

2022-2028年中国酒精饮料 市场深度评估与投资方向研究报告

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

《2022-2028年中国酒精饮料市场深度评估与投资方向研究报告》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/202201/265166.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

酒精饮料系指供人们饮用的且乙醇含量在0.5%(vol)以上的饮料，包括各种发酵酒、蒸馏酒、配制酒及预调酒。 中企顾问网发布的《2022-2028年中国酒精饮料市场深度评估与投资方向研究报告》共十九章。首先介绍了酒精饮料行业市场发展环境、酒精饮料整体运行态势等，接着分析了酒精饮料行业市场运行的现状，然后介绍了酒精饮料市场竞争格局。随后，报告对酒精饮料做了重点企业经营状况分析，最后分析了酒精饮料行业发展趋势与投资预测。您若想对酒精饮料产业有个系统的了解或者想投资酒精饮料行业，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：第一部分酒精饮料行业特性研究 第一章酒精饮料行业概述第一节酒精饮料行业概述一、酒精饮料行业定义二、酒精饮料行业产品分类三、酒精饮料行业产品特性第二节酒精饮料行业属性及国民经济地位分析一、国民经济依赖性二、经济类型属性三、行业周期属性四、酒精饮料行业国民经济地位分析第三节酒精饮料行业特征研究一、2015-2019年酒精饮料行业规模二、2015-2019年酒精饮料行业成长性分析三、2015-2019年酒精饮料行业盈利性分析四、2015-2019年酒精饮料行业竞争强度分析五、2015-2019年酒精饮料行业所处的生命周期第四节酒精饮料行业产业链模型分析一、产业链模型介绍二、酒精饮料行业产业链模型分析 第二章 2015-2019年我国酒饮料行业市场发展动态分析第一节 2015-2019年国际酒饮料发展概况一、世界酒精饮料消费概况二、低酒精饮料走俏欧美三、世界杯促进酒精饮料消费第二节 2015-2019年我国酒精饮料发展总体分析一、我国酒饮料行业发展概况二、我国酒业市场渠道分析三、我国酒业需要开拓国际市场第三节 2015-2019年我国酒精饮料市场存在的问题与对策分析 第三章 2015-2019年我国酒精饮料行业发展环境分析第一节 2015-2019年酒精饮料行业经济环境分析第二节 2015-2019年酒精饮料国家“十三五”产业政策环境分析一、行业主管亿元门、行业管理体制二、行业主要法规与产业政策三、行业“十三五”发展规划四、出口关税政策分析第三节 2015-2019年我国酒精饮料行业产业社会环境分析一、2015-2019年我国人口结构分析二、2015-2019年教育环境分析三、2015-2019年文化环境分析四、2015-2019年生态环境分析五、2015-2019年我国城镇化率分析第四节 2015-2019年酒精饮料行业消费环境分析一、饮食保健：健康就是粗粮为主薯类为副二、消费观念三、我国饮料消费结构单 第二部分酒精饮料行业发展现状研究第四章 2015-2019年我国饮料行业运行新形势透析第一节 2015-2019年我国饮料行业总体概述一、我国饮料行业的发展历程回顾二、饮料行业已步入多元化格局三、我国发展饮料工业的优势第二节 2015-2019年我国饮料行业运行状况一、饮料市场百花齐放，逆势增

