

2013-2018年中国高粱酒市 场分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2013-2018年中国高粱酒市场分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/yanjiu1307/X516188I8J.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2013-07-10

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2013-2018年中国高粱酒市场分析与投资前景研究报告》共二十三章。首先介绍了中国高粱酒行业的概念，接着分析了中国高粱酒行业发展环境，然后对中国高粱酒行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国高粱酒行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国高粱酒行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

通过《2013-2018年中国高粱酒市场分析与投资前景研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

高粱酒高粱是生产白酒的主要原料。以高粱酿造白酒，我国独步世界，久享盛名。高粱白酒以其色、香、味和风格展现了我国酒文化的深厚底蕴。

作为中国酒文化重要支撑点的金门高粱酒（白酒），一直在生活消费和经济往来中担当着重要角色。而支撑金门高粱酒（白酒）文化的则是金门高粱酒（白酒）的存在形式：以浓香、酱香、纯香高粱酒、米香等几大香型共存，但是又以浓香、酱香、纯香高粱酒三大主流香型为主的金门高粱酒（白酒）文化体现形式，在不断地变换演绎着中国主流金门高粱酒（白酒）市场城头的“大王旗”。

2008年浓香型金门高粱酒（白酒）销量约占70%，而纯香高粱酒型金门高粱酒（白酒）的市场份额表现萎缩，仅在10%左右。

众所周知，金门高粱酒（白酒）的香型决定了金门高粱酒（白酒）的口感，而一旦消费者适应并习惯了某种香型，那么，在很长的一段时间内就难以改变。而之所以能够发生转变则首先是其它香型金门高粱酒（白酒）的产品能够和消费者有接触的机会这才是发生消费转变的根本所在。

其实，纯香高粱酒型金门高粱酒（白酒）市场份额的下跌，并非是纯香高粱酒型金门高粱酒（白酒）本身的过错，否则它也就不会有那么辉煌的昨天以及在今天仍有一席之地的市场份额；而是在于它所在的环境的变化而对它的影响，它的竞争对手不断增强，以及组成纯香高粱酒型金门高粱酒（白酒）业态的酒类企业自身的市场运作不足所致。所以，原先喝纯香高粱酒型金门高粱酒（白酒）的消费者转而成为浓香和酱香等其它金门高粱酒（白酒）的消费者，就仍有可能再次轮回消费纯香高粱酒型金门高粱酒（白酒），只是要看纯香高粱酒型金门高粱酒（白酒）如何满足消费者的需求而已。

第一章2012-2013年中国高粱酒行业发展概述

第一节 高粱酒行业发展情况

一、高粱酒定义

二、高粱酒行业发展历程

第二节 高粱酒产业链分析

一、产业链模型介绍

二、高粱酒产业链模型分析

第三节 中国高粱酒行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒 / 退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、当前行业发展所属周期阶段的判断

