

2024-2029年中国酱香型白酒行业市场研究与投资前景报告

报告简介

近年来，在国酒茅台的引导下，酱香型白酒的二线老牌名酒开始复苏、新品牌不断涌现。酱香酒品牌众多，放眼全国茅台旗下就有习酒、茅台王子酒、茅台迎宾酒、仁酒等品牌；郎酒、武陵、赖茅等老品牌纷纷重出江湖，将主打品牌换成酱香酒或兼做酱香酒；在贵州更是如此，国台酒、金沙回沙、老土人家、贵州迎宾酒、镇酒等新品牌也如雨后春笋般有了自己的一席之地。除了原有酱香企业的复苏以外，业外大资本和主流企业进入酱酒领域加速推动了酱酒的发展。目前，酱酒领域除了茅台和郎酒外，五粮液已经挟10年苦心积累杀向酱酒，推出了永福酱酒。不仅如此，业外的大资本表现得更加疯狂。譬如IT巨头联想收购武陵、海航入驻怀酒；现代中药龙头企业天士力更是10年前已经在茅台镇开始投入巨资，如今，国台酒业已经成为茅台镇第二大酿酒企业，并且已经实现销售近10个亿。这些业外巨头的企业体量都不亚于茅台，甚至远远高于茅台；这些实力雄厚的企业杀入酱酒领域不但会改变目前的两强格局，而且将大大提升酱酒的市场份额，让中国酱酒领域呈现出“百花齐放”的局面。

由于越来越多消费者青睐酱香白酒，酱香白酒市场份额正逐渐扩大，市场份额不到5%的酱香型白酒，占据了20%的行业利润空间。在高额利润空间吸引下，众多白酒企业纷纷投身酱香市场，就连一些从未涉足酱香白酒领域的厂家也纷纷试水。未来10年，酱香型白酒市场份额将大大提升并有望达30%左右。目前市场呈现出“蜂拥而至，市场火爆”、“高增长，高利润”、“品牌不清，标准不清”。随着现在生活水平的提高，健康消费理念逐渐形成，现在越来越多的消费者追求的是生态、健康。白酒行业刚刚经历塑化剂风波，我国还没有专门针对白酒塑化剂的检测标准；行业内的龙头企业是业内生产规范、技术先进和设备精良的代表，龙头企业涉嫌塑化剂超标，损害了行业的整体形象，具体表现在消费市场的不买单和投资市场的低迷，这一时引起了消费者对白酒安全的质疑。

未来酱酒产能也将朝着量缩价平角度发展，新一轮的下行趋势已经来领。企业盲目的扩张产能之后，市场无法消化带来的恶果和机会并存，一方面大企业会利用成本优势，将推平区域品牌的市场沟壑和壁垒，越来越多的中小微区域白酒品牌将在全国化集团军的围攻下走向并购重组之路，区域品牌这样的背景下，必须加强品牌化的运作，以建立消费者忠诚度，维持自己的市场热度和生存能力。另一方面纺锤形的市场结构将日趋成熟，企业在追求利润和规模的背景下，中档产品将成为市场竞争的新战场，扩大中档市场的销售额和品牌影响力，将成为酱香白酒品牌重点打造的方向。在这样的市场环境下，像茅台这样的高端品牌也会随时出现，塔尖型产品将给企业带来发展机会。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，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、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息等公布和提供的大量资料，对国际、国内市政报刊售货亭行业发展状况、关联行业发展状况、行业竞争状况、优势企业发展状况、消费现状以及行业营销进行了深入的分析，在总结中国市政报刊售货亭行业发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国市政报刊售货亭行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。本报告是市政报刊售货亭行业生产、经营、科研企业及相关研究单位极具参考价值的专业报告。

报告目录

第一部分 产业发展现状

第一章 酱香型白酒产品概述

第一节 产品定义

第二节 产品用途

第三节 酱香型白酒市场特点分析

一、产品特征

二、价格特征

三、渠道特征

四、购买特征

第四节 行业发展周期特征分析

第二章 2019-2023年酱香型白酒行业环境分析

第一节 2019-2023年中国经济发展环境分析

一、中国GDP分析

二、固定资产投资

三、城镇人员从业状况

四、恩格尔系数分析

五、2019-2023年中国宏观经济发展预测

第二节 2019-2023年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

第二部分 行业深度分析

第三章 2019-2023年中国酱香型白酒市场分析

第一节 2019-2023年中国酱香型白酒市场现状分析及预测

一、2019-2023年中国酱香型白酒市场规模分析

二、2024-2029年中国酱香型白酒市场规模预测

第二节 2019-2023年中国酱香型白酒产品产量分析及预测

一、2019-2023年中国酱香型白酒产量分析

二、2024-2029年中国酱香型白酒产量预测

第三节 2019-2023年中国酱香型白酒进出口数据分析

一、2019-2023年中国酱香型白酒进出口数据分析

二、2024-2029年中国酱香型白酒产品未来进出口情况预测

第四章 2019-2023年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 茅台酱香型白酒细分策略分析

