

2021-2027年中国竹筒酒行业分析与战略咨询报告

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

《2021-2027年中国竹筒酒行业分析与战略咨询报告》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/202011/194968.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

随着2012年“三公消费”的出台，中国白酒进入了萎缩期，但是随着国务院发布健康中国2030规划纲要后，迅速在全国掀起了“大健康”的热潮，而借此大势，作为白酒行业的垂直细分品品类，竹筒酒在这几年扶摇直上发展迅猛。竹筒酒利用新鲜的楠竹作为酒的生长载体，充分利用酒和竹在竹腔里的融合，从而达到活竹对酒的吸纳、分解转化等生理特性。酒在循环流动的活竹腔内，少量甚至微量的有害物质被充分吸收，最终形成竹筒酒健康、竹香四溢的独特口感。在品牌影响力方面，花瑶竹筒酒作为前两届的竹筒酒第一品牌，依然遥遥领先其他竹筒酒品牌。惊喜点是，黑马品牌三杯富硒竹筒酒取得了第二名的成绩，这跟三杯富硒竹筒酒这两年的品牌建设、模式创新、产品创新有重大关系。第三名的君玉竹筒酒作为后起之秀，产品丰富，价格涵盖从低到高，在南方市场有不俗的影响力。产自福建的客家醉竹筒酒，以线下渠道为主，在东南沿海拥有众多消费者。市场占有率方面，整体情况跟去年一样，花瑶竹筒酒依然一枝独秀，占据超过60%的市场份额，这跟花瑶竹筒酒高举高打的品牌策略、雄厚的资本和专利技术、以及独创的垂直垄断代理模式息息相关。而最大黑马依然是三杯富硒竹筒酒、牙梳山、君玉竹筒酒。三杯富硒竹筒酒在今年举办了多次代理商峰会，形成了口碑上的裂变，市场占有率节节攀登，君玉竹筒酒凭借在终端市场的狼性地推和渠道资源互换，蚕食大片市场。竹筒酒作为一款健康特色的农产品，已经得到了政府和相关部门的高度认可和支持，顺应大健康时代的发展需求，在国家对竹筒酒行业高度重视和扶持下，相信竹筒酒行业定会继续朝着健康正规的方向，迎来更快更稳的高速发展期。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国竹筒酒行业分析与战略咨询报告》共十四章。首先介绍了竹筒酒相关概念及发展环境，接着分析了中国竹筒酒规模及消费需求，然后对中国竹筒酒市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国竹筒酒面临的机遇及发展前景。您若想对中国竹筒酒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。

