

2014-2020年中国酱香型白 酒市场监测与投资机会研究报告

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

《2014-2020年中国酱香型白酒市场监测与投资机遇研究报告》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.cction.com/report/201409/111863.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，中国白酒正逐渐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。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家海关总署、国务院发展研究中心、中国食品工业协会、中国酿酒工业协会、国内外相关刊物的基础信息以及各省市相关统计单位等公布和提供的大量资料。报告对我国高端白酒行业的现状和发展、各项经营指标、消费者购买行为、竞争格局、发展趋势和行业领先企业等专题进行深入研究，并对中国酱香型白酒行业各区域市场状况以及行业优势企业予以了重点分析，结合新时期的各方面因素，对中国酱香型白酒行业的发展趋势给予了细致和审慎的预

测论证。本报告是酱香型白酒生产、销售企业、研究机构、投资企业等单位准确了解当前我国酱香型白酒行业发展动态，把握企业定位和发展方向的重要决策依据。

第一部分 产业发展现状

第一章 酱香型白酒产品概述 1

第一节 产品定义 1

第二节 产品用途 2

第三节 酱香型白酒市场特点分析 4

一、产品特征 4

二、价格特征 5

三、渠道特征 6

四、购买特征 7

第四节 行业发展周期特征分析 8

第二章 酱香型白酒行业环境分析 9

第一节 中国经济发展环境分析 9

一、中国GDP分析 9

二、固定资产投资 10

三、城镇人员从业状况 12

四、恩格尔系数分析 13

五、2014-2020年中国宏观经济发展预测 14

第二节 中国酱香型白酒行业政策环境分析 16

一、产业政策分析 16

二、相关产业政策影响分析 17

第三节 中国酱香型白酒行业技术环境分析 19

一、中国酱香型白酒技术发展概况 19

二、中国酱香型白酒产品工艺特点或流程 22

三、中国酱香型白酒行业技术发展趋势 28

第二部分 行业深度分析

第三章 中国酱香型白酒市场分析 31

第一节 酱香型白酒市场现状分析及预测 31

一、2012-2013年下半年中国酱香型白酒市场规模分析 31

二、2014-2020年中国酱香型白酒市场规模预测 31

第二节 酱香型白酒产品产量分析及预测 32

一、2012-2013年下半年中国酱香型白酒产量分析	32
二、2014-2020年中国酱香型白酒产量预测	33
第三节 酱香型白酒进出口数据分析	33
一、2012-2013年下半年中国酱香型白酒进出口数据分析	33
二、2014-2020年国内酱香型白酒产品未来进出口情况预测	34
第四章 酱香型白酒细分行业分析	35
第一节 白酒行业细分标准	35
第二节 酱香型白酒市场细分现状	38
一、酱香型白酒细分趋势	38
二、茅台酱香型白酒细分策略分析	41
第五章 酱香型白酒产业渠道分析	43
第一节 2013年国内酱香型白酒产品的需求地域分布结构	43
第二节 2012-2013年下半年中国酱香型白酒产品重点区域市场消费情况分析	44
一、华北地区	44
二、东北地区	45
三、华东地区	45
四、华中地区	46
五、华南地区	46
六、西部地区	47
第三节 国内酱香型白酒产品的经销模式	47
第四节 渠道格局	48
第五节 渠道形式	49
第六节 渠道七大革命	49
第七节 酱香型白酒行业国际化营销模式分析	59
第八节 国内酱香型白酒产品生产及销售投资运作模式分析	64
第三部分 竞争格局分析	
第六章 2012-2013年中国酱香型产业竞争分析	65
第一节 2012-2013年中国酱香型白酒产业竞争现状分析	65
一、市场竞争程度分析	65
二、酱香型白酒产品价格竞争分析	70
三、酱香型白酒产业技术竞争分析	75
第二节 酱香型白酒竞争优势劣势分析	79

一、发展优势	79
二、发展劣势	80
第三节 2012-2013年中国酱香型白酒行业集中度分析	81
一、市场集中度分析	81
二、区域集中度	83
第四节 2012-2013年中国酱香型白酒企业提升竞争力策略分析	84
第七章 中国酱香型白酒主要竞争企业分析	90
第一节 湖南武陵酒有限公司	90
一、企业概况	90
二、企业特色	92
三、企业地位	93
四、工艺特点	95
五、公司战略规划	97
第二节 贵州茅台股份有限公司	97
一、企业概况	97
二、企业主要经济指标分析	99
三、企业成长性分析	99
四、企业经营能力分析	100
五、企业盈利能力及偿债能力分析	100
第三节 广西丹泉酒业有限公司	100
一、企业概况	100
二、企业经营状况	101
三、公司战略规划	102
第四节 四川仙潭酒业集团有限责任公司	103
一、企业概况	103
二、企业经营状况	104
三、工艺特点	104
第五节 沱牌舍得酒业股份有限公司	110
一、企业概况	110
二、企业主要经济指标分析	112
三、企业成长性分析	112
四、企业经营能力分析	112