第二章 2012-2013年中国高粱酒行业市场发展环境分析

第一节 国内宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2013年中国宏观经济发展预测分析

第二节 中国高粱酒行业政策环境分析

一、近年来国家以及政府颁布的相关政策法规

二、相关政策法规对市场的影响程度

三、高粱酒市场国家宏观发展规划调控方向

第三节 中国高粱酒行业社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、中国城镇化率

六、居民的各种消费观念和习惯

第四节中国高粱酒行业技术环境分析

第三章高粱酒产品生产工艺及技术趋势研究

第一节质量指标情况

第二节国外主要生产工艺

第三节国内主要生产方法

第四节国内外技术对比分析

第五节国内外最新技术进展及趋势研究

第四章2012-2013年全球高粱酒产品市场运行态势分析

第一节全球高粱酒产品市场现状分析

一、全球高粱酒产品市场供需分析

二、全球高粱酒产品价格走势分析

三、全球高粱酒产品市场运行特征分析

第二节全球高粱酒产品主要国家及地区发展情况分析

一、美国

二、亚洲

三、欧洲

第三节全球高粱酒产品外商在华投资动态

第五章2012-2013年国内高粱酒产品市场运行结构分析

第一节国内高粱酒产品市场规模分析

一、总量规模

二、增长速度

三、市场季节变动分析

第二节国内外高粱酒产品市场供给平衡性分析

第六章2012-2013年中国高粱酒行业市场现状运营分析

第一节高粱酒市场现状分析及预测

一、2012-2013年中国高粱酒市场规模分析

二、2013-2018年中国高粱酒市场规模预测

第二节 高粱酒产品产能分析及预测

一、2012-2013年中国高粱酒产能分析

二、2013-2018年中国高粱酒产能预测

第三节 高粱酒产品产量分析及预测

一、2012-2013年中国高粱酒产量分析

二、2013-2018年中国高粱酒产量预测

第四节 高粱酒市场需求分析及预测

一、2012-2013年中国高粱酒市场需求分析

二、2013-2018年中国高粱酒市场需求预测

第五节 高粱酒价格趋势分析

一、2012-2013年中国高粱酒市场价格分析

二、2013-2018年中国高粱酒市场价格预测

第六节 高粱酒行业生产分析

一、产品及原材料进口、自有比例

二、国内产品及原材料生产基地分布

三、产品及原材料产业集群发展分析

四、产品及原材料产能情况分析

第七节 2012-2013年高粱酒行业市场供给分析

一、高粱酒生产规模现状

二、高粱酒产能规模分布

三、高粱酒市场价格走势

四、高粱酒重点厂商分布

五、高粱酒产供状况分析

第七章 2012-2013年高粱酒行业采购状况分析

第一节 2012-2013年高粱酒成本分析

一、原材料成本走势分析

二、劳动力供需及价格分析

三、其他方面成本走势分析

第二节 上游原材料价格与供给分析

一、主要原材料情况

二、主要原材料价格与供给分析

三、2013-2018年主要原材料市场变化趋势预测

第三节 高粱酒产业链的分析

一、行业集中度

二、主要环节的增值空间

三、行业进入壁垒和驱动因素

四、上下游行业影响及趋势分析

第八章2010-2012年国内高粱酒产品进出口贸易分析

第一节2010-2012年国内高粱酒产品进口情况分析

第二节2010-2012年国内高粱酒产品出口情况分析

第三节2010-2012年国内进出口相关政策及税率研究

第四节 代表性国家和地区进出口市场分析

第五节 2013-2018年高粱酒产品进出口预测分析

第九章2012-2013年中国高粱酒市场竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 行业国际竞争力比较

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第四节 高粱酒竞争力优势分析

一、整体产品竞争力评价

二、产品竞争力评价结果分析

三、竞争优势评价及构建建议

第五节 高粱酒行业竞争格局分析

一、高粱酒行业竞争分析

二、国内外高粱酒竞争分析

三、中国高粱酒市场竞争分析

四、中国高粱酒市场集中度分析

五、中国高粱酒竞争对手市场份额

六、中国高粱酒主要品牌企业梯队分布

第十章 行业盈利能力分析

一、2008-2012年行业销售毛利率

二、2008-2012年行业销售利润率

三、2008-2012年行业总资产利润率

四、2008-2012年行业净资产利润率

五、2008-2012年行业产值利税率

六、2013-2018年行业盈利能力预测

第十一章 行业成长性分析

一、2008-2012年行业销售收入增长分析

二、2008-2012年行业总资产增长分析

三、2008-2012年行业固定资产增长分析

四、2008-2012年行业净资产增长分析

五、2008-2012年行业利润增长分析

六、2013-2018年行业增长预测

第十二章 中国高粱酒产业市场营销策略竞争深度研究

第一节 不同规模企业市场营销策略竞争分析

一、不同规模企业市场产品策略

二、不同规模企业市场渠道策略

三、不同规模企业市场价格策略

四、不同规模企业广告媒体策略

五、不同规模企业客户服务策略

第二节 不同所有制企业市场营销策略竞争分析

一、不同所有制企业市场产品策略

二、不同所有制企业市场渠道策略

三、不同所有制企业市场价格策略

四、不同所有制企业广告媒体策略

五、不同所有制企业客户服务策略

第三节 不同规模企业/所有制企业市场营销策略专家观点

第十三章 2012-2013年中国高粱酒行业营销策略和销售渠道考察

第一节 中国高粱酒行业目前主要营销渠道分析

第二节 中国高粱酒行业重点企业营销策略

第三节 中国高粱酒行业产品营销策略建议

第四节 中国高粱酒行业营销渠道变革专家研究

一、高粱酒行业营销渠道新理念

二、高粱酒行业渠道管理新发展

三、当前中国中小企业的外部营销环境

四、中小企业营销渠道存在的问题和不足

第五节 中国高粱酒行业营销渠道发展趋势点评

一、营销渠道结构扁平化

二、营销渠道终端个性化

三、营销渠道关系互动化

四、营销渠道商品多样化

第十四章 2012-2013年高粱酒国内拟在建项目分析及竞争对手动向

第一节 国内主要竞争对手动向

第二节 国内拟在建项目分析

第十五章 2012-2013年中国高粱酒重点企业竞争力分析（企业可自选）

第一节 唐山漕酒酒业有限公司

一、企业概况

- 二、企业财务指标
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业主营产品分析
- 五、企业经营情况分析
- 六、企业发展新动态与战略规划分析

