

2022-2028年中国酱酒行业 发展态势与投资潜力分析报告

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

《2022-2028年中国酱酒行业发展态势与投资潜力分析报告》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/202203/275140.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

酱酒市场近年来迎来“井喷”，主要体现在以下两方面：从规模来看，2018年酱酒市场规模已达1200亿元，2019年将达到1300-1400亿元，未来有望达到2000亿元；从增速来看，酱酒增速比行业平均增速快2-3倍，2018年白酒行业整体营收增速为13%。根据体量差异，酱香酒企可以分为四个阵营：茅台独占第一阵营。第二阵营领军品牌体量为50亿级。第二阵营代表品牌体量为10亿级。第三阵营为仁怀本地酱香酒企，包括金酱、夜郎古等。2018年酱香酒企普遍取得飞速发展

层级	公司	表现
一线巨头	茅台	营收772亿，净利润352亿，增速30%
二线领军	郎酒	营收重回百亿，青（红）花郎达50亿，增速90%
	习酒	营收56亿，增速81%
二线代表	国台	营收12亿，增速76%
	金沙	营收10亿，创下历史新高
	钓鱼台	营收8亿，业绩翻番
	珍酒	营收8亿，增速90%
仁怀本地	金酱、夜郎古等	除茅台外的本地酒企销售约为100亿元，均实现大幅增长

中企顾问网发布的《2022-2028年中国酱酒行业发展态势与投资潜力分析报告》共十二章。首先介绍了中国酱酒行业市场发展环境、酱酒整体运行态势等，接着分析了中国酱酒行业市场运行的现状，然后介绍了酱酒市场竞争格局。随后，报告对酱酒做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国酱酒行业发展趋势与投资预测。您若想对酱酒产业有个系统的了解或者想投资中国酱酒行业，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1章 酱酒行业发展综述

1.1 酱酒行业定义及分类

1.1.1 行业定义

1.1.2 行业产品/服务分类

1.1.3 行业主要商业模式

1.2 酱酒行业特征分析

1.2.1 产业链分析

1.2.2 酱酒行业在产业链中的地位

1.3 酱酒行业政治法律环境分析

1.3.1 行业管理体制分析

- 1.3.2行业主要法律法规
- 1.3.3 行业相关发展规划
- 1.4 酱酒行业经济环境分析
 - 1.4.1 国际宏观经济形势分析
 - 1.4.2国内宏观经济形势分析
 - 1.4.3 产业宏观经济环境分析
- 1.5 酱酒行业技术环境分析
 - 1.5.1 酱酒技术发展水平
 - 1.5.2 行业主要技术现状及发展趋势

第2章 国际酱酒所属行业发展经验借鉴和典型企业运营情况分析

- 2.1 国际酱酒所属行业发展总体状况
 - 2.1.1 国际酱酒行业发展规模分析
 - 2.1.2 国际酱酒行业市场结构分析
 - 2.1.3 国际酱酒行业竞争格局分析
 - 2.1.4 国际酱酒行业市场容量预测
- 2.2 国外主要酱酒所属行业市场发展状况分析
 - 2.2.1 欧盟酱酒行业发展状况分析
 - 2.2.2 美国酱酒行业发展状况分析
 - 2.2.3 日本酱酒行业发展状况分析
- 2.3 国际酱酒企业运营状况分析

第3章 我国酱酒所属行业发展现状

- 3.1 我国酱酒所属行业发展现状 酱酒仍在上半场，品牌力是核心竞争力。从未来发展趋势来看，酱酒市场仍然处于发展的上半场。行业上半场酒企和资本纷纷加大酱酒布局 - 公司酱酒布局 业内酒企 五粮液 推出永福酱酒和15酱 洋河 收购贵州贵酒和茅台镇厚工坊生产基地等多个酒厂 劲酒 收购茅台镇国宝酒厂 华泽集团 收购贵州珍酒厂，规划5年内达到1万千升酱酒产能 业外资本 天士力 收购国台酒厂，追加投资30亿 娃哈哈 全资控股领酱国酒和宏振酒业 联想 入股武陵，推出重大扩产计划 海航 控股怀酒，规划5000千升酱酒基地 中青宝 数亿元收购金沙古酒，规划万吨扩产计划
- 3.1.1 酱酒行业品牌发展现状
- 3.1.2 酱酒行业消费市场现状

