



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国低度酒市场分 析及投资策略研究报告

一、调研说明

《2017-2022年中国低度酒市场分析及投资策略研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/283892.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

低度酒酒度在20度以下，常用的有啤酒、葡萄酒、桂花陈酒、香槟酒和低度药酒等。

按酒精含量的多少来划分，习惯将酒分为高度酒(即国外又称烈性酒)和低度酒两种。前者包括我国的白酒(烧酒)和用蒸馏工艺生产的洋酒。后者包括发酵类酒。由于国内外没有一个统一的标准来量度，故一般根据发酵酒的酒精度都在20以下来进行区分。

如对高度酒和低度酒又可进一步划分:

1.高度酒可分为高度白酒(50°以上)、降度白酒(又称中度白酒，40~50°)、低度白酒(40°以下)。

2.低度酒的区分，由于酒种门类多，酒种间的酒度相差很大，还没有人研究划分法。但是，啤酒自1980年以来，国外已有效明确的区分方法。一般的啤酒其酒精含量在3.5~5%之间，故国外把含酒精2.5~3.5%的称稍为淡啤酒，1~2.5%含量的称为低醇啤酒，1%以下的酒精含量则称为无醇啤酒。

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:

第一部分低度酒产业经营情况

第一章2015年世界低度酒行业发展态势分析

第一节2015年世界低度酒市场发展状况分析

一、世界低度酒行业特点分析

二、世界低度酒市场需求分析

第二节2015年全球低度酒市场分析

一、2015年全球低度酒需求分析

二、2015年全球低度酒产销分析

三、2015年中外低度酒市场对比

第二章我国低度酒行业发展现状

第一节我国低度酒行业发展现状

一、低度酒行业品牌发展现状

二、低度酒行业消费市场现状

三、低度酒市场消费层次分析

四、我国低度酒市场走向分析

第二节2011-2015年低度酒行业发展情况分析

一、2015年低度酒行业发展特点分析

二、2015年低度酒行业发展情况

第三节2015年低度酒行业运行分析

一、2015年低度酒行业产销运行分析

二、2015年低度酒行业利润情况分析

三、2015年低度酒行业发展周期分析

四、2017-2022年低度酒行业利润增速预测

第四节对中国低度酒市场的分析及思考

一、低度酒市场特点

二、低度酒市场分析

三、低度酒市场变化的方向

四、中国低度酒产业发展的新思路

五、对中国低度酒产业发展的思考

第三章2015年中国低度酒市场运行态势剖析

第一节2015年中国低度酒市场动态分析

一、低度酒行业新动态

二、低度酒主要品牌动态

三、低度酒行业消费者需求新动态

第二节2015年中国低度酒市场运营格局分析

一、市场供给情况分析

二、市场需求情况分析

三、影响市场供需的因素分析

第三节2015年中国低度酒市场进出口形式综述

第四节2015中国低度酒市场价格分析

一、热销品牌产品价格走势分析

二、影响价格的主要因素分析

第二部分低度酒行业运营分析

第四章低度酒行业经济运行分析

第一节2015年低度酒行业主要经济指标分析

第二节2015年我国低度酒行业绩效分析

一、2015年行业产销能力

二、2015年行业规模情况

三、2015年行业盈利能力

四、2015年行业经营发展能力

五、2015年行业偿债能力分析

第五章中国低度酒行业消费市场分析

第一节低度酒市场消费需求分析

一、低度酒市场的消费需求变化

二、低度酒行业的需求情况分析

三、2015年低度酒品牌市场消费需求分析