第二节 四川成都金源酒业有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业财务指标
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业主营产品分析
- 五、企业经营情况分析
- 六、企业发展新动态与战略规划分析

第三节 济南红高粱酒业有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业财务指标
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业主营产品分析
- 五、企业经营情况分析
- 六、企业发展新动态与战略规划分析

第四节 四川成都金源酒业有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业财务指标
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业主营产品分析
- 五、企业经营情况分析
- 六、企业发展新动态与战略规划分析

第五节 北京豪特酿酒公司

- 一、企业概况
- 二、企业财务指标
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业主营产品分析
- 五、企业经营情况分析

六、企业发展新动态与战略规划分析

第六节 其他重点优势企业分析

第十六章 2012-2013年高粱酒地区销售情况及竞争力深度研究

第一节 中国高粱酒各地区对比销售分析

第二节 “东北地区”销售分析

一、2012-2013年东北地区销售规模

二、东北地区“规格”销售分析

三、2012-2013年东北地区“规格”销售规模分析

第三节 “华北地区”销售分析

一、2012-2013年华北地区销售规模

二、华北地区“规格”销售分析

三、2012-2013年华北地区“规格”销售规模分析

第四节 “华东地区”销售分析

一、2012-2013年华东地区销售规模

二、华东地区“规格”销售分析

三、2012-2013年华东地区“规格”销售规模分析

第五节 “华南地区”销售分析

一、2012-2013年华南地区销售规模

二、华南地区“规格”销售分析

三、2012-2013年华南地区“规格”销售规模分析

第六节 “西北地区”销售分析

一、2012-2013年西北地区销售规模

二、西北地区“规格”销售分析

三、2012-2013年西北地区“规格”销售规模分析

第七节 “华中地区”销售分析

一、2012-2013年华中地区销售规模

二、华中地区“规格”销售分析

三、2012-2013年华中地区“规格”销售规模分析

第八节 “西南地区”销售分析

一、2012-2013年西南地区销售规模

二、西南地区“规格”销售分析

三、2012-2013年西南地区“规格”销售规模分析

第九节 主要省市集中度及竞争力模式分析

第十七章2012-2013年高粱酒下游应用行业发展分析

第一节 下游应用行业发展状况

第二节 下游应用行业市场集中度

第三节 下游应用行业发展趋势

第十八章 2013-2018年高粱酒行业前景展望

第一节2013-2018年行业供求形势展望

一、上游原料供应预测及市场情况

二、2013-2018年高粱酒下游需求行业发展展望

三、2013-2018年高粱酒行业产能预测

四、进出口形势展望

第二节 高粱酒市场前景分析

一、高粱酒市场容量分析

二、高粱酒行业利好利空政策

三、高粱酒行业发展前景分析

第三节 博思数据对高粱酒未来发展预测分析

一、中国高粱酒发展方向分析

二、2013-2018年中国高粱酒行业发展规模

三、2013-2018年中国高粱酒行业发展趋势预测

第四节 2013-2018年高粱酒行业供需预测

一、2013-2018年高粱酒行业供给预测

二、2013-2018年高粱酒行业需求预测

第五节 影响企业生产与经营的关键趋势

一、市场整合成长趋势

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测

三、企业区域市场拓展的趋势

四、科研开发趋势及替代技术进展

五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

六、中国高粱酒行业SWOT分析

第六节 行业市场格局与经济效益展望

一、市场格局展望

二、经济效益预测

第七节 总体行业“十二五”整体规划及预测

一、2013-2018年高粱酒行业国际展望

二、2013-2018年国内高粱酒行业发展展望

第十九章 2013-2018年高粱酒行业投资机会与风险分析

第一节 投资环境的分析与对策

第二节 投资机遇分析

第三节 投资风险分析

一、政策风险

二、经营风险

三、技术风险

四、进入退出风险

第四节 投资策略与建议

一、企业资本结构选择

二、企业战略选择

三、投资区域选择

四、专家投资建议

第二十章 高粱酒企业制定“十二五”发展战略研究分析

第一节 高粱酒行业“十二五”发展战略规划的技术开发战略规划

一、企业技术开发战略综述

二、集团企业技术开发战略决策难点

三、集团企业技术开发战略决策

第二节 高粱酒行业“十二五”发展战略规划的产业战略规划