长二、我国饮料市场三足鼎立之势第三节 2019年我国饮料市场热点关注一、饮料行业频发“并购风”事件二、饮料行业引入风险投入资金，刮起“并购风”第四节 2015-2019年我国饮料行业品牌分析一、我国饮料新品牌层出不穷二、国内饮料市场大众品牌分析三、我国饮料品牌的沉浮四、我国饮料行业品牌集中度上升五、国内饮料品牌的发展战略解析第五节 2015-2019年我国饮料行业存在的问题及策略一、我国饮料生产企业面临八大挑战二、新国标出台饮料业又遇新门槛三、国内饮料企业制胜策略四、饮料行业产品和渠道创新是关键 第五章 2015-2019年我国啤酒产业运行形势透析第一节 2015-2019年我国啤酒制造业运行总况一、我国啤酒业呼唤转变增长方式二、我国啤酒业兼并与重组新格局呈现三、我国啤酒业逆市扩张显生机四、我国啤酒业装备制造使用现状五、我国啤酒制造业与污水处理第二节 近三年我国啤酒行业的利润分析一、啤酒行业三种盈利模式二、产能过剩使我国啤酒企业利润走低三、制约啤酒市场利润提升的其他因素四、提升啤酒企业利润的发展策略第三节 2015-2019年外资进入对我国啤酒企业应冲击一、我国与国际啤酒企业成长与盈利能力的比较二、我国啤酒企业面临的外资冲击三、我国啤酒企业的突围措施四、我国啤企的国际化道路发展对策第四节 2015-2019年我国啤酒行业存在的问题及其对策一、我国啤酒业存在的十问题二、我国啤酒业产品结构有待改善三、我国啤酒业国际化战略探讨四、啤酒业应当加速向果汁纯生方向发展 第六章 2015-2019年我国其它酒精饮料市场运行态势解析第一节 白酒一、我国低度白酒的发展历程二、我国白酒行业发展现状三、白酒行业营销管理四、白酒市场竞争分析五、白酒的国际化市场战略第二节 葡萄酒一、我国葡萄酒行业现状二、葡萄酒消费市场分析三、我国葡萄酒业优劣势分析四、葡萄酒行业存在的问题五、我国葡萄酒产业发展建议六、我国葡萄酒业的未来发展方向七、烟台葡萄酒产业分析第三节 黄酒一、我国黄酒行业发展现状二、我国黄酒业市场解析三、黄酒行业竞争分析四、黄酒营销策略分析 第七章 2015-2019年我国酒精饮料主要产品所属行业产量统计分析第一节 2015-2019年我国白酒所属行业产量数据统计分析一、2015-2019年我国白酒所属行业产量数据分析二、2019年我国白酒所属行业产量数据分析三、2019年我国白酒产量增长性分析第二节 2015-2019年我国啤酒所属行业产量数据统计分析一、2015-2019年我国啤酒所属行业产量数据分析二、2019年我国啤酒所属行业产量数据分析三、2019年我国啤酒产量增长性分析第三节 2015-2019年我国黄酒产量数据统计分析一、2015-2019年我国黄酒产量数据分析二、2019年我国黄酒产量数据分析三、2019年我国黄酒产量增长性分析第四节 2015-2019年我国葡萄酒产量数据统计分析一、2015-2019年我国葡萄酒产量数据分析二、2019年我国葡萄酒产量数据分析三、2019年我国葡萄酒产量增长性分析 第八章 2015-2019年我国酒精饮料所属行业数据监测分析第一节 2015-2019年我国酒精饮料所属行业规模分析一、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 2015-2019年我国酒精饮料所属行业结构分析一、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年我国酒精饮料所属行业产值分析一、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年我国酒精饮料所属行业成本费用分析一、销售成本统计二、费用统计

第五节 2015-2019年我国酒精饮料所属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

第九章 2015-2019年我国酒精饮料所属行业进出口市场分析

第一节 2015-2019年我国酒精饮料所属行业进口数据分析一、进口数量分析二、进口金额分析

第二节 2015-2019年我国酒精饮料所属行业出口数据分析一、出口数量分析二、出口金额分析

第三节 2015-2019年我国酒精饮料进出口产品结构分析一、酒精饮料行业进口产品结构二、酒精饮料行业出口产品结构

第三节 2015-2019年我国酒精饮料进出口平均单价分析一、进口价格走势二、出口价格走势

第十章 2015-2019年我国酒精饮料加工业相关产量数据分析

第一节 2015-2019年我国软饮料产量数据统计分析一、2015-2019年全国软饮料产量数据分析二、2019年全国软饮料产量数据分析（数据均可更新至最新月份）三、全国软饮料产量增长性分析

第二节 2015-2019年我国果汁和蔬菜汁饮料产量数据统计分析一、2015-2019年全国果汁和蔬菜汁饮料产量数据分析二、2019年全国果汁和蔬菜汁饮料产量数据分析（数据均可更新至最新月份）三、全国果汁和蔬菜汁饮料产量增长性分析

第十一章 我国酒精饮料区域行业市场分析

第一节 东北地区一、2015-2019年东北地区在酒精饮料行业中的地位变化二、2015-2019年东北地区酒精饮料行业规模情况分析三、2015-2019年东北地区酒精饮料行业企业分析四、2022-2028年东北地区酒精饮料行业发展趋势预测

第二节 华北地区一、2015-2019年华北地区在酒精饮料行业中的地位变化二、2015-2019年华北地区酒精饮料行业规模情况分析三、2015-2019年华北地区酒精饮料行业企业分析四、2022-2028年华北地区酒精饮料行业发展趋势预测

第三节 华东地区一、2015-2019年华东地区在酒精饮料行业中的地位变化二、2015-2019年华东地区酒精饮料行业规模情况分析三、2015-2019年华东地区酒精饮料行业企业分析四、2022-2028年华东地区酒精饮料行业发展趋势预测