- 3.1.3 酱酒市场需求层次分析
- 3.1.4 我国酱酒市场走向分析
- 3.2 我国酱酒所属行业发展状况
 - 3.2.1 2019年中国酱酒行业发展回顾
 - 3.2.2 2019年酱酒行业发展情况分析
 - 3.2.3 2019年我国酱酒市场特点分析
 - 3.2.4 2019年我国酱酒市场发展分析
- 3.3 中国酱酒所属行业供需分析
 - 3.3.1 2019年中国酱酒市场供给总量分析
 - 3.3.2 2019年中国酱酒市场供给结构分析
 - 3.3.3 2019年中国酱酒市场需求总量分析
 - 3.3.4 2019年中国酱酒市场需求结构分析
 - 3.3.5 2019年中国酱酒市场供需平衡分析

第4章 中国酱酒所属行业经济运行分析

- 4.1 2015-2019年酱酒鞋所属行业运行情况分析
 - 4.1.1 2018年酱酒鞋所属行业经济指标分析
 - 4.1.2 2019年酱酒鞋所属行业经济指标分析
- 4.2 2019年酱酒鞋所属行业进出口分析
 - 4.2.1 2015-2019年酱酒鞋所属行业进口总量及价格
 - 4.2.2 2015-2019年酱酒鞋所属行业出口总量及价格
 - 4.2.3 2015-2019年酱酒鞋所属行业进出口数据统计
 - 4.2.4 2022-2028年酱酒进出口态势展望

第5章 我国酱酒所属行业整体运行指标分析

- 5.1 2015-2019年中国酱酒所属行业总体规模分析
 - 5.1.1 企业数量结构分析
 - 5.1.2 人员规模状况分析
 - 5.1.3 行业资产规模分析
 - 5.1.4 行业市场规模分析
- 5.2 2015-2019年中国酱酒所属行业运营情况分析
 - 5.2.1 我国酱酒所属行业营收分析

5.2.2 我国酱酒所属行业成本分析

5.2.3 我国酱酒所属行业利润分析

5.3 2015-2019年中国酱酒所属行业财务指标总体分析

5.3.1 行业盈利能力分析

5.3.2 行业偿债能力分析

5.3.3 行业营运能力分析

5.3.4 行业发展能力分析

第6章 我国酱酒行业竞争形势及策略

6.1 行业总体市场竞争状况分析

6.1.1 酱酒行业竞争结构分析

(1) 现有企业间竞争

(2) 潜在进入者分析

(3) 替代品威胁分析

(4) 供应商议价能力

(5) 客户议价能力

(6) 竞争结构特点总结

6.1.2 酱酒行业企业间竞争格局分析

6.1.3 酱酒行业集中度分析

6.2 中国酱酒行业竞争格局综述

6.2.1 酱酒行业竞争概况

(1) 中国酱酒行业竞争格局

(2) 酱酒行业未来竞争格局和特点

(3) 酱酒市场进入及竞争对手分析

6.2.2 中国酱酒行业竞争力分析

(1) 我国酱酒行业竞争力剖析

(2) 我国酱酒企业市场竞争的优势

(3) 国内酱酒企业竞争能力提升途径

6.2.3 酱酒市场竞争策略分析

第7章 中国酱酒行业区域市场调研

7.1 华北地区酱酒行业调研

- 7.1.1 2015-2019年行业发展现状分析
- 7.1.2 2015-2019年市场规模情况分析
- 7.1.3 2022-2028年市场需求情况分析
- 7.1.4 2022-2028年行业趋势预测分析
- 7.2 东北地区酱酒行业调研
 - 7.2.1 2015-2019年行业发展现状分析
 - 7.2.2 2015-2019年市场规模情况分析
 - 7.2.3 2022-2028年市场需求情况分析
 - 7.2.4 2022-2028年行业趋势预测分析
- 7.3 华东地区酱酒行业调研
 - 7.3.1 2015-2019年行业发展现状分析
 - 7.3.2 2015-2019年市场规模情况分析
 - 7.3.3 2022-2028年市场需求情况分析
 - 7.3.4 2022-2028年行业趋势预测分析
- 7.4 华南地区酱酒行业调研
 - 7.4.1 2015-2019年行业发展现状分析
 - 7.4.2 2015-2019年市场规模情况分析
 - 7.4.3 2022-2028年市场需求情况分析
 - 7.4.4 2022-2028年行业趋势预测分析
- 7.5 华中地区酱酒行业调研
 - 7.5.1 2015-2019年行业发展现状分析
 - 7.5.2 2015-2019年市场规模情况分析
 - 7.5.3 2022-2028年市场需求情况分析
 - 7.5.4 2022-2028年行业趋势预测分析
- 7.6 西南地区酱酒行业调研
 - 7.6.1 2015-2019年行业发展现状分析
 - 7.6.2 2015-2019年市场规模情况分析
 - 7.6.3 2022-2028年市场需求情况分析
 - 7.6.4 2022-2028年行业趋势预测分析
- 7.7 西北地区酱酒行业调研
 - 7.7.1 2015-2019年行业发展现状分析
 - 7.7.2 2015-2019年市场规模情况分析

