

2016-2022年中国饮料酒行业 深度研究与行业前景预测报告

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

《2016-2022年中国饮料酒行业深度研究与行业前景预测报告》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/putaojiu/X05043OSE5.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

2015年，在国家一系列政策密集出台的环境下，在国内市场强劲需求的推动下，我国饮料酒产业整体保持平稳较快增长。随着产业投入加大、技术突破与规模积累，在可以预见的未来，开始迎来发展的加速期。

2014年中国饮料酒产量达6543.99万千升，比去年同期下降0.9%。2010年到2013年我国饮料酒产量呈增长趋势，2011年饮料酒产量增长超过10%，2012年和2013年增长放缓，分别只有1.8%和3.4%。2014年饮料酒产量微量下跌0.9%。预计，2015年饮料酒将会呈增长趋势。

报告目录：

第一章 饮料酒行业概述

第一节 饮料酒概述

一、饮料酒范围

二、饮料酒分类原则

第二节 饮料酒类别

一、发酵酒

二、蒸馏酒

三、配制酒

第三节 饮料酒行业生命周期分析

一、行业生命周期概述

二、饮料酒行业所属的生命周期

第四节 饮料酒行业产业链模型分析

一、产业链模型介绍

二、饮料酒行业产业链模型分析

第二章 2014-2015年中国饮料酒产业运行环境分析

第一节 2014-2015年中国饮料酒产业经济发展环境分析

一、2014年国内生产总值初步核算568845亿元

二、2014年全国居民消费价格指数

三、2011-2015年全国居民收入情况分析

四、2012年我国居民收入基尼系数为0.474

五、2014年全国固定资产投资（不含农户）436528亿元

六、2014年社会消费品零售总额234380亿元

七、2014年我国进出口总值4.16万亿美元

第二节 2014-2015年中国饮料酒产业政策发展环境分析

一、饮料酒产业相关政策及饮料酒状况分析

二、饮料酒进出口关税分析

三、产业生产标准分析

第三节 2014-2015年中国饮料酒产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、中国城镇化率

六、居民的各种消费观念和习惯

第四节 2014-2015年中国饮料酒产业技术环境发展分析

第三章 2014-2015年世界饮料酒产业运行走势分析

第一节 2012-2015年世界饮料酒行业运行概况

一、世界饮料酒行业特点分析

二、世界饮料酒行业市场运行动态分析

三、世界饮料酒价格走势分析

第二节 2012-2015年世界饮料酒主要国家运行情况分析

一、美国

二、法国

三、加拿大

第三节 2016-2022年世界饮料酒行业发展趋势分析

第四章 2014-2015年中国饮料酒产业市场运行态势分析

第一节 中国饮料酒产品供给分析

一、饮料酒行业总体产能规模

二、饮料酒行业生产区域分布

三、2008-2014年中国饮料酒产量分析

四、供给影响因素分析

第二节 中国饮料酒行业市场需求分析

一、2008-2014年中国饮料酒行业市场需求量分析

二、区域市场分布

三、下游需求构成分析

四、饮料酒行业市场需求热点

第三节 2014-2015年中国饮料酒行业发展综述

一、我国酿酒行业整体形势良好

二、果酒产业前景广阔

三、奶饮料酒类产品发展分析

四、葡萄酒百元产值利润居中国饮料酒之首

第四节 2014-2015年中国饮料酒行业发展状况分析

一、饮料酒行业特征分析

二、饮料酒包装分析

三、饮料酒加工技术分析

第五节 2014-2015年中国饮料酒行业存在的问题及对策分析

第五章 2014-2015年中国饮料酒进出口数据监测分析

第一节 2014-2015年中国饮料酒进口数据分析

一、进口数量分析

二、进口金额分析

第二节 2014-2015年中国饮料酒出口数据分析

一、出口数量分析

二、出口金额分析

第三节 2014-2015年中国饮料酒进出口平均单价分析

第四节 2014-2015年中国饮料酒进出口国家及地区分析

一、进口国家及地区分析

二、出口国家及地区分析

第六章 2014-2015年中国饮料酒所属行业主要数据监测分析

第一节 2014-2015年中国饮料酒所属行业规模分析

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 2014年中国饮料酒所属行业结构分析

一、企业数量结构分析

二、销售收入结构分析

第三节 2014-2015年中国饮料酒所属行业产值分析

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 2014-2015年中国饮料酒所属行业成本费用分析

