

# 2023-2029年中国白酒产业 发展现状与发展前景报告

## 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

《2023-2029年中国白酒产业发展现状与发展前景报告》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/202302/339863.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

白酒是中国传统蒸馏酒，工艺独特，历史悠久，享誉中外。中国白酒是世界著名的六大蒸馏酒之一（其余五种是白兰地、威士忌、郎姆酒、伏特加和金酒）。白酒是指以富含淀粉质的粮谷如高粱、大米等为原料，以中国酒曲即大曲、小曲或麸曲及酒母等为糖化发酵剂，采用固态（个别酒种为半固态或液态）发酵，经蒸煮、糖化、发酵、蒸馏、陈酿、贮存和勾调而制成的蒸馏酒。如：茅台酒、五粮液、汾酒、西凤酒、洋河大曲等。

中企顾问网发布的《2023-2029年中国白酒产业发展现状与发展前景报告》共十五章。首先介绍了白酒相关概述、中国白酒市场运行环境等，接着分析了中国白酒市场发展的现状，然后介绍了中国白酒重点区域市场运行形势。随后，报告对中国白酒重点企业经营状况分析，最后分析了中国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 白酒行业相关介绍

#### 1.1 白酒的概念及历史

##### 1.1.1 白酒的定义

##### 1.1.2 白酒的起源

##### 1.1.3 白酒的地位

#### 1.2 白酒的分类及特征

##### 1.2.1 白酒的香型

##### 1.2.2 白酒的几种分类

##### 1.2.3 白酒的特点

#### 1.3 白酒的其他知识

##### 1.3.1 白酒的度及其测定方法

##### 1.3.2 白酒的勾兑和调味

##### 1.3.3 白酒的各种成分

- 1.3.4 白酒的营养物质及有害物质
- 1.4 新工艺白酒
  - 1.4.1 白酒工业正向新方向发展
  - 1.4.2 白酒新工艺的创新与发展
  - 1.4.3 新工艺白酒的探索
  - 1.4.4 固、液勾兑在新工艺白酒中的应用

## 第二章 2018-2022年中国白酒产业的发展

- 2.1 中国白酒行业发展综述
  - 2.1.1 中国白酒行业的发展阶段
  - 2.1.2 中国白酒行业发展取得的成就
  - 2.1.3 我国白酒行业地域分布特征
  - 2.1.4 我国白酒行业竞争格局简析
- 2.2 2022年中国白酒行业的发展
  - 2.2.1 2022年中国白酒行业运行状况
  - 2.2.2 2022年中国白酒业蓬勃发展
  - 2.2.3 2022年中国白酒业再创新高
  - 2.2.4 2022年白酒业受各路资本青睐
  - 2.2.5 2022年白酒业涨价潮继续蔓延
- 2.3 2022年中国白酒行业的发展
  - 2.3.1 2022年我国白酒行业运行概况
  - 2.3.2 2022年白酒行业发展动态盘点
  - 2.3.3 2022年白酒行业市场态势分析
- 2.4 2022年中国白酒行业的发展
  - 2.4.1 2022年我国白酒市场现状总析
  - 2.4.2 2022年白酒业大事盘点
  - 2.4.3 2022年业外资本涌入白酒行业
- 2.5 2018-2022年全国及重点省市白酒产量分析
  - 2.5.1 2020年全国及主要省份白酒产量分析
  - 2.5.2 2022年全国及主要省份白酒产量分析
  - 2.5.3 2022年全国及主要省份白酒产量分析
- 2.6 2018-2022年中国白酒行业进出口状况

- 2.6.1 2018-2022年主要国家白酒进出口情况分析
- 2.6.2 2018-2022年主要省份白酒进出口情况分析
- 2.7 2018-2022年中国白酒行业存在的问题
  - 2.7.1 白酒行业的主要问题
  - 2.7.2 制约白酒行业发展的瓶颈
  - 2.7.3 中国白酒行业集中度较低
  - 2.7.4 白酒行业应重视的问题
- 2.8 促进中国白酒行业发展的措施建议
  - 2.8.1 白酒行业的发展对策
  - 2.8.2 实现白酒业有序发展的策略
  - 2.8.3 国内白酒企业发展壮大的途径
  - 2.8.4 白酒行业不同品牌的发展策略
  - 2.8.5 中国应积极发展低度白酒

### 第三章 2018-2022年中国白酒市场分析

- 3.1 中国白酒市场的影响因素
  - 3.1.1 宏观经济对白酒市场的影响
  - 3.1.2 国家政策对白酒市场的影响
  - 3.1.3 其他因素对白酒市场的影响
- 3.2 2018-2022年中国白酒市场格局
  - 3.2.1 流通渠道市场
  - 3.2.2 终端白酒市场
  - 3.2.3 促销白酒市场
  - 3.2.4 区域细分市场
- 3.3 2018-2022年中国白酒市场特点浅析
  - 3.3.1 中档酒是新生白酒品牌的最佳立足空间
  - 3.3.2 餐饮终端是白酒企业的竞争焦点
  - 3.3.3 渠道价值仍然不可低估
  - 3.3.4 促销方式以单纯产品促销为主
  - 3.3.5 地域市场品牌及商务用酒占消费主流
- 3.4 2018-2022年中国白酒终端市场的运作解析
  - 3.4.1 产品选择和客户管理

