

# 2021-2027年中国白酒市场 深度评估与投资战略报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

# 一、报告报价

《2021-2027年中国白酒市场深度评估与投资战略报告》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/202106/224216.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

白酒（外文名：Liquor and Spirits），是中国酒类（除了果酒、米酒外）的统称，又称烧酒、老白干、烧刀子等。

基于价格逻辑:白酒消费本质是社交，基础是价位消费，而场景差异直接决定价位选择。当前环境下，100-300元中高价位位段的更具稳定性，100元以下尤其是15、30元价位品牌集中度在加速提升。白酒不同价位段/主要使用场景（目标消费群）/核心消费点资料来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2021-2027年中国白酒市场深度评估与投资战略报告》共十二章。首先介绍了白酒行业市场发展环境、白酒整体运行态势等，接着分析了白酒行业市场运行的现状，然后介绍了白酒市场竞争格局。随后，报告对白酒做了重点企业经营状况分析，最后分析了白酒行业发展趋势与投资预测。您若想对白酒产业有个系统的了解或者想投资白酒行业，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：

第一章2015-2019年中国白酒市场现状分析

第一节2019年 中国白酒市场运行分析

一、2019年 中国白酒产量

二、2019年 中国白酒制造工业总产值

三、2019年 中国白酒市场特点

四、2019年 我国白酒产业显著发展的原因

第二节2019年中国白酒市场运行分析

一、2019年中国白酒产量

二、2019年中国白酒产值情况

三、2019年白酒收入与利润情况

四、2019年度中国白酒十大新闻事件

五、2019年全国白酒销量排行

六、2019年白酒发展总结

### 第三节2019年部分

- 一、2019年四川白酒市场运行
- 二、2019年河北白酒实现利润情况
- 三、2019年湖南省酒产量突破百万吨大关

### 第四节2021-2027年中国白酒市场运行及预测分析

- 一、2019年二线白酒销售回暖
- 二、2021-2027年白酒行业面临的机遇与挑战
- 三、2021-2027年白酒发展预测

### 第五节2021-2027年中国白酒期待与隐忧

- 一、期待：资本整合白酒行业
- 二、隐忧：年份酒会不会成白酒行业的三聚氰胺

## 第二章中国白酒业竞争格局分析

### 第一节白酒市场竞争特点分析

- 一、餐饮终端是酒类产品的竞争焦点
- 二、中档酒是新生白酒品牌的最佳立足空间
- 三、渠道价值仍然不可低估
- 四、促销方式以单纯产品促销为主
- 五、商务用酒占有很大的消费比例
- 六、地域市场品牌仍占消费主流

### 第二节白酒后竞争阶段的特点分析

### 第三节白酒竞争格局分析

- 一、白酒进入竞争新阶段
- 二、中国白酒市场竞争加剧
- 三、高端白酒寡头格局已经形成
- 四、洋巨头绕过外资控股禁令扰动白酒市场格局

### 第四节白酒文化竞争的战略制高点分析

- 一、白酒全球化的战略制高点
- 二、白酒行业竞争的战略制高点
- 三、白酒企业在两个战略制高点中寻找自己的定位

### 第五节中小白酒企业相对竞争力分析

- 一、相对竞争力分析

二、业务专注就是竞争力

三、执行力就是竞争力

## 第六节2021-2027年中国白酒发展格局分析

一、2021-2027年白酒行业“新”挑战

二、2021-2027年白酒行业发展“新”格局

## 第三章中国白酒业发展趋势

### 第一节2021-2027年白酒产业的发展趋势

一、白酒高端化进一步明显

二、二线区域品牌将成主角

### 第二节白酒业规模化、跨地域化的发展趋势

一、规模化趋势

二、跨地域化趋势

### 第三节中国白酒行业的未来发展趋势

一、发展品牌是关键

二、理念和思路是成功的基石

三、诸侯割据、区域为王

四、消费档次趋向中、高档化

五、高度酒回流

六、贴牌、买断产品将继续冲击市场

七、消费者消费越来越趋向名酒化

八、重点市场或区域中心直营

九、市场多元化细分

十、品质的返璞归真

### 第四节中国白酒品牌发展趋势

## 第四章中国白酒所属行业区域市场分析

### 第一节行业总体区域结构特征分析

一、行业区域结构总体特征

1、行业区域分布总体特征

2、行业企业区域分布

3、行业区域销售收入分析

## 二、行业区域集中度分析

### 第二节贵州省白酒行业发展分析及预测

- 1、贵州省白酒所属行业产销情况分析
- 2、贵州省白酒行业市场竞争格局分析
- 3、贵州省白酒行业市场集中度分析
- 4、贵州省白酒行业发展趋势预测

### 第三节贵州省高端白酒市场分析

- 一、贵州省高端白酒行业市场需求分析
  - 1、贵州省高端白酒所属行业销售收入分析
  - 2、贵州省高端白酒行业销售产品结构分析
- 二、贵州省高端白酒行业市场竞争格局分析
- 三、贵州省高端白酒行业消费集中度分析
- 四、贵州省高端白酒行业发展前景预测