第四节 华中地区一、2015-2019年华中地区在酒精饮料行业中的地位变化二、2015-2019年华中地区酒精饮料行业规模情况分析三、2015-2019年华中地区酒精饮料行业企业分析四、2022-2028年华中地区酒精饮料行业发展趋势预测

第五节 华南地区一、2015-2019年华南地区在酒精饮料行业中的地位变化二、2015-2019年华南地区酒精饮料行业规模情况分析三、2015-2019年华南地区酒精饮料行业企业分析四、2022-2028年华南地区酒精饮料行业发展趋势预测

第六节 西部地区一、2015-2019年西部地区在酒精饮料行业中的地位变化二、2015-2019年西部地区酒精饮料行业规模情况分析三、2015-2019年西部地区酒精饮料行业企业分析四、2022-2028年西部地区酒精饮料行业发展趋势预测

第十二章 我国酒精饮料行业竞争状况分析

第一节 2015-2019年我国酒精饮料行业竞争力分析一、我国酒精饮料行业要素成本分析二、品牌竞争分析三、技术竞争分析

第二节

2015-2019年我国酒精饮料行业市场区域格局分析一、重点生产区域竞争力分析二、市场销售集中分布三、国内企业与国外企业相对竞争力

第三节 2015-2019年我国酒精饮料行业市场集中度分析一、行业集中度分析二、企业集中度分析

第四节我国酒精饮料行业五力竞争分析一、“波特五力模型”介绍二、酒精饮料“波特五力模型”分析（1）行业内竞争（2）潜在进入者威胁（3）替代品威胁（4）供应商议价能力分析（5）买方侃价能力分析

第五节 2015-2019年我国酒精饮料行业竞争的因素分析

第三部分酒精饮料行业产业链分析

第十三章 2015-2019年我国酒精饮料上游行业研究分析

第一节 2015-2019年我国酒精饮料上游行业一研究分析一、上游行业一产销状分析二、上游行业一市场价格情况分析三、上游行业一生产商情况四、上游行业一市场发展前景预测

第二节 2015-2019年我国酒精饮料上游二行业研究分析一、上游二行业产销状分析二、上游二行业市场价格情况分析三、上游二行业生产商情况四、上游一行业市场发展前景预测

第三节 上游行业发展对酒精饮料影响因素分析

第十四章 2015-2019年我国酒精饮料市场消费调查

第一节 消费者基本情况分析一、性别占比二、年龄分布三、职业四、对酒精饮料认知情况

第二节 2015-2019年我国消费者购买酒精饮料行为调研一、消费者选用酒精饮料的目的二、消费者最常喝酒精饮料品牌三、消费者对酒精饮料价格敏感度分析

第三节 影响消费者选择运动型饮料因素分析

第十五章 2015-2019年我国酒精饮料市场营销解析

第一节 2015-2019年我国饮料行业营销现状分析一、国内饮料营销的五大派系二、饮料行业销售渠道探讨三、饮料业网络营销战略分析

第二节 2015-2019年我国酒精饮料卖点解析

第三节 2015-2019年我国酒精饮料市场营销策略剖析一、酒精饮料市场产品定位二、品类名解决消费者的口感障碍与亲近感问题三、确核心消费群定位与果醋饮的诉求方向问题四、相应的产品包装进行配套五、以实际行动解决市场推广问题

第四节 2015-2019年我国酒精饮料市场营销策略分析一、酒精饮料概念营销二、酒精饮料精细营销分析

第四部分酒精饮料行业企业竞争力分析

第十六章 酒精饮料行业优势企业分析

第一节 贵州茅台酒股份有限公司经营情况分析一、企业发展简况分析二、企业产品结构及新产品动向三、企业销售渠道与网络三、企业主要经济指标四、企业盈利能力分析五、企业偿债能力分析六、企业经营能力分析

第二节 宜宾五粮液股份有限公司经营情况分析一、企业发展简况分析二、企业产品结构及新产品动向三、企业销售渠道与网络三、企业主要经济指标四、企业盈利能力分析五、企业偿债能力分析六、企业经营能力分析

第三节 泸州老窖股份有限公司经营情况分析一、企业发展简况分析二、企业产品结构及新产品动向三、企业销售渠道与网络三、企业主要经济指标四、企业盈利能力分析五、企业偿债能力分析六、企业经营能力分析

第四节 四川沱牌曲酒股份有限公司经营情况分析一、企业发展简况分析二、企业产品结构及新产品动向三、企业销售渠道与网络三、企业主要经济指标四、企业盈利能力分析五、企业偿债能力分析六、企业经营能力分析

