

2021-2027年中国白酒市场 评估与投资可行性报告

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年中国白酒市场评估与投资可行性报告》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/202106/224218.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

白酒（外文名：Liquor and Spirits），是中国酒类（除了果酒、米酒外）的统称，又称烧酒、老白干、烧刀子等。

从分香型的消费量结构来看，我国的白酒消费以浓香型为主，其次是酱香型与清香型，其中酱香型主要是高端白酒，消费量占比相对较小，但市场规模占比相对较大。2019年中国白酒行业消费结构数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2021-2027年中国白酒市场评估与投资可行性报告》共十章。首先介绍了白酒行业市场发展环境、白酒整体运行态势等，接着分析了白酒行业市场运行的现状，然后介绍了白酒市场竞争格局。随后，报告对白酒做了重点企业经营状况分析，最后分析了白酒行业发展趋势与投资预测。您若想对白酒产业有个系统的了解或者想投资白酒行业，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：中国白酒行业发展综述

1.1 白酒行业定义及分类

1.1.1 行业定义及统计代码

1.1.2 主要产品大类

1.1.3 白酒行业统计标准

（1）统计部门和统计口径

（2）统计方法

（3）数据种类

1.2 白酒行业市场环境分析（PEST）

1.2.1 行业政治法律环境分析（P）

（1）行业主管部门及管理体制

（2）政府管制与调控

（3）行业政策法规

（4）行业发展规划

1.2.2 行业经济环境分析（E）

- （1）国内GDP增长情况
- （2）工业增加值增长情况
- （3）GDP、工业增加值与白酒行业关系分析
- （4）国内居民收入状况
- （5）社会消费情况

1.2.3 行业社会环境分析（S）

- （1）人口结构分析
- （2）居民酒类消费观念

1.2.4 行业技术环境分析（T）

- （1）行业技术发展现状分析
- （2）行业最新技术动向分析
- （3）RFID防伪技术分析

1.3 白酒行业波特五力模型

1.3.1 白酒行业现有竞争者分析

1.3.2 白酒行业上游议价能力分析

1.3.3 白酒行业下游议价能力分析

1.3.4 白酒行业替代者威胁分析

1.3.5 白酒行业潜在进入者威胁分析

1.3.6 白酒行业竞争状况总结

第2章：中国白酒行业产业链上下游分析

2.1 白酒行业产业链环节与构成

2.2 白酒行业原材料市场分析

2.2.1 高粱供给与价格走势

- （1）高粱供给与白酒业需求
- （2）2015-2019年高粱现货价格波动

2.2.2 大米供给与价格走势

- （1）大米供给与白酒业需求
- （2）2015-2019年大米价格波动

2.2.3 小麦供给与价格走势

- （1）小麦供给与白酒业需求

(2) 2015-2019年小麦价格波动

2.2.4 玉米供给与价格走势2011-2019年我国玉米产量走势图数据来源：公开资料整理

(1) 玉米供给与白酒业需求

(2) 2015-2019年玉米价格波动

2.3 白酒行业中间产业服务链解析

2.3.1 白酒物流环节发展分析

(1) 传统模式

(2) 白酒电商

2.3.2 白酒包装行业发展分析

2.4 白酒行业下游流通链综述

2.4.1 白酒零售渠道发展综述

2.4.2 白酒餐饮渠道发展综述

(1) 东北地区

(2) 河南、河北地区

(3) 江浙地区

2.4.3 白酒休闲娱乐渠道综述

第3章：中国白酒所属行业产销需求与运行状况分析

3.1 白酒所属行业产量规模分析

3.1.1 全国白酒行业产量规模分析

3.1.2 不同省市白酒产量规模分析

3.1.3 全国白酒行业产量规模预测

3.2 白酒行业经营效益指标