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：

第一部分 产业环境透视

第一章 竹筒酒行业发展综述

第一节 竹筒酒行业定义及特征

一、行业定义

二、行业产品分类

三、行业特征分析

第二节 竹筒酒行业统计标准

一、统计部门和统计口径

二、行业主要统计方法介绍

三、行业涵盖数据种类介绍

第三节 竹筒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

第二章 竹筒酒行业市场环境及影响分析（PEST）

第一节 竹筒酒行业政治法律环境（P）

一、行业管理体制分析

二、行业主要法律法规

三、竹筒酒行业标准

四、行业相关发展规划

五、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析（E）

一、国内宏观经济形势分析

二、“十三五”时期我国经济形势预测

三、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 行业社会环境分析（S）

一、竹筒酒产业社会环境

二、社会环境对行业的影响

三、竹筒酒产业发展对社会发展的影响

第四节 行业技术环境分析（T）

- 一、竹筒酒行业技术发展现状
- 二、竹筒酒行业技术人才现状
- 三、竹筒酒行业技术发展动态
- 四、行业主要技术发展趋势
- 五、技术环境对行业的影响

第三章 竹筒酒消费者行为分析

第一节 消费人群构成分析

- 一、消费者年龄结构
- 二、消费者收入水平
- 三、消费者学历水平
- 四、消费者性别比例
- 五、消费者职业结构

第二节 消费者主要目的

- 一、自己尝鲜或享受
- 二、送礼
- 三、收藏

第三节 消费的季节性特点分析

- 一、各季节消费量结构分析
- 二、节假日消费特点分析
- 三、不同季节消费产品结构

第四节 消费市场的地域特点分析

- 一、不同地域产品消费特点
- 二、不同地域季节消费特点
- 三、不同地域消费价格特点

第五节 消费者购买渠道分析

- 一、厂家直销
- 二、专卖店
- 三、商超
- 四、网购

第六节 消费者购买影响因素分析

- 一、品牌

- 二、产地
- 三、质量
- 四、包装
- 五、服务

第二部分 市场深度调研

第四章 中国竹筒酒行业运行现状分析

第一节 我国竹筒酒行业发展状况分析

- 一、行业发展历程和阶段
- 二、行业发展概况及特点
- 三、行业发展存在的问题及对策
- 四、行业商业模式分析

第二节 2017-2019年竹筒酒行业运行现状分析

- 一、行业市场规模分析
- 二、行业销售额分析
- 三、行业产销量分析
- 四、行业利润总额分析
- 五、行业产品市场结构分析

第三节 2017-2019年中国竹筒酒行业企业分析

- 一、企业数量变化分析
- 二、不同规模企业结构分析
- 三、不同性质企业结构分析
- 四、从业人员数量分析

第四节 我国竹筒酒市场价格走势分析

- 一、竹筒酒市场定价机制组成
- 二、竹筒酒市场价格影响因素
- 三、2017-2019年竹筒酒价格走势分析
- 四、2021-2027年竹筒酒价格走势预测

第五章 中国竹筒酒市场供需形势分析

第一节 竹筒酒行业生产分析

- 一、国内产品及原材料生产基地分布

二、产品及原材料产业集群发展分析

三、2017-2019年原材料产能情况分析

第二节 中国竹筒酒市场供需分析

一、2017-2019年中国竹筒酒行业供给情况

1、中国竹子种植面积

2、中国竹筒酒行业产品产量分析

3、重点企业产能及占有份额

二、2017-2019年中国竹筒酒行业需求情况

1、竹筒酒行业需求市场

2、竹筒酒行业客户结构

3、竹筒酒行业需求的地区差异

三、2017-2019年中国竹筒酒行业供需平衡分析

第三节 竹筒酒产品市场需求预测

一、竹筒酒主要需求市场分布

二、2021-2027年竹筒酒需求总量预测

第六章 竹筒酒行业进出口结构及面临的机遇与挑战

第一节 竹筒酒行业进出口市场分析

一、竹筒酒行业进出口综述

1、中国竹筒酒进出口的特点分析

2、中国竹筒酒进出口地区分布状况

3、中国竹筒酒进出口的贸易方式及经营企业分析

4、中国竹筒酒进出口政策与国际化经营

二、竹筒酒行业出口市场分析

1、2017-2019年行业出口整体情况

2、2017-2019年行业出口总额分析

3、2017-2019年行业出口产品结构

三、竹筒酒行业进口市场分析

1、2017-2019年行业进口整体情况

2、2017-2019年行业进口总额分析

3、2017-2019年行业进口产品结构

第二节 中国竹筒酒出口面临的挑战及对策

- 一、中国竹筒酒出口面临的挑战
- 二、竹筒酒行业进出口前景
- 三、竹筒酒行业进出口发展建议

第三部分 市场全景调研

第七章 竹筒酒行业十大品牌发展模式分析

第一节 花瑶竹酒发展模式分析

- 一、生产模式分析
- 二、经营模式分析
- 三、渠道模式分析
- 四、盈利模式分析

第二节 三杯富硒竹酒发展模式分析

- 一、生产模式分析
- 二、经营模式分析
- 三、渠道模式分析
- 四、盈利模式分析

第三节 君玉竹酒发展模式分析

- 一、生产模式分析
- 二、经营模式分析
- 三、渠道模式分析
- 四、盈利模式分析

第四节 客家醉竹酒发展模式分析

- 一、生产模式分析
- 二、经营模式分析
- 三、渠道模式分析
- 四、盈利模式分析

第五节 天然香竹酒发展模式分析

- 一、生产模式分析
- 二、经营模式分析
- 三、渠道模式分析
- 四、盈利模式分析

第六节 牙梳山竹酒发展模式分析

一、生产模式分析

二、经营模式分析

三、渠道模式分析

四、盈利模式分析

第七节 竹酒坊竹酒发展模式分析

一、生产模式分析

二、经营模式分析

三、渠道模式分析

四、盈利模式分析

