞争优势分析

10.3.4 企业经营状况分析

10.4 泸州老窖股份有限公司竞争力分析

10.4.1 企业发展基本情况

10.4.2 企业主要产品分析

10.4.3 企业竞争优势分析

10.4.4 企业经营状况分析

10.5 安徽口子酒业股份有限公司竞争力分析

10.5.1 企业发展基本情况

10.5.2 企业主要产品分析

10.5.3 企业竞争优势分析

10.5.4 企业经营状况分析

10.6 北京顺鑫农业股份有限公司竞争力分析

- 10.6.1 企业发展基本情况
- 10.6.2 企业主要产品分析
- 10.6.3 企业竞争优势分析
- 10.6.4 企业经营状况分析
- 10.7 贵州海航怀酒酒业有限公司竞争力分析
- 10.7.1 企业发展基本情况
- 10.7.2 企业主要产品分析
- 10.7.3 企业竞争优势分析
- 10.7.4 企业经营状况分析
- 10.8 河北衡水老白干酒业股份有限公司竞争力分析
- 10.8.1 企业发展基本情况
- 10.8.2 企业主要产品分析
- 10.8.3 企业竞争优势分析
- 10.8.4 企业经营状况分析
- 10.9 四川沱牌舍得酒业股份有限公司竞争力分析
- 10.9.1 企业发展基本情况
- 10.9.2 企业主要产品分析
- 10.9.3 企业竞争优势分析
- 10.9.4 企业经营状况分析
- 10.10 安徽古井贡酒股份有限公司竞争力分析
- 10.10.1 企业发展基本情况
- 10.10.2 企业主要产品分析
- 10.10.3 企业竞争优势分析
- 10.10.4 企业经营状况分析

第十一章 2021-2027年中国烈酒行业发展趋势与投资机会研究

- 11.1 2021-2027年中国烈酒行业市场发展潜力分析
- 11.1.1 中国烈酒行业市场空间分析
- 11.1.2 中国烈酒行业竞争格局变化
- 11.1.3 中国烈酒行业互联网+前景
- 11.2 2021-2027年中国烈酒行业发展趋势分析
- 11.2.1 中国烈酒行业品牌格局趋势

11.2.2 中国烈酒行业渠道分布趋势

11.2.3 中国烈酒行业市场趋势分析

11.2.4 中国烈酒行业发展新契机分析

1、新消费

2、新市场

3、新零售

4、新渠道

5、新传播

11.3 2021-2027年中国烈酒行业投资机会与建议

11.3.1 中国烈酒行业投资前景展望

11.3.2 中国烈酒行业投资机会分析

11.3.3 中国烈酒行业投资建议

第十二章 2021-2027年中国烈酒行业投资分析与风险规避

12.1 中国烈酒行业关键成功要素分析

12.2 中国烈酒行业投资壁垒分析

12.3 中国烈酒行业投资风险与规避

12.3.1 宏观经济风险与规避

12.3.2 行业政策风险与规避

12.3.3 上游市场风险与规避

12.3.4 市场竞争风险与规避

12.3.5 技术风险分析与规避

12.3.6 下游需求风险与规避

12.4 中国烈酒行业融资渠道与策略

12.4.1 烈酒行业融资渠道分析

12.4.2 烈酒行业融资策略分析

第十三章 2021-2027年中国烈酒行业盈利模式与投资战略规划分析

13.1 国外烈酒行业投资现状及经营模式分析

13.1.1 境外烈酒行业成长情况调查

13.1.2 经营模式借鉴

13.1.3 行业投资新趋势动向

13.2 中国烈酒行业商业模式探讨

13.2.1 行业主要商业模式分析

13.2.2 烈酒行业商业模式创新分析

13.3 中国烈酒行业投资发展战略规划

13.3.1 战略优势分析

13.3.2 战略机遇分析

13.3.3 战略规划目标

13.3.4 战略措施分析

13.4 最优投资路径设计

13.4.1 投资对象

13.4.2 投资模式

13.4.3 预期所属行业财务状况分析

13.4.4 风险资本退出方式

第十四章 研究结论及建议

14.1 研究结论

14.2 建议

14.2.1 行业发展策略建议

14.2.2 行业投资方向建议

14.2.3 行业投资方式建议

图表目录：

图表：烈酒行业特点

图表：烈酒行业生命周期

图表：烈酒行业产业链分析

图表：中国GDP增长情况

图表：中国CPI增长情况

图表：中国人口数量及其构成

图表：中国烈酒消费年龄段变化分析

图表：中国烈酒饮用场所分析

图表：中国烈酒不同年龄段饮用时机分析

图表：中国工业增加值及其增长速度

图表：中国城镇居民可支配收入情况

图表：中国高端烈酒渗透率及平均饮用量分析

图表：中国高端烈酒区域市场分析

图表：中国中低端烈酒区域市场分析

图表：中国烈酒购买渠道分析

图表：烈酒行业互联网渠道占比分析

图表：烈酒互联网渗透率分析

图表：烈酒生产成本构成分析

图表：烈酒生产地域分布情况

图表：2015-2019年烈酒行业市场规模分析

图表：2021-2027年烈酒行业市场规模预测

图表：2015-2019年中国烈酒行业供给规模分析

图表：2021-2027年中国烈酒行业供给规模预测

图表：2015-2019年中国烈酒行业需求规模分析

图表：2021-2027年中国烈酒行业需求规模预测

图表：2015-2019年中国烈酒行业企业数量情况

图表：2015-2019年中国烈酒行业企业竞争结构

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202108/231741.html>