第三节 酱香型白酒细分市场现状

第五章 2019-2023年酱香型白酒产业渠道分析

第一节 2019-2023年年中国酱香型白酒产品的需求地域分布结构

第二节 2019-2023年中国酱香型白酒产品重点区域市场消费情况分析

一、华北地区

二、东北地区

三、华东地区

四、华中地区

五、华南地区

六、西部地区

第三节 酱香型白酒行业国际化营销模式分析

第四节 中国酱香型白酒行业渠道格局

第五节 中国酱香型白酒产品的经销模式

第八节 中国酱香型白酒产品生产及销售投资运作模式分析

第三部分 竞争格局分析

第六章 2019-2023年酱香型白酒行业相关产业分析

第一节 酱香型白酒行业产业链概述

第二节 2019-2023年中国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

二、上游原材料市场分析

三、上游原材料行情分析

第三节 2019-2023年中国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

二、餐饮业发展现状与需求

三、休闲娱乐产业发展现状与需求

第四节 2024-2029年中国酱香型白酒行业竞争格局发展趋势分析

一、2019-2023年中国酱香型白酒竞争格局

二、2024-2029年酱香型白酒竞争格局趋势

第七章 2019-2023年中国酱香型产业竞争分析

第一节 2019-2023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 2019-2023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 2019-2023年中国酱香型白酒企业提升竞争力策略分析

第八章 2019-2023年中国酱香型白酒主要竞争企业分析

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 投资前景展望

第九章 2024-2029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、中国酱香型白酒行业盈利能力分析

二、中国酱香型白酒行业偿债能力分析

三、中国酱香型白酒行业运营效率分析

第二节 2024-2029年中国酱香型白酒行业投资热点和投资方向

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 2024-2029年中国酱香型白酒行业市场前景预测

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

第十章 2024-2029年酱香型白酒行业投资战略研究

第一节 2024-2029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 2024-2029年中国酱香型白酒投资机会分析

一、酱香型白酒行业投资前景

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 2024-2029年中国酱香型白酒投资风险分析

- 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

第十一章 酱香型白酒企业管理策略建议

第一节 市场策略分析

- 一、酱香型白酒价格策略分析
- 二、酱香型白酒渠道策略分析

第二节 销售策略分析

- 一、媒介选择策略分析
- 二、产品定位策略分析
- 三、企业宣传策略分析

第三节 提高酱香型白酒企业竞争力的策略

- 一、提高中国酱香型白酒企业核心竞争力的对策
- 二、酱香型白酒企业提升竞争力的主要方向
- 三、影响酱香型白酒企业核心竞争力的因素及提升途径
- 四、提高酱香型白酒企业竞争力的策略

第四节 对我国酱香型白酒品牌的战略思考

- 一、酱香型白酒实施品牌战略的意义
- 二、酱香型白酒企业品牌的现状分析
- 三、我国酱香型白酒企业的品牌战略
- 四、酱香型白酒品牌战略管理的策略

第十二章 中国酱香型白酒行业发展研究结论和建议

第一节 中国酱香型白酒行业发展研究结论

第二节 中道泰和对中国酱香型白酒行业发展的建议

图表目录

图表：2019-2023年中国生产总值及其增长速度

图表：2019-2023年中国生产总值与全部就业人员比率

图表：2019-2023年年固定资产投资(不含农户)增速

图表：2019-2023年年分行业固定资产投资(不含农户)及其增长速度

图表：2019-2023年年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2019-2023年城镇新增就业人数

图表：2019-2023年城镇恩格尔系数对比

图表：2019-2023年中国GDP增长季度走势

图表：2019-2023年世界经济增速

图表：酱香型白酒的酿造工艺流程

图表：2019-2023年我国酱香型白酒市场规模

图表：2024-2029年我国酱香型白酒市场规模

图表：2019-2023年我国酱香型白酒产量

图表：2024-2029年我国酱香型白酒产量

图表：2019-2023年我国酱香型白酒出口交货值

图表：2024-2029年我国酱香型白酒出口交货值

图表：2019-2023年年酱香型白酒需求地域分布结构

图表：2019-2023年华北地区酱香白酒销量

图表：2019-2023年东北地区酱香白酒销量

图表：2019-2023年华东地区酱香白酒销量

图表：2019-2023年华中地区酱香白酒销量

图表：2019-2023年华南地区酱香白酒销量

图表：2019-2023年西部地区酱香白酒销量

图表：2019-2023年贵州茅台股份有限公司主要经济指标

图表：2019-2023年贵州茅台股份有限公司成长能力指标

图表：2019-2023年贵州茅台股份有限公司运营能力分析

图表：2019-2023年贵州茅台股份有限公司盈利质量指标

图表：2019-2023年贵州茅台股份有限公司财务风险指标

图表：2019-2023年沱牌舍得酒业股份有限公司主要经济指标

图表：2019-2023年沱牌舍得酒业股份有限公司成长指标

图表：2019-2023年沱牌舍得酒业股份有限公司经营能力

图表：2019-2023年沱牌舍得酒业股份有限公司经营发展能力

图表：2019-2023年沱牌舍得酒业股份有限公司盈利能力

图表：2019-2023年沱牌舍得酒业股份有限公司偿债能力

图表：2019-2023年高粱产量统计

图表：2019-2023年大米产量统计

图表：2019-2023年小麦产量统计

图表：2019-2023年玉米产量统计

图表：2019-2023年酱香型白酒行业盈利能力

图表：2019-2023年酱香型白酒行业偿债能力

图表：2019-2023年酱香型白酒行业运营能力

图表：2024-2029年我国酱香型白酒市场规模预测

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/bg/20170208/22869.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)