7.7.3 2022-2028年市场需求情况分析

7.7.4 2022-2028年行业趋势预测分析

第8章 我国酱酒行业产业链分析

8.1 酱酒行业产业链分析

8.1.1 产业链结构分析

8.1.2 主要环节的增值空间

8.1.3 与上下游行业之间的关联性

8.2 酱酒上游行业分析

8.2.1 酱酒产品成本构成

8.2.2 2015-2019年上游行业发展现状

8.3 酱酒下游行业分析

8.3.1 酱酒下游行业分布

8.3.2 2015-2019年下游行业发展现状

8.3.3 2022-2028年下游行业发展趋势

8.3.4 下游需求对酱酒行业的影响

第9章 酱酒重点企业发展分析

9.1 重点企业一

9.1.1 企业概况

9.1.2 企业经营状况

9.1.3 企业盈利能力

9.1.4 企业市场战略

9.2重点企业二

9.2.1 企业概况

9.2.2 企业经营状况

9.2.3企业盈利能力

9.2.4企业市场战略

9.3 重点企业三

9.3.1 企业概况

9.3.2 企业经营状况

9.3.3 企业盈利能力

9.3.4 企业市场战略

9.4 重点企业四

9.4.1 企业概况

9.4.2 企业经营状况

9.4.3 企业盈利能力

9.4.4 企业市场战略

9.5 重点企业五

9.5.1 企业概况

9.5.2 企业经营状况

9.5.3 企业盈利能力

9.5.4 企业市场战略

9.6 重点企业六

9.6.1 企业概况

9.6.2 企业经营状况

9.6.3 企业盈利能力

9.6.4 企业市场战略

9.7 重点企业七

9.7.1 企业概况

9.7.2 企业经营状况

9.7.3 企业盈利能力

9.7.4 企业市场战略

9.8 重点企业八

9.8.1 企业概况

9.8.2 企业经营状况

9.8.3 企业盈利能力

9.8.4 企业市场战略

9.9 重点企业九

9.9.1 企业概况

9.9.2 企业经营状况

9.9.3 企业盈利能力

9.9.4 企业市场战略

9.10 重点企业十

- 9.10.1 企业概况
- 9.10.2 企业经营状况
- 9.10.3 企业盈利能力
- 9.10.4 企业市场战略

第10章 酱酒行业投资与趋势预测分析

- 10.1 2019年酱酒行业投资情况分析
 - 10.1.1 2019年总体投资结构
 - 10.1.2 2019年投资规模情况
 - 10.1.3 2019年投资增速情况
 - 10.1.4 2019年分行业投资分析
- 10.2 酱酒行业投资机会分析
 - 10.2.1 酱酒投资项目分析
 - 10.2.2 2019年酱酒投资新方向
- 10.3 2022-2028年酱酒行业投资建议
- 11.3.1 2019年酱酒行业投资前景研究
- 11.3.2 2022-2028年酱酒行业投资前景研究

第11章 酱酒行业发展预测分析

- 11.1 2022-2028年中国酱酒市场预测分析
 - 11.1.1 2022-2028年我国酱酒发展规模预测
 - 11.1.2 2022-2028年酱酒产品价格预测分析
- 11.2 2022-2028年中国酱酒行业供需预测
 - 11.2.1 2022-2028年中国酱酒供给预测
 - 11.2.2 2022-2028年中国酱酒需求预测
- 11.3 2022-2028年中国酱酒市场趋势分析

第12章 酱酒企业管理策略建议（ ）

- 12.1 提高酱酒企业竞争力的策略
 - 12.1.1 提高中国酱酒企业核心竞争力的对策
 - 12.1.2 酱酒企业提升竞争力的主要方向
 - 12.1.3 影响酱酒企业核心竞争力的因素及提升途径

12.1.4 提高酱酒企业竞争力的策略

12.2 对我国酱酒品牌的战略思考

12.2.1 酱酒实施品牌战略的意义

12.2.2 酱酒企业品牌的现状分析

12.2.3 我国酱酒企业的品牌战略

12.2.4 酱酒品牌战略管理的策略

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202203/275140.html>