第八节 林天露竹酒发展模式分析

一、生产模式分析

二、经营模式分析

三、渠道模式分析

四、盈利模式分析

第九节 品竹仙竹酒发展模式分析

一、生产模式分析

二、经营模式分析

三、渠道模式分析

四、盈利模式分析

第十节 醉翁仙竹酒发展模式分析

一、生产模式分析

二、经营模式分析

三、渠道模式分析

四、盈利模式分析

第八章 我国竹筒酒行业营销趋势及策略分析

第一节 2018年中国竹筒酒营销的发展状况

一、中国竹筒酒营销的发展阶段

1、品牌认识的简单化

2、竹筒酒品牌定位模糊

3、竹筒酒品牌传播影响力不够

4、品牌保护意识淡薄

二、中国竹筒酒营销模式分析

三、中国竹筒酒营销亟待解决的问题

第二节 中国竹筒酒渠道营销途径状况分析

一、竹筒酒企业的渠道困境

二、竹筒酒市场渠道商状况

三、竹筒酒渠道商之间的博弈

四、竹筒酒渠道困境的根本原因

第三节 竹筒酒文化营销的探析

一、竹酒文化是竹筒酒行业的核心竞争力

二、竹筒酒文化营销的现存方式

三、竹筒酒文化营销的不成熟表现

四、竹筒酒文化营销的误区及对策

第四节 中国竹筒酒行业营销策略

一、竹筒酒行业营销误区的对策

二、竹筒酒营销的创新策略

三、竹筒酒行业淡季营销策略分析

四、竹筒酒营销的盈利模式探索

第五节 区域强势竹筒酒品牌的营销战略

一、差异化营销战略

二、生动化营销战略

三、人性化营销战略

第四部分 竞争格局分析

第九章 2021-2027年竹筒酒行业竞争形势分析

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、竹筒酒行业竞争结构分析

1、现有企业间竞争

2、潜在进入者分析

3、替代品威胁分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

二、竹筒酒行业集中度分析

1、市场集中度分析

2、企业集中度分析

3、区域集中度分析

三、竹筒酒行业SWOT分析

1、竹筒酒行业优势分析

2、竹筒酒行业劣势分析

3、竹筒酒行业机会分析

4、竹筒酒行业威胁分析

第二节 中国竹筒酒行业竞争格局综述

一、竹筒酒行业竞争概况

1、行业品牌竞争格局

2、行业企业竞争格局

3、行业产品竞争格局

二、中国竹筒酒行业竞争力分析

1、我国竹筒酒行业竞争力剖析

2、我国竹筒酒企业市场竞争的优势

3、民企与外企比较分析

4、国内竹筒酒企业竞争能力提升途径

三、中国竹筒酒竞争力优势分析

1、整体产品竞争力评价

2、产品竞争力评价结果分析

3、竞争优势评价及构建建议

第十章 竹筒酒行业区域市场分析

第一节 行业总体区域结构特征分析

一、行业区域结构总体特征

二、行业企业区域集分布

三、行业区域市场分布特点

第二节 云南竹筒酒行业发展分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第三节 湖南竹筒酒行业发展分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第四节 贵州竹筒酒行业发展分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第五节 福建竹筒酒行业发展分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第六节 湖北竹筒酒行业发展分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第七节 江西竹筒酒行业发展分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第十一章 中国竹筒酒行业重点企业经营分析

第一节 邵阳花瑶人家农业发展有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业品牌建设分析

四、企业销售渠道与网络

五、企业主要市场分布

六、企业最新发展动向分析

第二节 龙酒（福建）酒业有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业品牌建设分析

四、企业销售渠道与网络

五、企业主要市场分布

六、企业最新发展动向分析

第三节 深圳市醉竹居士酒业有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业品牌建设分析

四、企业销售渠道与网络

五、企业主要市场分布

六、企业最新发展动向分析

第四节 汾阳市杏宇酒业有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业品牌建设分析

四、企业销售渠道与网络

五、企业主要市场分布

六、企业最新发展动向分析

第五节 重庆醉竹酒业有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业品牌建设分析

四、企业销售渠道与网络

五、企业主要市场分布

六、企业最新发展动向分析

第六节 武夷山竹娘酒业有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业品牌建设分析
- 四、企业销售渠道与网络
- 五、企业主要市场分布
- 六、企业最新发展动向分析

第七节 四川竹生缘雪山生态酒业有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业品牌建设分析
- 四、企业销售渠道与网络
- 五、企业主要市场分布
- 六、企业最新发展动向分析

第八节 太湖县孔祥竹木加工有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业品牌建设分析
- 四、企业销售渠道与网络
- 五、企业主要市场分布
- 六、企业最新发展动向分析