## 第五章白酒行业消费者分析

### 第一节消费者的白酒需求分析及消费群体的构成

- 一、白酒主力消费群分析白酒消费主要群体为25-54岁资料来源：公开资料整理
- 二、白酒主力消费群消费需求价值分析

### 第二节“80后”白酒消费群体分析

- 一、“80后”群体的特征
- 二、企业面对“80后”的对策

### 第三节我国白酒行业消费特征

- 一、渠道价值不可低估
- 二、中档酒是新生白酒品牌的最佳立足空间
- 三、餐饮终端是酒类竞争焦点
- 四、促销方式以单纯产品为主
- 五、地域市场品牌占消费主流
- 六、商务用酒消费比例
- 七、高档白酒品牌竞争
- 八、竞争格局多级化发展
- 九、行业集中度提高
- 十、白酒消费更趋理性

#### 第四节白酒消费行为特点分析

- 一、群体性
- 二、层次性
- 三、从众性
- 四、特定的时间性
- 五、地域差异性

#### 第五节白酒消费者行为分析

- 一、消费者喝的最多的白酒品牌
- 二、消费者最喜欢喝哪种香型的白酒
- 三、消费者喝的最多的白酒产品是哪个度数
- 四、消费者认为好的白酒产品应具备的核心条件
- 五、消费者在家里和饭馆喝白酒哪个多
- 六、消费者认为购买自己喝的白酒多少钱一瓶最合适
- 七、消费者认为购买礼品白酒多钱一瓶最合适
- 八、消费者平均每月自己喝白酒的花费
- 九、消费者一般是在什么地点购买白酒产品

#### 第六节经销商白酒市场调查

- 一、白酒产品市场现状
- 二、主流品牌市场现状
- 三、消费者行为现状
- 四、白酒品牌发展前景

#### 第七节白酒消费趋势分析

- 一、消费群体年轻化
- 二、消费需求个性化
- 三、产品和饮用方式健康化
- 四、低端产品品牌化
- 五、高端产品区域化

### 第六章中国白酒业营销分析

#### 第一节酱香时代白酒品牌营销对策

#### 第二节中国白酒企业的渠道策略

- 一、何谓渠道精耕

- 二、渠道精耕的内容与表现形式
- 三、渠道精耕的实施
- 四、渠道精耕的组织、实施及检查
- 五、渠道精耕的实施条件

## 第七章2015-2019年中国酱香型白酒市场现状分析

### 第一节2019年 中国酱香型白酒市场运行分析

- 一、2019年 中国酱香型白酒产量
- 二、2019年 中国酱香型白酒制造工业总产值
- 三、2019年 中国酱香型白酒市场特点
- 四、2019年 我国酱香型白酒产业显著发展的原因

### 第二节2019年中国酱香型白酒市场运行分析

- 一、2019年中国酱香型白酒产量
- 二、2019年中国酱香型白酒产值情况
- 三、2019年酱香型白酒收入与利润情况
- 四、中国酱香型白酒重大新闻事件
- 五、2019年全国酱香型白酒品牌排行
- 六、2019年酱香型白酒发展总结