第二节低度酒消费市场状况分析

一、低度酒行业消费特点

二、低度酒行业消费分析

三、低度酒行业消费结构分析

四、低度酒行业消费的市场变化

五、低度酒市场的消费方向

第三节低度酒市场消费者调研分析

一、低度酒市场各年龄层（老、中、青）消费规模及比例分析

二、低度酒市场消费者收入结构调研分析

第四节低度酒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、低度酒行业品牌忠诚度调查

六、低度酒行业品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第六章我国低度酒行业市场调查分析

第一节2015年我国低度酒行业市场宏观分析

一、主要观点

二、市场结构分析

三、整体市场关注度

四、厂商分析

第二节2015中国低度酒行业市场微观分析

一、品牌关注度格局

二、产品关注度调查

三、不同价位关注度

第七章低度酒行业上下游产业分析

第一节上游产业分析

一、发展现状

1、高粱市场分析

2、大米市场分析

3、小麦市场分析

4、玉米市场分析

5、水果

二、发展趋势预测

1、高粱

2、大米

3、小麦

4、玉米

5、水果

三、市场现状分析

1、2013-2015年高粱价格波动

2、2013-2015年大米价格波动

3、2013-2015年小麦价格波动

4、2013-2015年玉米价格波动

5、水果价格波动

四、行业竞争状况及其对低度酒行业的意义

第二节下游产业分析

一、发展现状

1、餐饮

2、酒店

3、零售

二、发展趋势预测

1、餐饮

2、酒店

3、零售

三、市场现状分析

1、餐饮

2、酒店

3、零售

四、行业新动态及其对低度酒行业的影响

五、行业竞争状况及其对低度酒行业的意义

第三部分低度酒行业竞争格局

第八章低度酒行业竞争格局分析

第一节行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力分析

五、客户议价能力分析

第二节行业集中度分析

一、企业集中度分析

二、区域集中度分析

第三节中国低度酒行业竞争格局综述

一、2015年低度酒行业集中度

二、2015年低度酒行业竞争程度

三、2015年低度酒企业与品牌数量

四、2015年低度酒行业竞争格局分析

第四节2011-2015年低度酒行业竞争格局分析

一、2011-2015年国内外低度酒行业竞争分析

二、2011-2015年我国低度酒市场竞争分析

第九章低度酒企业竞争策略分析

第一节低度酒市场竞争策略分析

一、2015年低度酒市场增长潜力分析

二、2015年低度酒主要潜力品种分析

三、现有低度酒市场竞争策略分析

四、潜力低度酒竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第二节低度酒企业竞争策略分析

一、2017-2022年我国低度酒市场竞争趋势

二、2017-2022年低度酒行业竞争格局展望

三、2017-2022年低度酒行业竞争策略分析

第三节低度酒行业发展机会分析

第十章重点低度白酒企业竞争分析

第一节宜宾五粮液股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第二节贵州茅台酒股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第三节泸州老窖股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第四节江苏洋河酒厂股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第十一章我国低度酒主要品牌分析