3.2.1 白酒行业盈利能力指标

3.2.2 白酒行业运营能力指标

3.2.3 白酒行业偿债能力指标

3.2.4 白酒行业发展能力指标

3.3 白酒所属行业供需平衡指标

3.3.1 白酒行业供给指标分析

(1) 白酒行业总产值情况

(2) 分省市白酒行业总产值情况

(3) 白酒行业产成品情况

(4) 分省市白酒行业产成品情况

3.3.2 白酒行业需求指标分析

(1) 白酒行业销售产值情况

(2) 分省市白酒行业销售产值情况

(3) 白酒行业销售收入情况

(4) 分省市白酒行业销售收入情况

3.3.3 白酒所属行业产销率分析

3.4 白酒所属行业进出口情况

3.4.1 白酒行业出口情况

(1) 2015-2019年白酒行业出口情况

(2) 白酒行业出口前景

3.4.2 白酒行业进口情况

(1) 2015-2019年白酒行业进口情况

(2) 白酒行业进口前景

第4章：国内外白酒行业发展与竞争分析

4.1 国际烈酒市场发展及竞争分析

4.1.1 国际烈酒市场增长情况分析

(1) 烈酒消费在时间序列上的变化

(2) 烈酒消费在空间上的变化

(3) 烈酒品类增长与竞争分析

4.1.2 高端烈酒市场格局与品牌塑造

(1) 高端烈酒市场格局

(2) 高端烈酒品牌建设案例

4.2 国内白酒市场发展及竞争分析

4.2.1 国内白酒市场发展特征

(1) 销售渠道现状

(2) 行业结构变化与新增长点

(3) 白酒企业并购与整合

4.2.2 国内白酒市场竞争分析

(1) 国内白酒市场竞争

(2) 行业竞争结构升级与企业发展空间测算

4.2.3 白酒行业市场空间测算

第5章：白酒行业细分产品市场分析

5.1 白酒产品主要分类

5.2 不同香型产品市场分析

5.2.1 细分产品市场份额分析

5.2.2 浓香型白酒市场

(1) 浓香型白酒市场规模

(2) 浓香型白酒市场发展趋势

5.2.3 酱香型白酒市场

(1) 酱香型白酒市场规模

(2) 酱香型白酒市场发展趋势

5.2.4 清香型白酒市场

(1) 清香型白酒市场规模

(2) 清香型白酒市场发展趋势

5.2.5 兼香型白酒市场

(1) 兼香型白酒市场规模

(2) 兼香型白酒市场发展趋势

5.3 不同档次定位产品市场分析

5.3.1 高端白酒产品分析

(1) 高端白酒竞争格局与行业地位

(2) 中高端白酒容量与行业占比

5.3.2 中低端白酒产品分析

(1) 中低端白酒市场规模分析

(2) 中低端白酒供需平衡分析

(3) 中低端白酒价格走势分析

(4) 中低端白酒市场投资机遇

5.3.3 细分市场竞争格局

第6章：中国白酒市场调研分析

6.1 国内外白酒消费需求对比

6.1.1 国际烈酒消费市场对比分析

- (1) 国际烈酒消费与国内市场对比
- (2) 日本烈酒消费特征调研分析
- 6.1.2 白酒需求结构与转型趋势
 - (1) 白酒结构性需求增长空间
 - (2) 白酒消费群体结构特征
 - (3) 白酒需求结构转型趋势
- 6.1.3 白酒行业需求规模预测
- 6.2 政商务白酒消费潜力分析
 - 6.2.1 中国财政收支与白酒消费
 - (1) 公共财政收支情况
 - (2) 政府收支与白酒消费
 - 6.2.2 国有及控股企业运行与白酒消费
 - (1) 国有及控股企业营业总收入
 - (2) 国有及控股企业实现利润
 - (3) 国有及控股企业白酒消费
 - 6.2.3 中国政商务消费政策
 - (1) 限制“三公消费”
 - (2) 中国政商务消费政策
 - 6.2.4 中国政商务白酒消费规模
 - 6.2.5 中国政商务白酒消费特点
 - (1) 政商务消费人群结构
 - (2) 政商务消费人群年龄结构
 - (3) 政商务消费典型案例分析
 - 6.2.6 中国政商务白酒消费趋势
- 6.3 普通居民消费特征调研
 - 6.3.1 中国白酒居民消费调研
 - (1) 消费者品牌偏好
 - (2) 消费者对白酒香型偏好
 - (3) 消费者对白酒度数偏好
 - (4) 消费者购买白酒时考虑的因素
 - (5) 消费者消费白酒主要场所
 - (6) 消费者对白酒的价格选择

