

2022-2028年中国白酒制造 行业发展趋势与投资战略咨询报告

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

《2022-2028年中国白酒制造行业发展趋势与投资战略咨询报告》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/202201/265203.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

2019年8月，中国规模以上白酒企业产量52.6万千升，同比增长2.1%。2019年1-8月，中国规模以上白酒企业累计产量508.3万千升，同比增长1.3%。2019年1-8月中国白酒当月产量及增长走势

中企顾问网发布的《2022-2028年中国白酒制造行业发展趋势与投资战略咨询报告》共十五章。首先介绍了中国白酒制造行业市场发展环境、白酒制造整体运行态势等，接着分析了中国白酒制造行业市场运行的现状，然后介绍了白酒制造市场竞争格局。随后，报告对白酒制造做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国白酒制造行业发展趋势与投资预测。您若想对白酒制造产业有个系统的了解或者想投资中国白酒制造行业，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 白酒行业相关介绍
第一节 白酒的分类及特征一、白酒的香型二、白酒的几种分类三、白酒的特点第二节 白酒的其他知识一、白酒的度及其测定方法二、白酒的勾兑和调味三、白酒的各种成分四、白酒的营养物质及有害物质第三节 新工艺白酒一、白酒工业正向新方向发展二、白酒新工艺的创新与发展三、新工艺白酒的探索四、固、液勾兑在新工艺白酒中的应用 第二章 2015-2019年中国白酒产业运行新形势透析第一节 2015-2019年中国白酒产业结构分析一、从白酒产量看行业结构二、从白酒销售收入、利税看行业结构三、从香型、酒度、酒质看行业结构四、从白酒企业数量及企业结构看行业结构五、中国白酒行业取得的重要变化进展第二节 2015-2019年中国白酒所属行业运行总况2019年1-8月中国白酒当月累计产量及增长走势一、白酒业出现新的操作模式二、中国白酒工业进入稳定发展阶段三、中国白酒业正在实现三大转变四、中国白酒产业刮起“瘦身”风第三节 2015-2019年全国及主要省份白酒（折65度，商品量所属行业）产量分析一、2015-2019年全国白酒（折65度，商品量）产量分析二、2019年全国及主要省份白酒（折65度，商品量）产量分析三、2019年白酒（折65度，商品量）产量集中度分析第四节 2015-2019年中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料所属行业进出口贸易分析一、浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料所属行业进出口数量分析二、浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料所属行业进出口金额分析三、浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料所属行业进出口国家及地区分析第五节 2015-2019年中国白酒行业的SWOT分析一、发展优势二、发展劣势三、发展机遇四、面临的威胁第六节 2015-2019年中国白酒业面临的难题分析一、产品缺乏创新二、营销秩序混乱三、白酒行业的环保问题四、地方过分保护五、高端产品开始“滥”市第七节 2015-2019年中国白酒行业的发展

策略及规划一、白酒工业发展需依靠科技的推动二、探索白酒行业发展方向三、中国白酒工业发展的对策四、中国应积极发展低度白酒五、中国白酒产业的发展规划

第三章 2015-2019年中国白酒产业技术研发分析

第一节 2015-2019年中国生物工程技术的研究一、窖泥微生物研究二、酱香功能菌的研究三、白酒行业的环保问题四、地方过分保护五、高端产品开始“滥”市

第二节 酿酒发酵机理的研究

第三节 白酒香味成分剖析

第四节 2015-2019年中国生产工艺的改革与创新一、麸曲酱香白酒工艺创新二、复式发酵三、分层发酵四、夹泥发酵五、汾酒发酵的最高品温控制五、将先进的纳米技术引入白酒行业

第五节 2015-2019年中国白酒贮存研究

第六节 2015-2019年中国新型白酒的发展

第七节 2015-2019年中国低度酒的生产与发展

第四章 2015-2019年中国白酒市场运行走势分析

第一节 2015-2019年中国白酒市场新格局一、中高档白酒市场二、流通渠道市场三、终端白酒市场四、促销白酒市场五、区域细分市场

第二节 2015-2019年中国白酒市场特点浅析一、中档酒是新生白酒品牌的最佳立足空间一、餐饮终端是白酒企业的竞争焦点二、渠道价值仍然不可低估四、促销方式以单纯产品促销为主五、地域市场品牌及商务用酒占消费主流