- 3.4.2 公关和培训
- 3.4.3 促销和服务客户
- 3.4.4 激励政策和物流管理
- 3.4.5 理货管理和回款管理
- 3.5 2018-2022年中国白酒消费市场分析
  - 3.5.1 白酒消费的三大模式
  - 3.5.2 白酒消费的特点
  - 3.5.3 白酒市场消费者调查分析
  - 3.5.4 未来白酒消费的趋势
- 3.6 中国白酒市场的同质化现象分析
  - 3.6.1 浓香型白酒占据较大市场份额
  - 3.6.2 品牌泛滥导致名酒形象淡化
  - 3.6.3 价格体系紊乱及终端不良竞争加剧
  - 3.6.4 白酒外包装雷同及广告宣传浮夸

#### 第四章 中国白酒制造行业财务状况

- 4.1 中国白酒制造行业经济规模
  - 4.1.1 2018-2022年白酒制造业销售规模
  - 4.1.2 2018-2022年白酒制造业利润规模
  - 4.1.3 2018-2022年白酒制造业资产规模
- 4.2 中国白酒制造行业盈利能力指标分析
  - 4.2.1 2018-2022年白酒制造业亏损面
  - 4.2.2 2018-2022年白酒制造业销售毛利率
  - 4.2.3 2018-2022年白酒制造业成本费用利润率
  - 4.2.4 2018-2022年白酒制造业销售利润率
- 4.3 中国白酒制造行业营运能力指标分析
  - 4.3.1 2018-2022年白酒制造业应收账款周转率
  - 4.3.2 2018-2022年白酒制造业流动资产周转率
  - 4.3.3 2018-2022年白酒制造业总资产周转率
- 4.4 中国白酒制造行业偿债能力指标分析
  - 4.4.1 2018-2022年白酒制造业资产负债率
  - 4.4.2 2018-2022年白酒制造业利息保障倍数

## 4.5 中国白酒制造行业财务状况综合评价

### 4.5.1 白酒制造业财务状况综合评价

### 4.5.2 影响白酒制造业财务状况的经济因素分析

## 第五章 2018-2022年高端白酒市场的发展

### 5.1 2018-2022年中国高端白酒的发展

#### 5.1.1 高端白酒的崛起

#### 5.1.2 2020年高端白酒价格持续上涨

#### 5.1.3 2022年中国高端白酒价格呈回落态势

#### 5.1.4 2022年高端白酒品牌进入投资理财界

#### 5.1.5 2022年高档白酒发展态势分析

#### 5.1.6 2022年高端白酒品牌开拓国际市场

### 5.2 高端白酒发展强劲的原因剖析

#### 5.2.1 消费升级注入高端白酒持续动力

#### 5.2.2 龙头企业具备品牌号召力

#### 5.2.3 定价权优势是核心竞争力

#### 5.2.4 抗通胀能力最强

### 5.3 高端白酒发展的问题及策略

#### 5.3.1 高端白酒存在的主要问题

#### 5.3.2 高端白酒发展中应注意的问题

#### 5.3.3 高端白酒旺季实现赢利性增长的对策

#### 5.3.4 高端白酒品牌的发展策略

#### 5.3.5 新形势下我国高端白酒的发展思路

## 第六章 2018-2022年中国主要香型白酒的发展

### 6.1 浓香型白酒

#### 6.1.1 浓香型白酒占据白酒行业主导地位

#### 6.1.2 浓香型白酒“淡雅”与“浓郁”流派的差异分析

#### 6.1.3 浓香型白酒正面临挑战

#### 6.1.4 2022年浓香型白酒知名品牌创建示范区通过验收

#### 6.1.5 浓香型白酒生产工艺方向的探索

### 6.2 清香型白酒

- 6.2.1 清香型白酒的复兴发展
- 6.2.2 2022年山西汾阳获批建清香型白酒品牌示范区
- 6.2.3 2022年云南省对小曲清香型白酒地标进行修订
- 6.2.4 2022年北京金马甲网络交易平台挂牌首支清香型白酒
- 6.2.5 清香型白酒未来发展优势将更明显
- 6.2.6 清香型白酒的复兴战略探索
- 6.3 酱香型白酒
  - 6.3.1 酱香型白酒是传统酿酒的典范
  - 6.3.2 酱香型白酒渐成市场趋势
  - 6.3.3 酱香型白酒市场竞争愈发激烈
  - 6.3.4 2020年中国酱香型白酒发展状况
  - 6.3.5 2022年中国酱香型白酒产业动态
  - 6.3.6 2022年首款高端酱香型白酒通过上市发行审核