(7) 消费者白酒消费年均支出

(8) 消费者购买白酒的渠道

6.3.2 白酒产品样本区域消费案例

(1) 北京白酒消费者需求调查

(2) 武汉白酒消费者需求调查

第7章：中国白酒行业流通渠道分析

7.1 白酒企业渠道模式分析

7.1.1 全国总代理、总经销制

7.1.2 跨区域性的集团分销制

7.1.3 区域代理制

7.1.4 企业自建销售网络制

7.1.5 企业直销零售市场制

7.1.6 企业网络直销制

7.1.7 企业与电商合作制

7.2 白酒流通行业价值链分析

7.2.1 价值链的生产商分析

7.2.2 价值链的流通企业分析

7.2.3 价值链的消费者分析

7.2.4 价值链各参与者关系分析

(1) 大型流通企业与生产商的关系

(2) 中小型流通企业与生产商或消费者的关系

(3) 大型流通企业与中小型流通企业或消费者的关系

7.3 白酒流通渠道特性分析

7.3.1 白酒流通周期性特征

7.3.2 白酒流通季节性特征

7.3.3 白酒流通区域性特征

7.4 白酒零售渠道发展分析

7.4.1 白酒零售业态类型

(1) 酒类产品购买终端

(2) 酒类产品饮用终端

7.4.2 白酒零售业态格局划分

7.4.3 白酒零售市场主要特点

7.4.4 白酒零售市场发展趋势

7.5 白酒电商渠道发展分析

7.5.1 白酒电商渠道铺设情况

7.5.2 白酒电商渠道优势分析

7.5.3 白酒电商竞争格局分析

7.5.4 白酒电商化趋势

第8章：中国白酒所属行业区域市场分析

8.1 行业总体区域结构特征分析

8.1.1 行业区域结构总体特征

(1) 行业区域分布总体特征

(2) 行业企业区域分布

(3) 行业区域销售收入分析

(4) 行业区域资产规模分析

8.1.2 行业区域集中度分析

(1) 行业区域集中度分析

(2) 行业区域集中度变化情况

8.2 四川省白酒行业发展分析及预测

8.2.1 四川省白酒行业产销情况分析

8.2.2 四川省白酒行业市场竞争格局分析

8.2.3 四川省白酒行业市场集中度分析

8.2.4 四川省白酒行业发展趋势分析

8.3 山东省白酒行业发展分析及预测

8.3.1 山东省白酒行业产销情况分析

8.3.2 山东省白酒行业市场竞争格局分析

8.3.3 山东省白酒行业市场集中度分析

8.3.4 山东省白酒行业发展趋势预测

8.4 湖北省白酒行业发展分析及预测

8.4.1 湖北省白酒行业产销情况分析

8.4.2 湖北省白酒行业市场竞争格局分析

8.4.3 湖北省白酒行业市场集中度分析

- 8.4.4 湖北省白酒行业发展趋势预测
- 8.5 江苏省白酒行业发展分析及预测
 - 8.5.1 江苏省白酒行业产销情况分析
 - 8.5.2 江苏省白酒行业市场竞争格局分析
 - 8.5.3 江苏省白酒行业市场集中度分析
 - 8.5.4 江苏省白酒行业发展趋势预测
- 8.6 贵州省白酒行业发展分析及预测
 - 8.6.1 贵州省白酒行业产销情况分析
 - 8.6.2 贵州省白酒行业市场竞争格局分析
 - 8.6.3 贵州省白酒行业市场集中度分析
 - 8.6.4 贵州省白酒行业发展趋势预测
- 8.7 河南省白酒行业发展分析及预测
 - 8.7.1 河南省白酒行业产销情况分析
 - 8.7.2 河南省白酒行业市场竞争格局分析
 - 8.7.3 河南省白酒行业市场集中度分析
 - 8.7.4 河南省白酒行业发展趋势预测

第9章：中国主要白酒企业经营情况分析

- 9.1 白酒企业发展总体状况
 - 9.1.1 企业规模总体排名
 - 9.1.2 销售收入排名情况
 - 9.1.3 利润总额排名情况
 - 9.1.4 总资产排名情况
- 9.2 白酒行业领先企业个案
 - 9.2.1 宜宾五粮液股份有限公司
 - (1) 公司发展简介
 - (2) 公司产品种类分析
 - (3) 公司经营情况分析
 - (4) 公司销售网络构建
 - (5) 企业优劣势分析
 - (6) 企业最新动向
 - 9.2.2 贵州茅台酒股份有限公司

- (1) 公司发展简介
- (2) 公司产品种类分析
- (3) 公司经营情况分析
- (4) 公司销售网络构建
- (5) 企业优劣势分析

9.2.3 泸州老窖股份有限公司

- (1) 公司发展简介
- (2) 公司产品种类分析
- (3) 公司经营情况分析
- (4) 公司销售网络构建
- (5) 企业优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向

9.2.4 江苏洋河酒厂股份有限公司

- (1) 公司发展简介
- (2) 公司产品种类分析
- (3) 公司经营情况分析
- (4) 公司销售网络构建
- (5) 企业优劣势分析

9.2.5 稻花香集团投资控股股份有限公司

- (1) 企业发展简况
- (2) 企业主营业务与产品
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营状况分析
- (5) 企业优劣势分析

9.2.6 湖北枝江酒业股份有限公司

- (1) 企业发展简况
- (2) 企业主营业务与产品
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营状况分析
- (5) 企业优劣势分析