一、销售成本分析

二、费用分析

第五节 2014-2015年中国饮料酒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

第七章 中国饮料酒区域行业市场分析

第一节 东北地区

一、2011-2015年东北地区在饮料酒行业中的地位变化

二、2011-2015年东北地区饮料酒行业规模情况分析

三、2011-2015年东北地区饮料酒行业企业分析

四、2011-2015年东北地区饮料酒行业发展趋势预测

第二节 华北地区

一、2011-2015年华北地区在饮料酒行业中的地位变化

二、2011-2015年华北地区饮料酒行业规模情况分析

三、2011-2015年华北地区饮料酒行业企业分析

四、2011-2015年华北地区饮料酒行业发展趋势预测

第三节 华东地区

一、2011-2015年华东地区在饮料酒行业中的地位变化

二、2011-2015年华东地区饮料酒行业规模情况分析

三、2011-2015年华东地区饮料酒行业企业分析

四、2011-2015年华东地区饮料酒行业发展趋势预测

第四节 华中地区

- 一、2011-2015年华中地区在饮料酒行业中的地位变化
- 二、2011-2015年华中地区饮料酒行业规模情况分析
- 三、2011-2015年华中地区饮料酒行业企业分析
- 四、2011-2015年华中地区饮料酒行业发展趋势预测

第五节 华南地区

- 一、2011-2015年华南地区在饮料酒行业中的地位变化
- 二、2011-2015年华南地区饮料酒行业规模情况分析
- 三、2011-2015年华南地区饮料酒行业企业分析
- 四、2011-2015年华南地区饮料酒行业发展趋势预测

第六节 西部地区

- 一、2011-2015年西部地区在饮料酒行业中的地位变化
- 二、2011-2015年西部地区饮料酒行业规模情况分析
- 三、2011-2015年西部地区饮料酒行业企业分析
- 四、2011-2015年西部地区饮料酒行业发展趋势预测

第八章 2014-2015年中国饮料酒产品市场竞争格局分析

第一节 2014-2015年中国饮料酒行业竞争力分析

- 一、中国饮料酒行业要素成本分析
- 二、品牌竞争分析
- 三、技术竞争分析

第二节 2014-2015年中国饮料酒行业市场区域格局分析

- 一、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 2014-2015年中国饮料酒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 中国饮料酒行业五力竞争分析

- 一、“波特五力模型”介绍
- 二、饮料酒“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 2014-2015年中国饮料酒行业竞争策略分析

第九章 2014-2015年中国饮料酒上游行业市场研究分析

第一节 2014-2015年中国上游一行业市场研究分析

一、上游一行业产销状分析

二、上游一行业市场价格情况分析

三、上游一行业生产商情况

四、上游一行业市场发展前景预测

第二节 2014-2015年中国上游二行业市场研究分析

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、上游二行业市场发展前景预测

第三节 2014-2015年中国上游行业二市场研究分析

一、上游三行业产销状分析

二、上游三行业市场价格情况分析

三、上游三行业生产商情况

四、上游三行业市场发展前景预测

第四节 上游行业发展对饮料酒影响因素分析

第十章 2014-2015年中国饮料酒优行业市场分析

第一节 中国饮料酒优消费者收入分析

一、中国人口、人民生活分析

二、消费者收入水平

三、2014-2015年消费者信心指数分析

第二节 饮料酒优市场消费需求分析

一、饮料酒优市场的消费需求变化

二、饮料酒优行业的需求情况分析

三、2014-2015年饮料酒优品牌市场消费需求分析

第三节 饮料酒优消费市场状况分析

一、饮料酒优行业消费特点

二、饮料酒优消费者分析

三、饮料酒优消费结构分析

四、饮料酒优消费的市场变化

五、饮料酒优市场的消费方向

第四节 不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

五、包装的影响程度

第五节 饮料酒优行业产品的品牌市场调查

一、消费者对行业品牌认知度宏观调查

二、消费者对行业产品的品牌偏好调查

三、消费者对行业品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、饮料酒优行业品牌忠诚度调查

六、饮料酒优行业品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第十一章 2014-2015年中国饮料酒市场营销情况分析