第一节华润啤酒

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第二节青岛啤酒

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第三节燕京啤酒

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第四节张裕葡萄酒

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第五节长城葡萄酒

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第六节古越龙山

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第七节金枫酒业

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第八节会稽山

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第九节通化葡萄酒

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第十节劲酒

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第十二章低度白酒主要品牌及市场情况分析

第一节玉冰烧

一、生产厂家介绍

二、2013-2015年（石湾玉冰烧）产量及销售额

三、在低度白酒市场占有率统计

四、主要消费群体统计

第二节张弓酒

一、生产厂家介绍

二、2013-2015年（张弓酒）产量及销售额

三、在低度白酒市场占有率统计

四、主要消费群体统计

第三节双沟特液

一、生产厂家介绍

二、2013-2015年（双沟特液）产量及销售额

三、在低度白酒市场占有率统计

四、主要消费群体统计

第四节洋河微分子酒

一、生产厂家介绍

二、2014-2015年（洋河微分子酒）产量及销售额

三、在低度白酒市场占有率统计

四、主要消费群体统计

第五节五粮液低度酒

一、生产厂家介绍

二、2013-2015年（五粮液低度酒）产量及销售额

三、在低度白酒市场占有率统计

四、主要消费群体统计

第六节沱牌曲低度酒

一、生产厂家介绍

二、2013-2015年（沱牌低度酒）产量及销售额

三、在低度白酒市场占有率统计

四、主要消费群体统计

第七节郎酒低度酒

一、生产厂家介绍

二、2013-2015年（郎酒低度酒）产量及销售额

三、在低度白酒市场占有率统计

四、主要消费群体统计

第八节汾酒低度酒

一、生产厂家介绍

二、2013-2015年（汾酒低度酒）产量及销售额

三、在低度白酒市场占有率统计

四、主要消费群体统计

第九节泸州老窖低度酒

一、生产厂家介绍

二、2013-2015年（xx品牌）产量及销售额

三、在低度白酒市场占有率统计

四、主要消费群体统计

第十节水井坊低度酒

一、生产厂家介绍

二、2013-2015年（水井坊低度酒）产量及销售额

三、在低度白酒市场占有率统计

四、主要消费群体统计

第十三章花香型低度酒主要品牌及市场分析

第一节“桂花乡”桂花酒

一、品牌及生产厂家介绍

二、主要产品介绍

三、2013-2015年“桂花乡”桂花酒产量统计

四、2013-2015年“桂花乡”桂花酒销售额统计

第二节七必坊玫瑰酒

一、品牌及生产厂家介绍

二、主要产品介绍

三、2013-2015年七必坊玫瑰酒产量统计

四、2013-2015年七必坊玫瑰酒销售额统计

第三节古越龙山桂花酒

一、品牌及生产厂家介绍

二、主要产品介绍

三、2013-2015年古越龙山桂花酒产量统计

四、2013-2015年古越龙山桂花酒销售额统计

第四节女儿红桂花酒

一、品牌及生产厂家介绍

二、主要产品介绍

三、2013-2015年女儿红桂花酒产量统计

四、2013-2015年女儿红桂花酒销售额统计

第五节花香型低度酒市场分析

一、花香型低度酒市场现状

二、花香型低度酒市场前景预测

三、花香型低度酒市场缺口

第四部分低度酒行业发展预测

第十四章低度酒行业发展趋势分析

第一节我国低度酒行业前景与机遇分析

一、我国低度酒行业发展前景

二、低度白酒发展前景分析

三、花香型低度酒发展前景分析

第二节2017-2022年中国低度酒市场趋势分析

一、2015年低度酒市场趋势总结

二、2016年低度酒行业发展趋势分析

三、2017-2022年低度酒产业政策趋向

四、2017-2022年低度酒行业技术革新趋势

五、2017-2022年国际环境对低度酒行业的影响

第十五章低度酒行业发展趋势与投资战略研究

第一节低度酒市场发展潜力分析

一、市场空间广阔

二、竞争格局变化

三、高科技应用带来新生机

第二节低度酒行业发展趋势分析

一、品牌格局趋势

二、渠道分布趋势

三、消费趋势分析

第三节低度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

第四节对我国低度酒品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、低度酒实施品牌战略的意义

三、低度酒企业品牌的现状分析

四、我国低度酒企业的品牌战略

五、低度酒品牌战略管理的策略（AKLT）

部分图表目录：

图表：2015年全球低度酒产量统计

图表：2015年全球低度酒销量统计

图表：2015年中国低度酒行业产量统计

图表：2015年中国低度酒行业销量统计

图表：2015年中国低度酒行业利润总额统计

图表：2017-2022年低度酒行业利润增速预测

图表：华润雪花啤酒（中国）有限公司啤酒价格

图表：2015年张裕葡萄酒价格一览表

图表：2015年会稽山&古越龙山酒品价格

图表：2015年低度酒行业主要经济指标

图表：2015年低度酒行业产销率

图表：2015年中国低度酒行业规模统计

图表：2015年中国低度酒行业盈利能力

图表：2015年中国低度酒行业运营能力和发展能力

图表：2015年中国低度酒行业偿债能力

图表：2015年低度酒行业消费结构

图表：2015年低度酒市场各年龄层（老、中、青）消费规模及比例

图表：2015年我国低度酒行业市场结构

图表：2012-2015年我国葡萄酒行业企业数量

图表：2012-2015年我国黄酒行业企业数量

图表：2012-2015年我国啤酒行业企业数量

图表：2015年中国苹果价格走势

图表：2015年中国香蕉价格走势

图表：2015年中国柑橘类水果价格走势

图表：2011-2015年我国餐饮行业O2O市场规模及增长率

图表：2015年各线城市五星级酒店可租客房平均收入（已作季节性调整）

图表：2015年中国酒店市场关键指标

图表：2015年一线城市五星级酒店指标

图表：2015年一、二线城市酒店关键指标

更多图表见正文……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/283892.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。