第三节 2015-2019年中国白酒终端市场的运作解析一、产品选择和客户管理一、公关和培训二、促销和服务客户四、激励政策和物流管理五、理货管理和回款管理

第四节 2015-2019年中国白酒消费市场分析一、白酒消费的三大模式二、白酒消费的五大特点三、白酒消费市场现状分析四、未来白酒消费四大趋势

第五节 2015-2019年中国白酒市场的同质化现象一、浓香型白酒占据较大市场份额二、品牌泛滥导致名酒形象淡化三、价格体系紊乱及终端不良竞争加剧四、白酒外包装雷同及广告宣传浮夸

第五章 2015-2019年中国白酒制造行业主要数据监测分析

第一节 2015-2019年中国白酒制造行业规模分析一、企业数量增长分析二、从业人数增长分析三、资产规模增长分析

第二节 2019年中国白酒制造行业结构分析一、企业数量结构分析1、不同类型分析2、不同所有制分析二、销售收入结构分析1、不同类型分析2、不同所有制分析

第三节 2015-2019年中国白酒制造行业产值分析一、产成品增长分析二、工业销售产值分析三、出口交货值分析

第四节 2015-2019年中国白酒制造行业成本费用分析一、销售成本分析二、费用分析

第五节 2015-2019年中国白酒制造行业盈利能力分析一、主要盈利指标分析二、主要盈利能力指标分析

第六章 2015-2019年中国高端白酒所属行业市场运行动态分析

第一节 2015-2019年中国高端白酒所属行业运行总况一、高端白酒的崛起二、白酒市场向高端品牌集中三、高端白酒品牌的市场布局

第二节 2015-2019年中国高端白酒所属行业市场动态分析一、高端白酒寡头格局基本形成二、高端白酒与烈性洋酒博弈正式展开三、中国白酒力拓高端产品产量加快上升四、中国高端白酒市场刮起商务旋风五、中国高端白酒消费走入黄金时代六、中国高端白酒市场演绎个性化色彩

第三节 2015-2019年中国高端白酒发展强劲的原因剖析一、消费升级注入高端白酒持续动力二、龙头企业具备品牌号召力三、定价权优势是核心竞争力四、抗通胀能力最强

第四节 2015-2019年中国高端白酒发展

误区分析一、贪多求全品牌只是表层延伸二、重外轻内打造有价无值品牌三、无论大小企业都欲突击高端市场四、单纯依靠终端成就不了高端品牌 第七章 2015-2019年中国主要香型白酒运行新形势分析第一节 浓香型白酒一、浓香型白酒占据白酒行业主导地位二、浓香型白酒“淡雅”与“浓郁”流派的差异分析三、浓香型白酒正面临挑战四、浓香型白酒生产工艺方向的探索第二节 清香型白酒一、清香型白酒进入快速发展阶段二、清香型白酒面临发展契机三、清香型白酒的复兴仍需漫长过程四、清香型白酒的复兴战略探索第三节 酱香型白酒一、酱香型白酒是传统酿酒的典范二、酱香型白酒渐成市场趋势三、酱香型白酒市场混乱 第八章 2015-2019年中国主要地区的白酒行业运行新格局第一节 四川省一、四川省白酒产业概况二、四川建千亿产业 打造“白酒金三角”三、四川省2015-2019年白酒业保持平稳增长四、四川白酒迈出专业化集群化步伐五、四川省白酒业的发展优势六、四川省白酒产业的发展规划第二节 贵州省一、贵州白酒产业将主攻产能和竞争力二、贵州白酒产业发展中育“双雄”三、贵州大力振兴白酒产业 新增固定资产投资63亿四、塑造贵州白酒产业的后发优势五、贵州白酒企业复兴之路的探索六、贵州省白酒产业的发展规划第三节 江苏省一、江苏白酒业进入加速发展期二、江苏省白酒业销售收入突破80亿元再创佳绩三、税率调整，牵动江苏省白酒业利益分配格局四、江苏白酒业谋求对抗川黔第四节 安徽省一、安徽打造白酒产业新格局二、安徽白酒市场消费状况浅析三、安徽省白酒业亟待全面振兴四、徽酒欲打造白酒供需营销新模式第五节 河南省一、河南白酒产业的发展现状二、河南白酒业要走绿色健康发展之路三、河南省白酒企业的发展策略四、河南白酒产业的发展战略第六节 山东省一、山东省白酒产业的发展现状二、山东白酒做强品牌路探析三、山东省白酒行业的发展策略四、山东省白酒行业的发展建议第七节 陕西省一、陕西白酒市场上演“战国时代”二、陕西省白酒行业面临新“危机”三、陕西省白酒行业存在的问题四、陕西省白酒企业的发展策略第八节 东北地区一、东北白酒将主攻高端市场二、东北白酒崛起三方面须突破三、东北白酒业存在的问题四、东北白酒产业的发展策略第九节 其它地区一、河北省白酒产业的发展分析二、云南省白酒产业的发展分析三、广西省白酒产业的现状四、广州白酒市场的发展特点 第九章 中国白酒制造重点厂商运营财务数据分析第一节 贵州茅台酒股份有限公司（600519）一、企业概况二、企业主要经济指标分析三、企业盈利能力分析四、企业偿债能力分析五、企业运营能力分析六、企业成长能力分析第二节 宜宾五粮液股份有限公司（000858）一、企业概况二、企业主要经济指标分析三、企业盈利能力分析四、企业偿债能力分析五、企业运营能力分析六、企业成长能力分析第三节 泸州老窖股份有限公司（000568）一、企业概况二、企业主要经济指标分析三、企业盈利能力分析四、企业偿债能力分析五、企业运营能力分析六、企业成长能力分析第四节 四川沱牌曲酒股份有限公司（600702）一、企业概况二、企业主要经济指标分析三、企业