第一节 2014-2015年中国饮料酒市场营销现状分析

一、饮料酒市场营销动态概览

二、饮料酒营销模式分析

三、饮料酒市场营销渠道分析

第二节 2014-2015年中国饮料酒网络营销分析

第三节 2014-2015年中国饮料酒市场营销策略分析

一、产品策略

二、价格策略

三、渠道策略

第十二章 饮料酒优势企业竞争性财务数据分析(3-5家)

第一节 安徽文王酿酒股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品结构及新产品动向
- 三、2014-2015年企业主要经济指标（收入、成本、利润）
- 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
- 七、企业成长能力分析
- 八、企业经营优势分析

第二节 广东省九江酒厂有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品结构及新产品动向
- 三、2014-2015年企业主要经济指标（收入、成本、利润）
- 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
- 七、企业成长能力分析
- 八、企业经营优势分析

第三节 信丰恒隆麦饭石酒业有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品结构及新产品动向
- 三、2014-2015年企业主要经济指标（收入、成本、利润）
- 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
- 七、企业成长能力分析
- 八、企业经营优势分析

第四节 广州鹰金钱企业集团公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品结构及新产品动向

三、2014-2015年企业主要经济指标（收入、成本、利润）

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

七、企业成长能力分析

八、企业经营优势分析

第五节 江西锦江酒业有限责任公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品结构及新产品动向

三、2014-2015年企业主要经济指标（收入、成本、利润）

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

七、企业成长能力分析

八、企业经营优势分析

第十三章 2016-2022年中国饮料酒产业发展趋势预测分析

第一节 2016-2022年中国饮料酒发展趋势分析

一、饮料酒产业技术发展方向分析

二、饮料酒竞争格局预测分析

三、饮料酒行业发展预测分析

第二节 2016-2022年中国饮料酒市场预测分析

一、饮料酒供给预测分析

二、饮料酒需求预测分析

三、饮料酒进出口预测分析

第三节 2016-2022年中国饮料酒市场盈利预测分析

第十四章 2016-2022年中国饮料酒行业投资建议分析

第一节 2016-2022年中国饮料酒企业的标杆管理

一、国内企业的经验借鉴

二、国外企业的经验借鉴

第二节 2016-2022年中国饮料酒企业的资本运作模式

一、企业国内资本市场的运作建议

二、企业海外资本市场的运作建议

第三节 2016-2022年中国饮料酒企业营销模式建议

一、企业的国内营销模式建议

二、饮料酒企业海外营销模式建议

第十五章 2016-2022年中国饮料酒行业投资机会与风险分析

第一节 2016-2022年中国饮料酒行业投资环境分析

第二节 2016-2022年中国饮料酒行业投资特性分析

一、2016-2022年中国饮料酒行业行业进入壁垒分析

二、2016-2022年中国饮料酒行业行业盈利模式分析

三、2016-2022年中国饮料酒行业行业盈利因素分析

第三节 2016-2022年中国饮料酒行业投资机会分析

一、饮料酒投资潜力分析

二、饮料酒投资吸引力分析

第四节 2016-2022年中国饮料酒行业投资风险分析

一、市场竞争风险分析

二、政策风险分析

三、技术风险分析

第十六章 2016-2022中国饮料酒投资价值分析

第一节 饮料酒行业发展的有利因素与不利因素分析

第二节 饮料酒行业发展的空白点分析

第三节 投资回报率比较高的投资方向

第四节 新进入者应注意的障碍因素

第五节 营销分析与营销模式推荐

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/putaojiu/X05043OSE5.html>