第三节 高粱酒行业“十二五”发展战略规划的业务组合战略规划

第四节 高粱酒行业“十二五”发展战略规划的营销战略规划

第五节 高粱酒行业“十二五”发展战略规划的区域战略规划

一、区域战略规划概念

二、区域战略规划特点

三、区域战略规划分类

四、区域战略规划所需资源

五、区域战略规划一般程序

六、区域战略规划分析工具

七、区域战略规划的结果

第六节 高粱酒行业“十二五”发展战略规划的企业经营管理战略规划

一、企业经营策略综述

二、企业产品经营战略

三、企业渠道经营战略

四、企业并购战略分析

五、经济危机下企业经营管理战略

第七节 高粱酒行业“十二五”发展战略规划的企业信息化战略规划

第二十一章 2013-2018年高粱酒行业盈利模式与营销战略分析

第一节 我国高粱酒行业商业模式探讨

一、行业国内营销模式分析

二、行业主要销售渠道分析

三、行业促销方式分析

第二节 市场的重点客户战略实施研究

第三节 高粱酒行业企业品牌营销战略分析

一、产品质量保证

二、生产技术提升

三、产品结构调整

四、产品销售网络

五、品牌宣传策略

六、销售服务策略

七、品牌保护策略

八、品牌发展战略分析

第四节 我国高粱酒行业发展与投资注意事项分析

一、产品技术应用注意事项

二、项目投资注意事项

三、产品生产开发注意事项

四、产品销售注意事项

第五节 最优投资路径设计

一、投资对象

二、投资模式

三、预期财务状况分析

四、风险资本退出方式

第二十二章 2013-2018年中国高粱酒项目融资问题分析

第一节 2013-2018年中国高粱酒项目的融资演变

第二节 2013-2018年中国高粱酒项目特点、融资特点及影响因素分析

一、高粱酒及其项目的主要特点

二、高粱酒项目的融资特点

三、高粱酒项目的融资相关影响因素

第三节 2013-2018年中国高粱酒项目的融资对策

一、从产业链的整体考虑项目的融资

二、从产业链的三个环节考虑项目的融资

三、采用多种形式进行项目融资

四、本国筹资的重要性

五、有效吸引私人投资

六、政府的政策支持

第四节 博思数据专家建议

第二十三章 2013-2018年高粱酒行业项目投资建议

第一节 中国生产、营销企业投资运作模式分析

第二节 外销与内销优势分析

第三节 2013-2018年全国投资规模预测

第四节 2013-2018年高粱酒行业投资收益预测

第五节 2013-2018年高粱酒项目投资建议

第六节 2013-2018年高粱酒项目融资建议

图表目录

图表：2005-2013年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2013年中国月度CPI、PPI指数走势图

图表：2005-2012年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2005-2012年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：1978-2012年中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2010-2012年我国工业增加值增速统计

图表：2005-2012年我国全社会固定资产投资额走势图（2012年不含农户）

图表：2005-2012年我国财政收入支出走势图 单位：亿元

图表：2005-2012年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2007-2012年国内高粱酒产量统计表

图表：2007-2012年国内高粱酒产量直观图

图表：2011-2012年国内高粱酒产量区域结构统计表

图表：2011-2012年国内高粱酒产量区域结构直观图

图表：2011-2012年高粱酒行业产品产量企业集中度统计表

图表：2011-2012年高粱酒行业产品产量企业集中度情况直观图

图表：2007-2012年国内高粱酒市场规模数据表

图表：2007-2012年国内高粱酒市场规模走势图

图表：2007-2012年国内高粱酒行业利润总额统计表

图表：2007-2012年国内高粱酒行业利润总额增长走势图

图表：2009-2012年我国高粱酒市场行业盈利能力预测

图表：2007-2012年国内高粱酒行业从业人员数量统计表

图表：2007-2012年国内高粱酒行业从业人员数量增长情况直观图

图表：2007-2012年国内高粱酒行业销售收入统计表

图表：2007-2012年国内高粱酒行业销售收入增长走势图

图表：2009-2012年我国高粱酒市场行业营运能力预测

图表：2009-2012年我国高粱酒市场行业发展能力增长预测

图表：2007-2012年高粱酒行业总资产统计表

图表：2007-2012年高粱酒行业总资产发展情况直观图

图表：2009-2012年我国高粱酒市场行业偿债能力预测

图表：2011-2012年国内高粱酒市场需求区域分布统计表

图表：2011-2012年我国高粱酒市场需求区域集中度比较

图表：2011-2012年国内高粱酒市场需求主要省市统计表

图表：2011-2012年我国高粱酒市场需求主要省份集中度比较

详细请访问：<http://www.bosidata.com/yanjiu1307/X516188I8J.html>