第九节 福建漳州绿之韵生物科技有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业品牌建设分析
- 四、企业销售渠道与网络
- 五、企业主要市场分布
- 六、企业最新发展动向分析

第十节 湖南省竹香液生态农业发展有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业品牌建设分析
- 四、企业销售渠道与网络

五、企业主要市场分布

六、企业最新发展动向分析

第五部分 发展前景展望

第十二章 2021-2027年竹筒酒行业前景及趋势预测

第一节 2021-2027年竹筒酒市场发展前景

一、竹筒酒市场发展潜力

二、竹筒酒市场发展前景展望

三、竹筒酒细分行业发展前景分析

第二节 2021-2027年竹筒酒市场发展趋势预测

一、2021-2027年竹筒酒行业发展趋势

1、技术发展趋势分析

2、产品发展趋势分析

3、产品应用趋势分析

二、2021-2027年竹筒酒市场规模预测

1、竹筒酒行业市场容量预测

2、竹筒酒行业销售收入预测

三、2021-2027年竹筒酒行业应用趋势预测

四、2021-2027年细分市场发展趋势预测

第三节 2021-2027年中国竹筒酒行业供需预测

一、2021-2027年中国竹筒酒企业数量预测

二、2021-2027年中国竹筒酒行业产量预测

三、2021-2027年中国竹筒酒市场销量预测

四、2021-2027年中国竹筒酒行业需求预测

五、2021-2027年中国竹筒酒行业供需平衡预测

第十三章 2021-2027年竹筒酒行业投资机会与风险防范

第一节 中国竹筒酒行业投资特性分析

一、竹筒酒行业进入壁垒分析

二、竹筒酒行业盈利模式分析

三、竹筒酒行业盈利因素分析

第二节 中国竹筒酒行业投资情况分析

一、竹筒酒行业总体投资及结构

二、竹筒酒行业投资规模情况

三、竹筒酒行业投资项目分析

第三节 中国竹筒酒行业投资风险

一、竹筒酒行业供求风险

二、竹筒酒行业关联产业风险

三、竹筒酒行业产品结构风险

四、竹筒酒行业技术风险

第四节 竹筒酒行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、竹筒酒行业投资机遇

第六部分 发展战略研究

第十四章 竹筒酒行业发展战略研究（ ）

第一节 竹筒酒行业发展战略研究

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 对中国竹筒酒品牌的战略思考

一、竹筒酒品牌的重要性

二、竹筒酒实施品牌战略的意义

三、竹筒酒企业品牌的现状分析

四、中国竹筒酒企业的品牌战略

五、竹筒酒品牌战略管理的策略

第三节 竹筒酒行业经营策略分析

一、竹筒酒市场细分策略

二、竹筒酒市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、竹筒酒新产品差异化战略

第四节 竹筒酒行业投资战略研究

一、2018年竹筒酒企业投资战略

二、2021-2027年竹筒酒行业投资战略

三、2021-2027年细分行业投资战略

图表目录：

图表：竹筒酒行业生命周期

图表：竹筒酒行业产业链结构

图表：2018年竹筒酒行业消费者年龄结构

图表：2018年竹筒酒行业消费者收入水平

图表：2018年竹筒酒行业消费者学历水平

图表：2018年竹筒酒行业消费者性别比例

图表：2018年竹筒酒行业消费者职业结构

图表：2018年竹筒酒行业产品市场结构分析

图表：2017-2019年竹筒酒行业企业数量变化分析

图表：2017-2019年竹筒酒行业不同规模企业结构分析

图表：2017-2019年竹筒酒行业不同性质企业结构分析

图表：2017-2019年竹筒酒行业从业人员数量分析

图表：2017-2019年竹筒酒价格走势分析

图表：2021-2027年竹筒酒价格走势预测

图表：2017-2019年中国竹筒酒行业市场规模

图表：2017-2019年竹筒酒行业销售额

图表：2017-2019年竹筒酒行业利润总额

图表：2017-2019年竹筒酒行业产销量

图表：2017-2019年竹筒酒市场价格走势

图表：2017-2019年竹筒酒行业产能分析

图表：2017-2019年竹筒酒行业产量分析

图表：2017-2019年竹筒酒行业需求总量分析

图表：2017-2019年竹筒酒行业进口数据

图表：2017-2019年竹筒酒行业出口数据

图表：2021-2027年竹筒酒行业市场规模预测

图表：2021-2027年竹筒酒行业销售收入预测

图表：2021-2027年竹筒酒行业产量预测

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202011/194968.html>