盈利能力分析四、企业偿债能力分析五、企业运营能力分析六、企业成长能力分析第五节 四川水井坊股份有限公司（600779）一、企业概况二、企业主要经济指标分析三、企业盈利能力分析四、企业偿债能力分析五、企业运营能力分析六、企业成长能力分析第六节 山西杏花村汾酒厂股份有限公司（600809）一、企业概况二、企业主要经济指标分析三、企业盈利能力分析四、企业偿债能力分析五、企业运营能力分析六、企业成长能力分析第七节 安徽古井贡酒股份有限公司（000596）一、企业概况二、企业主要经济指标分析三、企业盈利能力分析四、企业偿债能力分析五、企业运营能力分析六、企业成长能力分析第八节 酒鬼酒股份有限公司（000799）一、企业概况二、企业主要经济指标分析三、企业盈利能力分析四、企业偿债能力分析五、企业运营能力分析六、企业成长能力分析第十章 2015-2019年中国白酒行业的营销分析第一节 2015-2019年中国白酒营销的发展状况一、中国白酒营销的发展阶段二、中国白酒营销模式分析三、中国白酒营销的“产品化运动”分析四、中国白酒营销存在的问题第二节 2015-2019年中国白酒渠道营销途径状况分析一、白酒企业的渠道困境二、白酒市场渠道商状况三、白酒渠道商之间的博弈四、白酒渠道困境的根本原因第三节 2015-2019年中国白酒文化营销的探析一、酒文化是白酒行业的核心竞争力二、白酒文化营销的现存方式三、白酒文化营销的不成熟表现四、白酒文化营销的误区及对策第四节 2015-2019年中国白酒行业营销策略一、白酒行业营销误区的对策二、白酒营销的创新策略三、白酒行业淡季营销策略分析四、白酒营销的盈利模式探索第五节 2015-2019年中国区域强势白酒品牌的营销战略一、以根据地市场为圆心勾画新的市场版图二、打造声誉产品提升企业的整体产品声誉三、强化营销的组织功能建设四、突破传统的厂商合作模式五、营销管理的两大转变第六节 2015-2019年中国中低端白酒农村市场营销的攻略一、战略抉择以市场份额为导向二、产品细分有所为有所不为三、市场细分形成区域为王四、以声誉产品塑造品牌声誉五、建设适合农村市场营销的模式第十一章 2015-2019年中国白酒企业的发展策略分析第一节 2015-2019年中国白酒企业的利润点分析一、高端市场的利润点二、终端渠道的利润点三、酒文化的利润点四、品牌是实在的利润点第二节 2015-2019年中国白酒企业发展的差异化策略一、产品差异化二、形象差异化三、市场差异化四、服务差异化第三节 白酒企业的招商策略一、品牌规划策略二、市场规划策略三、招商启动策略四、白酒企业招商应注意的问题第四节 2015-2019年中国两大白酒企业集团品牌战略的比较与分析一、五粮液、茅台品牌战略的比较二、五粮液、茅台品牌战略成果的评价三、五粮液、茅台品牌战略的风险分析四、遏制风险的对策建议第五节 2015-2019年中国二线白酒企业突围的关键要素一、战略企图二、声誉产品三、市场板块四、团队整合五、资源匹配度第六节 2015-2019年中国中小白酒企业的发展策略分析一、中小白酒企业的发展力模型二、中小型白酒企业新品上市的策略三、中小型白酒企业的市场推广策略四、中小型白酒企业发展的聚焦化战略第十二章 2015-2019年中国白酒替代产品运行浅析

第一节 啤酒一、中国啤酒品牌市场探究二、中国啤酒业的发展特点三、2015-2019年全国及主要省份啤酒产量分析四、贸易战对我国啤酒行业影响不大五、透视啤酒市场竞争行为的演化方向六、未来中国啤酒行业发展趋势预测

