

# 2015-2020年中国酱香型白酒市场态势分析及投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

## 报告报价

《2015-2020年中国酱香型白酒市场态势分析及投资前景研究报告》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/yanjiu1502/4932710SH7.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-06-30

【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《2015-2020年中国酱香型白酒市场态势分析及投资前景研究报告》共十四章。报告介绍了酱香型白酒行业相关概述、中国酱香型白酒产业运行环境、分析了中国酱香型白酒行业的现状、中国酱香型白酒行业竞争格局、对中国酱香型白酒行业做了重点企业经营状况分析及中国酱香型白酒产业发展前景与投资预测。您若想对酱香型白酒产业有个系统的了解或者想投资酱香型白酒行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

酱香型白酒亦称茅香型，以茅台酒、酱门传奇酒、天长帝酒、乌江酒、意水坊酒、酱脉酒、水艺坊酒为代表，属大曲酒类。其酱香突出，幽雅细致，酒体醇厚，回味悠长，清澈透明，色泽微黄。以酱香为主，略有焦香（但不出头），香味细腻、复杂、柔顺含泸（泸香）不突出，酯香柔雅协调，先酯后酱，酱香悠长，杯中香气经久不变，空杯留香经久不散（茅台酒有“扣杯隔日香”的说法），味大于香，苦度适中，酒度低而不变。酱香型白酒的标准评语是：无色（或微黄）透明，无悬浮物，无沉淀，酱香突出、幽雅细腻，空杯留香幽雅持久，入口柔绵醇厚，回味悠长。白酒作为中国的国酒，是中国文化和情感的载体，而酱香型白酒是白酒的细分市场，以茅台为首。近年来，在茅台、国窖1573等高端白酒的带领下，中国白酒正逐展现出深厚的文化内涵与气质，这是中国白酒走向世界最有力的武器。随着中国文化的不断复兴，白酒也必将随着中国走向世界。

未来5年中国酱酒领域的投资或将接近千亿元。虽然各种类型的资本投资目的不一，但庞大的投资资金必将大大提升酱酒在中国白酒市场的份额。2010年，全国酱酒产量约为22万千升，约占全国白酒行业总产量的2.5%；销售收入350亿元，约占全国白酒行业销售总额的13.2%；利润约占全国白酒行业的28%。2013年，中国酱酒实际产量约55万千升，占中国白酒行业实际总产量的3.8%左右；酱酒工业总产值约500亿元，约占行业的10%；利润总额达到180亿，约占行业利润的20%左右。作为中国酱酒主产区，2013年度贵州仁怀市现有生产企业1167家，其中，具备生产许可证企业239家，规模以上企业81家。规模以上企业完成产量30.74万千升，完成工业产值380亿元。其中茅台酒厂完成产量5.95万千升，同比增长2%；完成投资77.89亿元，新增2600吨茅台酒产能，完成茅台酒基酒3.85万千升，同比增长14%；茅台酒包装量完成1.57万千升，同比增长14%。茅台酒厂完成工业产值296.9亿元，同比增长22%。按酱酒32%的平均增速推算，“十二五”期末，中国酱酒整体销售收入会突破1000亿元。虽然酱香不会像清香和浓香那样“一统天下”，但市场份额会大幅提升，成为中国白酒的主力香型之一。