第五节 四川水井坊股份有限公司经营情况分析一、企业发展简况分析二、企业产

品结构及新产品动向三、企业销售渠道与网络三、企业主要经济指标四、企业盈利能力分析五、企业偿债能力分析六、企业经营能力分析第六节山西杏花村汾酒厂股份有限公司经营情况分析一、企业发展简况分析二、企业产品结构及新产品动向三、企业销售渠道与网络三、企业主要经济指标四、企业盈利能力分析五、企业偿债能力分析六、企业经营能力分析 第五部分酒精饮料行业未来市场前景展望、投资策略研究第十七章 2022-2028年我国酒精饮料产业发展趋势预测分析第一节 2022-2028年我国酒精饮料发展趋势分析一、酒精饮料产业技术发展方向分析二、酒精饮料竞争格局预测分析三、酒精饮料行业发展预测分析第二节 2022-2028年我国酒精饮料市场预测分析一、酒精饮料供给预测分析二、酒精饮料需求预测分析三、酒精饮料进出口预测分析第三节 2022-2028年我国酒精饮料市场盈利预测分析 第十八章 2022-2028年我国酒精饮料行业投资机会与风险分析第一节 2022-2028年我国酒精饮料行业投资前景分析第二节 2022-2028年我国酒精饮料行业投资特性分析一、2022-2028年我国酒精饮料行业进入壁垒分析二、2022-2028年我国酒精饮料行业盈利模式分析三、2022-2028年我国酒精饮料行业盈利因素分析第三节 2022-2028年我国酒精饮料行业投资机会分析一、2022-2028年我国酒精饮料行业细分市场投资机会分析二、2022-2028年我国酒精饮料行业区域市场投资潜力分析第四节 2022-2028年我国酒精饮料行业投资风险分析一、2022-2028年我国酒精饮料行业市场竞争风险二、2022-2028年我国酒精饮料行业技术风险三、2022-2028年我国酒精饮料行业政策风险四、2022-2028年我国酒精饮料行业进入退出风险 第十九章 2022-2028年我国酒精饮料行业发展策略及投资建议（ ）第一节酒精饮料行业发展策略分析一、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酒精饮料行业市场的关键客户战略实施一、实施重点客户战略的必要性二、合理确立重点客户三、对重点客户的营销策略四、强化重点客户的管理五、实施重点客户战略要重点解决的问题第四章研究部结论及建议 图表目录：图表：贵州茅台酒股份有限公司主要经济指标图表：贵州茅台酒股份有限公司销售收入变化趋势图图表：贵州茅台酒股份有限公司盈利指标分析图表：贵州茅台酒股份有限公司盈利能力分析图表：贵州茅台酒股份有限公司偿债能力分析图表：贵州茅台酒股份有限公司经营能力分析图表：贵州茅台酒股份有限公司成长能力分析图表：宜宾五粮液股份有限公司主要经济指标图表：宜宾五粮液股份有限公司销售收入变化趋势图图表：宜宾五粮液股份有限公司盈利指标分析图表：宜宾五粮液股份有限公司盈利能力分析图表：宜宾五粮液股份有限公司偿债能力分析图表：宜宾五粮液股份有限公司经营能力分析图表：宜宾五粮液股份有限公司成长能力分析图表：泸州老窖股份有限公司主要经济指标图表：泸州老窖股份有限公司销售收入变化趋势图图表：泸州老窖股份有限公司盈利指标分析图表：泸州老窖股份有限公司盈利能力分析图表：泸州老窖股份有限公司偿债能力分析图表：泸州老窖股份有限公司经营能力分析图表

: 泸州老窖股份有限公司成长能力分析图表 : 四川沱牌曲酒股份有限公司主要经济指标图表
: 四川沱牌曲酒股份有限公司销售收入变化趋势图图表 : 四川沱牌曲酒股份有限公司盈利指
标分析图表 : 四川沱牌曲酒股份有限公司盈利能力分析图表 : 四川沱牌曲酒股份有限公司偿
债能力分析图表 : 四川沱牌曲酒股份有限公司经营能力分析图表 : 四川沱牌曲酒股份有限公
司成长能力分析图表 : 四川水井坊股份有限公司主要经济指标图表 : 四川水井坊股份有限公
司销售收入变化趋势图图表 : 四川水井坊股份有限公司盈利指标分析图表 : 四川水井坊股份
有限公司盈利能力分析图表 : 四川水井坊股份有限公司偿债能力分析图表 : 四川水井坊股份
有限公司经营能力分析图表 : 四川水井坊股份有限公司成长能力分析更多图表见正
文……

详细请访问 : <http://www.cction.com/report/202201/265166.html>