第二节 葡萄酒一、中国葡萄酒发展特点二、2015-2019年我国葡萄酒市场发展状况三、葡萄酒行业发展空间巨大四、2015-2019年全国及主要省份葡萄酒产量分析五、2019年我国葡萄酒消费量预测六、中国葡萄酒产业的发展趋势分析

第三节 黄酒一、黄酒扩张颠覆酒业市场格局二、2015-2019年全国及主要省份黄酒产量分析三、中国黄酒市场的发展对策分析四、黄酒业复兴“文化牌”很重要

第十三章 2015-2019年中国白酒包装现状及未来发展建议

第一节 2015-2019年中国白酒包装现状一、简述白酒包装发展历程二、浅谈国内白酒的包装设计现状三、白酒酒盒包装存在的弊端四、浅析激光全息材料在白酒纸包装上的应用五、白酒的软包装印刷剖析

第二节 2015-2019年白酒包装建议一、白酒包装需下大功夫二、白酒包装应打响品牌三、白酒包装需要推陈出新四、白酒包装应该以实用为风向标五、解析超高端白酒的包装法则

第三节 2022-2028年中国白酒包装趋势分析一、追求高档化二、崇尚个性化三、包装材料的变化四、包装色调上的变化五、容量上的变化

第十四章 2015-2019年中国白酒行业的政策法规分析

第一节 2015-2019年中国白酒行业政策环境总述一、中国白酒行业的政策导向二、中国白酒产业政策概述三、中国《白酒法》的制定刻不容缓

第二节 2015-2019年白酒行业税收政策分析一、白酒行业税收政策的变化二、白酒行业消费税调整的影响分析三、新所得税法对白酒行业的影响四、白酒税收政策走势预测

第三节 2015-2019年白酒产业政策法规动向一、白酒生产许可证新规定对白酒产业的影响二、白酒制造业清洁生产标准实施对白酒产业的影响三、25种白酒国家标准样品通过鉴定四、董酒“董香型”标准通过审定

第四节 部分白酒政策文件解读一、《食品质量认证实施规则——酒类》解析二、浓香型白酒新标准解析三、白酒分析方法解析

第十五章 2022-2028年中国白酒行业的发展前景及趋势（）

第一节 2022-2028年中国白酒行业的前景分析一、全国和地方性品牌共生的局面长期存在二、白酒行业未来营业额和利润仍将攀升三、白酒产业结构会进一步整合及优化四、2022-2028年中国白酒制造行业预测分析

第二节 未来中国白酒行业发展的趋势一、白酒行业的总体发展趋势分析二、行业龙头领先优势将进一步加剧三、高度白酒仍将是市场主流四、高端白酒向更高端挺进

第三节 2022-2028年中国白酒制造市场前景预测一、白酒产量预测分析二、白酒市场消费预测分析（）三、白酒进出口贸易预测分析

图表目录：（部分）

图表：2015-2019年全国白酒（折65度，商品量）产量分析

图表：2019年全国及主要省份白酒（折65度，商品量）产量分析

图表：2019年白酒（折65度，商品量）产量集中度分析

图表：2015-2019年中国浓度<80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进出口数量分析

图表：2015-2019年中国浓度<80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进出口金额分析

图表：2015-2019年中国浓度<80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进出口平均

单价分析图表：2015-2019年中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进出口国家及地区分析图表：2015-2019年中国白酒制造行业企业数量及增长率分析 单位：个图表
：2015-2019年中国白酒制造行业亏损企业数量及增长率分析 单位：个图表：2015-2019年中国白酒制造行业从业人数及同比增长分析 单位：个图表：2015-2019年中国白酒制造企业总资产分析 单位：亿元图表：2019年中国白酒制造行业不同类型企业数量 单位：个图表：2019年中国白酒制造行业不同所有制企业数量 单位：个图表：2019年中国白酒制造行业不同类型销售收入 单位：千元图表：2019年中国白酒制造行业不同所有制销售收入 单位：千元图表
：2015-2019年中国白酒制造产成品及增长分析 单位：亿元图表：2015-2019年中国白酒制造工业销售产值分析 单位：亿元图表：2015-2019年中国白酒制造出口交货值分析 单位：亿元图表
：2015-2019年中国白酒制造行业销售成本分析 单位：亿元图表：2015-2019年中国白酒制造行业费用分析 单位：亿元图表：2015-2019年中国白酒制造行业主要盈利指标分析 单位：亿元图表：2015-2019年中国白酒制造行业主要盈利能力指标分析更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202201/265203.html>