## 报告目录：

## 第一部分 酱香型白酒产业发展现状

### 第一章 酱香型白酒行业概述

#### 第一节 酱香型白酒相关概念

##### 一、酱香型白酒简介

##### 二、酱香型白酒的分类

##### 三、酱香型白酒的质量指标

#### 第二节 酱香型白酒的主要作用及用途简介

## 第二章 2013-2014年中国酱香型白酒的行业发展环境分析

### 第一节 中国经济发展环境分析

#### 一、国民经济运行情况GDP

#### 二、消费价格指数CPI、PPI

#### 三、全国居民收入情况

#### 四、恩格尔系数

#### 五、工业发展形势

#### 六、固定资产投资情况

### 第二节 中国酱香型白酒行业政策环境分析

#### 一、产业政策分析

#### 二、相关产业政策影响分析

### 第三节 中国酱香型白酒行业技术环境分析

#### 一、中国酱香型白酒技术发展概况

#### 二、中国酱香型白酒产品工艺特点或流程

#### 三、中国酱香型白酒行业技术发展趋势

### 第四节 2015-2020年中国酱香型白酒的行业发展社会环境分析

#### 一、人口环境状况

#### 二、教育、科学技术和文化

#### 三、卫生和社会服务

#### 四、资源、环境和安全生产

#### 五、中国城镇化率

#### 六、居民的各种消费观念和习惯

## 第二部分 酱香型白酒产业深度分析

### 第三章 中国酱香型白酒市场分析

#### 第一节 酱香型白酒市场现状分析及预测

一、2013-2014年下半年中国酱香型白酒市场规模分析

二、2015-2020年中国酱香型白酒市场规模预测

#### 第二节 酱香型白酒产品产量分析及预测

一、2013-2014年下半年中国酱香型白酒产量分析

二、2015-2020年中国酱香型白酒产量预测

#### 第三节 酱香型白酒进出口数据分析

一、2013-2014年下半年中国酱香型白酒进出口数据分析

二、2015-2020年国内酱香型白酒产品未来进出口情况预测

### 第四章 酱香型白酒细分行业分析

#### 第一节 白酒行业细分标准

#### 第二节 酱香型白酒市场细分现状

一、酱香型白酒细分趋势

二、茅台酱香型白酒细分策略分析

### 第五章 2013-2014年中国酱香型白酒行业数据调查分析

#### 第一节 2013-2014年中国酱香型白酒行业规模分析

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 2014年中国酱香型白酒行业结构分析

一、企业所有制结构分析

二、销售收入结构分析

#### 第三节 2013-2014年中国酱香型白酒行业成本费用分析

#### 第四节 2013-2014年中国酱香型白酒行业盈利能力分析

### 第六章 中国酱香型白酒区域市场运营状况分析

#### 第一节 华北市场

#### 第二节 华中市场

#### 第三节 华南市场

#### 第四节 华东市场

#### 第五节 东北市场

#### 第六节 西部市场

### 第七章 中国酱香型白酒用户度市场渠道分析

#### 第一节 国内酱香型白酒产品的经销模式

#### 第二节 渠道格局

#### 第三节 渠道形式

#### 第四节 渠道七大革命

#### 第五节 酱香型白酒行业国际化营销模式分析

#### 第六节 国内酱香型白酒产品生产及销售投资运作模式分析

### 第三部分 酱香型白酒产业竞争格局分析

#### 第八章 2013-2014年中国酱香型白酒产业市场竞争格局分析

##### 第一节 2013-2014年中国酱香型白酒产业竞争现状分析

###### 一、市场竞争程度分析

###### 二、酱香型白酒产品价格竞争分析

###### 三、酱香型白酒产业技术竞争分析

##### 第二节 酱香型白酒竞争优劣势分析

###### 一、发展优势

###### 二、发展劣势

##### 第三节 2013-2014年中国酱香型白酒行业集中度分析

###### 一、市场集中度分析

###### 二、区域集中度

##### 第四节 未来几年内中国酱香型白酒行业竞争格局发展趋势分析

###### 一、酱香型白酒竞争格局分析

###### 二、酱香型白酒竞争格局趋势

##### 第五节 2013-2014年中国酱香型白酒企业提升竞争力策略分析

### 第九章 2013-2014年中国酱香型白酒行业重点厂商分析

#### 第一节 湖南武陵酒有限公司

##### 一、企业概况

二、企业特色

三、企业地位

四、工艺特点

五、公司战略规划

## 第二节 贵州茅台股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

五、企业盈利能力及偿债能力分析

## 第三节 广西丹泉酒业有限公司

一、企业概况

二、企业经营状况

三、公司战略规划

