

2015-2020年中国酱香型白酒市场研究与投资战略咨询报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2015-2020年中国酱香型白酒市场研究与投资战略咨询报告》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.abaogao.com/b/baijiu/V818942LHP.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

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调查状况分析

- 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 酱香型白酒竞争优势劣势分析

- 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 酱香型白酒行业发展前景分析

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发展策略

- 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战略研究

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 2015-2020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

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货值

图表：2015-2020年我国酱香型白酒出货值

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

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/baijiu/V818942LHP.html>