### 第三节2019年部分

### 第四节2021-2027年中国酱香型白酒市场运行及预测分析

- 一、2019年酱香型白酒产量
- 二、2021-2027年酱香型白酒行业面临的机遇与挑战
- 三、2021-2027年酱香型白酒发展预测

### 第五节2021-2027年中国酱香型白酒期待与隐忧

- 一、期待
- 二、隐忧

## 第八章中国酱香型白酒业竞争格局分析

### 第一节酱香型白酒市场竞争特点分析

- 一、酱香型白酒得到越来越多人的认可
- 二、中档酒是新生酱香型白酒品牌的最佳立足空间
- 三、中国酱酒正式进入位次重构期



四、消费结构从倒金字塔转向橄榄型

五、产品结构和组织结构面临双重调整

六、缩小与浓香品类的规模差距和消费差距

七、品牌混乱，标准不清

第二节酱香型白酒后竞争阶段的特点分析

第三节酱香型白酒竞争格局分析

一、酱香型白酒竞争格局依旧

二、中国酱香型白酒市场竞争加剧

三、高端酱香型白酒寡头格局已经稳定

第四节酱香型白酒文化竞争的战略制高点分析

一、酱香型白酒全球化的战略制高点

二、酱香型白酒行业竞争的战略制高点

第五节中小酱香型白酒企业相对竞争力分析

一、相对竞争力分析

二、业务专注就是竞争力

三、执行力就是竞争力

第六节2021-2027年中国酱香型白酒发展格局分析

一、2021-2027年酱香型白酒行业“新”挑战

二、2021-2027年酱香型白酒行业发展“新”格局

第九章中国酱香型白酒业发展趋势

第一节2021-2027年酱香型白酒产业的发展趋势

第二节酱香型白酒业规模化、跨地域化的发展趋势

第三节中国酱香型白酒行业的未来发展趋势

第四节中国酱香型白酒品牌发展趋势

第十章中国酱香型白酒所属行业区域市场分析

第一节行业总体区域结构特征分析

一、行业区域结构总体特征

1、行业区域分布总体特征

2、行业企业区域分布

3、行业区域资产规模分析

## 二、行业区域集中度分析

### 第二节贵州省酱香型白酒行业发展分析及预测

#### 一、贵州省酱香型白酒所属行业产销情况分析

#### 二、贵州省酱香型白酒行业市场竞争格局分析

#### 三、贵州省酱香型白酒行业市场集中度分析

#### 四、贵州省酱香型白酒行业发展趋势预测

### 第三节贵州省高端酱香型白酒市场分析

#### 一、贵州省高端酱香型白酒行业市场需求分析

##### 1、贵州省高端酱香型白酒所属行业销售收入分析

##### 2、贵州省高端酱香型白酒行业销售产品结构分析

#### 二、贵州省高端酱香型白酒行业市场竞争格局分析

#### 三、贵州省高端酱香型白酒行业消费集中度分析

#### 四、贵州省高端酱香型白酒行业发展前景预测

## 第十一章酱香型白酒行业消费者分析

### 第一节消费者的酱香型白酒需求分析及消费群体的构成

#### 一、酱香型白酒主力消费群分析

#### 二、酱香型白酒主力消费群消费需求价值分析

### 第二节“80后”酱香型白酒消费群体分析

#### 一、“80后”群体的特征

#### 二、企业面对“80后”的对策

### 第三节我国酱香型白酒行业消费特征

### 第四节酱香型白酒消费行为特点分析

### 第五节酱香型白酒消费者行为分析

### 第五节酱香型白酒消费者行为分析

#### 一、消费者喝的最多的酱香型白酒品牌

#### 二、消费者最喜欢喝哪个品牌的酱香型白酒

#### 三、消费者喝的最多的酱香型白酒产品是哪个度数

#### 四、消费者认为好的酱香型白酒产品应具备的核心条件

#### 五、消费者在家里和饭馆喝酱香型白酒哪个多

#### 六、消费者认为购买自己喝的酱香型白酒多少钱一瓶最合适

#### 七、消费者认为购买礼品酱香型白酒多钱一瓶最合适

八、消费者平均每月自己喝酱香型白酒的花费

九、消费者一般是在什么地点购买酱香型白酒产品

## 第十二章中国酱香型白酒业营销分析

### 第一节中国酱香型白酒营销结构分析

#### 第二节中国酱香型白酒网络营销渠道分析

一、网络营销渠道的优势

二、网络营销渠道的份额

三、网络营销渠道的发展潜力

### 第三节中国酱香型白酒营销策略建议

部分图表目录：

图表：2015-2019年 我国白酒所属行业工业总产值

图表：2019年 我国白酒行业需求市场分析（按量统计）

图表：2019年我国白酒细分市场规模分布

图表：2015-2019年贵州省内高端白酒所属行业销售收入分析

图表：2019年 贵州省高端白酒行业销售产品结构分析

图表：中国500元以上白酒市场前五品牌市场份额分析

图表：白酒主力消费群消费需求价值图解

图表：白酒消费群消费场合

图表：消费者喝的最多的白酒品牌

图表：消费者最喜欢喝哪种香型的白酒

图表：消费者喝的最多的白酒产品是哪个度数

图表：消费者认为购买自己喝的白酒多少钱一瓶最合适

图表：消费者认为购买礼品白酒多钱一瓶最合适

图表：消费者平均每月自己喝白酒的花费

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202106/224216.html>