## 第四节 四川仙潭酒业集团有限责任公司

一、企业概况

二、企业经营状况

三、工艺特点

## 第五节 沱牌舍得酒业股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

五、企业盈利能力及偿债能力分析

## 第六节 郎酒

一、企业概况

二、企业主导产品

三、企业经营状况

## 第七节 五粮液

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

#### 四、企业经营能力分析

#### 五、企业盈利能力及偿债能力分析

#### 第八节 赖茅

##### 一、企业概况

##### 二、企业酱香型白酒

##### 三、商标归属

#### 第四部分 酱香型白酒行业趋势预测分析

#### 第十章 2013-2014年中国酱香型白酒行业产业链分析

##### 第一节 酱香型白酒行业产业链概述

##### 第二节 酱香型白酒上游行业发展状况分析

###### 一、上游原材料生产情况分析

###### 二、上游原材料需求情况分析

##### 第三节 酱香型白酒下游行业发展情况分析

###### 一、零售业发展现状与需求

###### 1、零售业概况

###### 2、零售业市场现状

###### 3、零售业发展趋势

###### 二、餐饮业发展现状与需求

###### 1、餐饮业发展现状

###### 2、酒类餐饮渠道发展情况

###### 三、休闲娱乐产业发展现状与需求

###### 1、休闲娱乐产业发展现状

###### 2、酒类休闲娱乐销售渠道发展情况

#### 第十一章 2015-2020年酱香型白酒行业前景展望与趋势预测

##### 第一节 酱香型白酒行业投资价值分析

###### 一、国内酱香型白酒行业盈利能力分析

###### 二、国内酱香型白酒行业偿债能力分析

###### 三、国内酱香型白酒行业运营效率分析

##### 第二节 2015-2020年国内酱香型白酒行业投资热点及未来投资方向分析

###### 一、产品发展趋势



二、价格变化趋势

三、用户需求结构趋势

第三节 2015-2020年国内酱香型白酒行业未来市场趋势预测分析

一、市场规模预测分析

二、市场结构预测分析

三、市场供需情况预测

第五部分 酱香型白酒行业发展战略研究

第十二章 中国酱香型白酒行业发展战略研究

第一节 行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 品牌战略

一、品牌的重要性

二、实施品牌战略的意义

三、企业品牌的现状分析

四、企业的品牌战略

五、品牌战略管理的策略

第三节 重点客户战略

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、实施重点客户战略要重点解决的问题

四、重点客户管理功能

第十三章 中国酱香型白酒营销策略建议

第一节 中国酱香型白酒行业投资策略

一、坚持产品创新的领先战略

二、坚持品牌建设的引导战略

三、坚持工艺技术创新的支持战略

四、坚持市场营销创新的决胜战略

五、坚持企业管理创新的保证战略

第二节 中国酱香型白酒行业经营策略分析

一、中国酱香型白酒行业市场细分策略

二、中国酱香型白酒行业市场创新策略

三、品牌定位

1、市场定位

2、品牌定位

3、定位方法

4、产品定位的基本原则

5、影响因素

四、品类管理

1、品类的概念

2、品类管理的意义

3、制约因素

4、解决思路

5、发展方向

五、中国酱香型白酒行业新产品差异化战略

第六部分 酱香型白酒产业投资建议

第十四章 2015-2020年酱香型白酒行业投资规划建设研究

第一节 2015-2020年中国酱香型白酒行业发展的关键要素

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

第二节 2015-2020年中国酱香型白酒投资机会分析

一、酱香型白酒行业行业前景调研

二、酱香型白酒行业投资热点

三、酱香型白酒行业投资区域

四、酱香型白酒行业投资吸引力分析

第三节 2015-2020年中国酱香型白酒投资前景分析

一、技术风险分析

二、原材料风险分析

三、政策/体制风险分析

四、进入/退出风险分析

五、经营管理风险分析

第四节 对酱香型白酒项目的投资建议

一、品牌定位建议

二、产品分类与定位建议

三、价格定位建议

四、技术应用建议

五、投资区域建议

六、销售渠道建议

七、资本并购重组运作模式建议

八、企业经营管理建议

九、重点客户建设建议

图表目录：

图表：2009-2014年国内生产总值和增长速度

图表：2014年居民消费价格指数月度增长幅度

图表：2014年局面消费价格指数较上一年涨跌幅度

图表：2014年工业生产者出厂价格跌涨幅情况

图表：2013-2014年工业生产者购进价格跌涨幅情况