五、企业盈利能力及偿债能力分析	113
第六节 郎酒	114
一、企业概况	114
二、企业主导产品	115
三、企业经营状况	115
第七节 五粮液	116
一、企业概况	116
二、企业主要经济指标分析	118
三、企业成长性分析	119
四、企业经营能力分析	120
五、企业盈利能力及偿债能力分析	121
第八节 赖茅	122
一、企业概况	122
二、企业酱香型白酒	123
三、商标归属	123
第八章 酱香型白酒行业相关产业分析	125
第一节 酱香型白酒行业产业链概述	125
第二节 酱香型白酒上游行业发展状况分析	125
一、上游原材料生产情况分析	125
二、上游原材料需求情况分析	133
第三节 酱香型白酒下游行业发展情况分析	136
一、零售业发展现状与需求	136
二、餐饮业发展现状与需求	143
三、休闲娱乐产业发展现状与需求	152
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	156
一、酱香型白酒竞争格局分析	156
二、酱香型白酒竞争格局趋势	159
第四部分 投资前景展望	
第九章 2014-2020年酱香型白酒行业前景展望与趋势预测	174
第一节 酱香型白酒行业投资价值分析	174
一、国内酱香型白酒行业盈利能力分析	174
二、国内酱香型白酒行业偿债能力分析	174

三、国内酱香型白酒行业运营效率分析	174
第二节 2014-2020年国内酱香型白酒行业投资热点及未来投资方向分析	175
一、产品发展趋势	175
二、价格变化趋势	176
三、用户需求结构趋势	176
第三节 2014-2020年国内酱香型白酒行业未来市场前景预测	177
一、市场规模预测分析	177
二、市场结构预测分析	177
三、市场供需情况预测	178
第十章 2014-2020年酱香型白酒行业投资战略研究	179
第一节 2014-2020年中国酱香型白酒行业发展的关键要素	179
一、生产要素	179
二、需求条件	182
三、支援与相关产业	184
四、企业战略、结构与竞争状态	184
五、政府的作用	187
第二节 2014-2020年中国酱香型白酒投资机会分析	188
一、酱香型白酒行业投资前景	188
二、酱香型白酒行业投资热点	188
三、酱香型白酒行业投资区域	189
四、酱香型白酒行业投资吸引力分析	191
第三节 2014-2020年中国酱香型白酒投资风险分析	192
一、技术风险分析	192
二、原材料风险分析	193
三、政策/体制风险分析	197
四、进入/退出风险分析	198
五、经营管理风险分析	198
第四节 对酱香型白酒项目的投资建议	199
一、品牌定位建议	199
二、产品分类与定位建议	199
三、价格定位建议	201
四、技术应用建议	202

五、投资区域建议	202
六、销售渠道建议	205
七、资本并购重组运作模式建议	205
八、企业经营管理建议	211
九、重点客户建设建议	213

图表目录

图表：2009-2013年国内生产总值及其增长速度	9
图表：2009-2013年国内生产总值与全部就业人员比率（2010年不变价格）	10
图表：2013年固定资产投资（不含农户）增速（累计同比）	10
图表：2013年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度	11
图表：2013年固定资产投资新增主要生产能力	12
图表：2009-2013年城镇新增就业人数	12
图表：2009-2013年城镇恩格尔系数对比	13
图表：2010-2013年中国GDP增长季度走势	14
图表：2011-2014年世界经济增速（%）	15
图表：酱香型白酒的酿造工艺流程	23
图表：2010-2013年我国酱香型白酒市场规模	31
图表：2014-2020年我国酱香型白酒市场规模	31
图表：2010-2013年我国酱香型白酒产量	33
图表：2014-2020年我国酱香型白酒产量	33
图表：2010-2013年我国酱香型白酒出口交货值	34
图表：2014-2020年我国酱香型白酒出口交货值	34
图表：2013年酱香型白酒需求地域分布结构	43
图表：2010-2013年华北地区酱香白酒销量	44
图表：2010-2013年东北地区酱香白酒销量	45
图表：2010-2013年华东地区酱香白酒销量	45
图表：2010-2013年华中地区酱香白酒销量	46
图表：2010-2013年华南地区酱香白酒销量	46
图表：2010-2013年西部地区酱香白酒销量	47
图表：2012-2013年贵州茅台股份有限公司主要经济指标	99
图表：2012-2013年贵州茅台股份有限公司成长能力指标	99
图表：2012-2013年贵州茅台股份有限公司运营能力分析	100

图表：2012-2013年贵州茅台股份有限公司盈利质量指标	100
图表：2012-2013年贵州茅台股份有限公司财务风险指标	100
图表：2012-2013年沱牌舍得酒业股份有限公司主要经济指标	112
图表：2012-2013年沱牌舍得酒业股份有限公司成长指标	112
图表：2010-2013年沱牌舍得酒业有限公司经营能力	112
图表：2010-2013年沱牌舍得酒业有限公司经营发展能力	113
图表：2010-2013年沱牌舍得酒业有限公司盈利能力	113
图表：2010-2013年沱牌舍得酒业有限公司偿债能力	113
图表：2012-2013年公司净利润	118
图表：2012-2013年公司净利润增长率	119
图表：2012-2013年公司净资产增长率	119
图表：2012-2013年公司存货周转率	120
图表：2012-2013年公司总资产周转率	120
图表：2012-2013年公司营业利润率	121
图表：2012-2013年公司净资产收益率	121
图表：2012-2013年公司流动比率	122
图表：2012-2013年公司资产负债率	122
图表：2010-2013年高粱产量统计	132
图表：2010-2013年大米产量统计	132
图表：2010-2013年小麦产量统计	133
图表：2010-2013年玉米产量统计	133
图表：2013年1-12月份社会消费品零售总额主要数据	141
图表：2010-2013年酱香型白酒行业盈利能力	174
图表：2010-2013年酱香型白酒行业偿债能力	174
图表：2010-2013年酱香型白酒行业运营能力	174
图表：2014-2020年我国酱香型白酒市场规模	177
图表：重组示意图	211
略.....	

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201409/111863.html>