9.2.7 四川剑南春（集团）有限责任公司

- (1) 企业发展简况

(2) 企业主营业务与产品

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营状况分析

(5) 企业优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

9.2.8 四川郎酒集团有限责任公司

(1) 公司发展简介

(2) 公司产品种类分析

(3) 公司经营情况分析

(4) 公司销售网络构建

(5) 企业优劣势分析

9.2.9 山西杏花村汾酒厂股份有限公司

(1) 公司发展简介

(2) 公司产品种类分析

(3) 公司经营情况分析

(4) 公司销售网络构建

(5) 企业优劣势分析

9.2.10 安徽古井贡酒股份有限公司

(1) 公司发展简介

(2) 公司产品种类分析

(3) 公司经营情况分析

(4) 公司销售网络构建

(5) 企业优劣势分析

第10章：白酒行业投资分析及建议

10.1 白酒行业投资特性

10.1.1 周期性

10.1.2 区域性

10.1.3 季节性

10.1.4 销售的节日效应

10.2 白酒行业进入壁垒

10.2.1 政策壁垒

10.2.2 生产资质壁垒

10.2.3 资源壁垒

10.2.4 技术和人才壁垒

10.2.5 品牌认知壁垒

10.3 白酒行业利润水平及影响因素

10.3.1 白酒行业提价趋势

10.3.2 白酒行业改革因素

10.4 白酒行业发展前景预测

10.4.1 白酒行业发展有利因素

- (1) 宏观环境仍有利于优质白酒企业的发展
- (2) 白酒具有悠久的历史 and 广泛的群众基础
- (3) 经济快速发展，居民收入的提高有助于提升白酒的消费
- (4) 消费升级有利于优质白酒的发展

10.4.2 白酒行业发展不利因素

- (1) 替代品的发展一定程度上制约行业增长
- (2) 无序竞争是行业良性发展的潜在障碍

10.4.3 白酒行业发展趋势分析

- (1) 少喝酒、喝好酒，强势龙头品牌击跨非龙头品牌
- (2) 未来5年白酒电商消费渠道将快速发展
- (3) 预调酒行业年复合增长率或达到50-60%

10.4.4 白酒行业发展前景预测

10.5 白酒行业投资建议

10.5.1 白酒行业投资机会分析

10.5.2 白酒行业投资风险分析

- (1) 原材料价格波动风险
- (2) 政策调整风险

10.5.3 白酒行业投资建议

- (1) 提升产品质量
- (2) 积极调整产品结构
- (3) 重视培育新的消费群
- (4) 充分发挥电商渠道的作用
- (5) 积极开拓国外市场

(6) 加强打假的力度，提升打假的技术水平

部分图表目录：

图表1：2015-2019年影响中国白酒行业政策管制与调控

图表2：《酒类行业流通服务规范》核心内容

图表3：我国现行白酒国家标准明细

图表4：中国白酒行业发展规划

图表5：2015-2019年中国GDP增长趋势分析（单位：万亿元，%）

图表6：2015-2019年工业增加值及同比增速（单位：亿元，%）

图表7：2015-2019年中国GDP、工业增加值与白酒行业关系图（单位：%）

图表8：2015-2019年我国城乡居民人均可支配收入情况（单位：元）

图表9：2015-2019年我国社会消费品零售总额及同比增速（单位：万亿元，%）

图表10：2015-2019年餐饮业社消总额情况（单位：亿元）

图表11：2015-2019年中国人口数量增长情况（单位：亿人）

图表12：2015-2019年我国城镇化率（单位：%）

图表13：2019年中国白酒行业专利结构图（单位：%）

图表14：2015-2019年中国白酒行业专利申请数量变化情况（单位：件）

图表15：截止到2019年底白酒行业专利申请总数排名前十的申请人结构表（单位：件，%）

图表16：截止到2019年底白酒行业专利数前十名技术情况（单位：件，%）

图表17：2015-2019年白酒行业主要专利技术申请数（单位：件）

图表18：2015-2019年白酒行业专利技术申请趋势图（单位：件）

图表19：我国白酒行业现有企业的竞争分析

图表20：我国白酒行业竞争层次分析

图表21：我国白酒行业对上游供应商的议价能力分析

图表22：我国白酒行业对下游客户议价能力分析

图表23：我国白酒行业替代者威胁分析

图表24：我国白酒行业潜在进入者威胁分析

图表25：我国白酒行业五力分析结论

图表26：白酒行业产业链图表

图表27：2015-2019年国内进口高粱综合现货指数（单位：元/吨）

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202106/224218.html>