图表：2013-2014年生产资料出厂价格跌涨幅情况

图表：2013-2014年生活资料出厂价格跌涨幅情况

图表：2009-2014年农村人均纯收入

图表：2009-2014年城镇人均可支配收入

图表：2014年规模以上工业增加值增速

图表：2009-2014年建筑业增加值

图表：2014年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2014年固定资产累计投资增速

图表：2014年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度

图表：2014年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2014年房地产开发和销售主要指标完成情况及其增长速度

图表：酱香型白酒的酿造工艺流程

图表：2014年末人口数及其构成

图表：2009-2014年城镇新增就业人数

图表：2009-2014年国内生产总值与全部就业人员比率

图表：2009-2014年农村居民人均纯收入

图表：2009-2014年城镇居民人均可支配收入

图表：2009-2014年高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数

图表：2009-2014年研究与试验发展（R&D）经费支出

图表：2009-2014年卫生技术人员人数

图表：2010-2014年我国酱香型白酒市场规模

图表：2015-2020年我国酱香型白酒市场规模

图表：2010-2014年我国酱香型白酒产量

图表：2015-2020年我国酱香型白酒产量

图表：2010-2014年我国酱香型白酒出口交货值

图表：2015-2020年我国酱香型白酒出口交货值

图表：2009-2014年中国酱香型白酒行业企业数量增长情况

图表：2009-2014年中国酱香型白酒行业从业人数增长情况

图表：2009-2014年中国酱香型白酒行业资产规模增长情况

图表：2014年中国酱香型白酒行业企业所有制结构情况

图表：2014年中国酱香型白酒行业企业销售收入结构情况

图表：2009-2014年中国酱香型白酒行业成本费用情况

图表：2009-2014年中国酱香型白酒行业盈利能力指标

图表：2010-2014年华北期间酱香白酒销量

图表：2010-2014年华中地区酱香白酒销量

图表：2010-2014年华南地区酱香白酒销量

图表：2010-2014年华东地区酱香白酒销量

图表：2010-2014年东北地区酱香白酒销量

图表：2010-2014年西部地区酱香白酒销量

图表：2013-2014年贵州茅台股份有限公司主要经济指标  
图表：2013-2014年贵州茅台股份有限公司成长能力指标  
图表：2013-2014年贵州茅台股份有限公司运营能力分析  
图表：2013-2014年贵州茅台股份有限公司盈利质量指标  
图表：2013-2014年贵州茅台股份有限公司财务风险指标  
图表：2013-2014年沱牌舍得酒业股份有限公司主要经济指标  
图表：2013-2014年沱牌舍得酒业股份有限公司成长指标  
图表：2010-2014年沱牌舍得酒业有限公司经营能力  
图表：2010-2014年沱牌舍得酒业有限公司经营发展能力  
图表：2010-2014年沱牌舍得酒业有限公司盈利能力  
图表：2010-2014年沱牌舍得酒业有限公司偿债能力  
图表：2013-2014年公司净利润  
图表：2013-2014年公司净利润增长率  
图表：2013-2014年公司净资产增长率  
图表：2013-2014年公司存货周转率  
图表：2013-2014年公司总资产周转率  
图表：2013-2014年公司营业利润率  
图表：2013-2014年公司净资产收益率  
图表：2013-2014年公司流动比率  
图表：2013-2014年公司资产负债率  
图表：2010-2014年高粱产量统计  
图表：2010-2014年大米产量统计  
图表：2010-2014年小麦产量统计  
图表：2010-2014年玉米产量统计  
图表：2014年1-12月份社会消费品零售总额主要数据  
图表：2010-2014年酱香型白酒行业盈利能力  
图表：2010-2014年酱香型白酒行业偿债能力  
图表：2010-2014年酱香型白酒行业运营能力  
图表：2015-2020年我国酱香型白酒市场规模  
图表：四种基本的品牌战略  
图表：重组示意图

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家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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/yanjiu1502/4932710SH7.html>