## 第七章 2018-2022年中国白酒行业区域发展分析

### 7.1 四川省

- 7.1.1 四川省白酒业的发展优势
- 7.1.2 2020年四川白酒产业继续扩张
- 7.1.3 2022年四川白酒业经济运行状况
- 7.1.4 2022年四川白酒业运行简况
- 7.1.5 四川白酒网络营销分析
- 7.1.6 四川国税助力白酒行业度难关
- 7.1.7 “十四五”四川白酒产业发展规划

### 7.2 贵州省

- 7.2.1 贵州白酒产业现状总析
- 7.2.2 2020年贵州白酒产业的发展
- 7.2.3 2022年贵州白酒行业分析
- 7.2.4 2022年贵州白酒业发展状况
- 7.2.5 贵州白酒产业存在的主要问题
- 7.2.6 贵州白酒产业发展的对策建议
- 7.2.7 贵州白酒行业并购融资分析
- 7.2.8 “十四五”贵州省将打造千亿级白酒产业



## 7.3 江苏省

### 7.3.1 江苏省白酒行业经济运行概况

### 7.3.2 江苏白酒行业整合步伐提速

### 7.3.3 江苏宿迁被授予“中国白酒之都”称号

### 7.3.4 2022年江苏白酒生产概况

### 7.3.5 江苏白酒行业的发展策略

### 7.3.6 江苏白酒行业值得借鉴的发展经验

## 7.4 安徽省

### 7.4.1 安徽白酒产业的发展概述

### 7.4.2 2022年安徽白酒市场分析

### 7.4.3 安徽白酒行业优势企业发展概况

### 7.4.4 安徽白酒产业发展态势分析

### 7.4.5 安徽白酒企业改制模式浅析

### 7.4.6 安徽白酒市场消费状况浅析

### 7.4.7 安徽白酒行业的营销分析

## 7.5 河南省

### 7.5.1 河南白酒产业发展概况

### 7.5.2 河南白酒发展特点分析

### 7.5.3 2022年河南白酒产业发展成就阐述

### 7.5.4 河南试水白酒产品证券化

### 7.5.5 白酒第13种香型在河南商丘问世

### 7.5.6 河南白酒产业的发展战略

### 7.5.7 河南白酒产业发展机会分析

### 7.5.8 “十四五”河南白酒产业发展展望

## 7.6 山东省

### 7.6.1 山东省白酒工业发展综述

### 7.6.2 山东白酒产业发展的特点

### 7.6.3 2022年山东白酒业发展分析

### 7.6.4 2022年山东白酒行业格局生变

### 7.6.5 山东省白酒市场消费分析

### 7.6.6 山东白酒产业存在的主要问题

### 7.6.7 山东白酒行业的发展策略及建议

7.6.8 “十四五”山东省白酒工业发展展望

## 7.7 陕西省

7.7.1 陕西省白酒行业发展概况

7.7.2 2022年陕西白酒业运行简况

7.7.3 陕西白酒名企积极实施复兴计划

7.7.4 陕西白酒企业调整策略应对政策风险

7.7.5 陕西省白酒行业存在的问题

## 7.8 东北地区

7.8.1 东北白酒产业发展概述

7.8.2 东北白酒行业的SWOT分析

7.8.3 东北白酒行业市场格局分析

7.8.4 “十四五”东北白酒产业的发展形势

7.8.5 东北白酒产业存在的问题

7.8.6 东北白酒产业的发展策略

## 7.9 其它地区

7.9.1 河北省白酒产业的发展分析

7.9.2 广东白酒行业发展分析

7.9.3 湖北省白酒产业加快扩张

7.9.4 江西省白酒产业发展分析

7.9.5 云南省白酒产业的发展分析

7.9.6 广西省白酒产业的现状

## 第八章 中国白酒行业重点企业经营状况

### 8.1 宜宾五粮液股份有限公司

8.1.1 公司简介

8.1.2 五粮液经营状况分析

### 8.2 贵州茅台酒股份有限公司

8.2.1 公司简介

8.2.2 贵州茅台经营状况分析

### 8.3 泸州老窖股份有限公司

8.3.1 公司简介

8.3.2 泸州老窖经营状况分析

## 8.4 山西杏花村汾酒厂股份有限公司

### 8.4.1 公司简介

### 8.4.2 山西汾酒经营状况分析

## 8.5 酒鬼酒股份有限公司

### 8.5.1 公司简介

### 8.5.2 酒鬼酒经营状况分析

## 8.6 四川沱牌舍得酒业股份有限公司

### 8.6.1 公司简介

### 8.6.2 沱牌舍得经营状况分析

## 8.7 四川水井坊股份有限公司

### 8.7.1 公司简介

### 8.7.2 水井坊经营状况分析

## 第九章 2018-2022年中国白酒行业的营销分析

### 9.1 2018-2022年中国白酒营销的发展状况

#### 9.1.1 中国白酒营销的发展阶段

#### 9.1.2 中国白酒营销模式分析

#### 9.1.3 2022年白酒行业微博营销发展状况

#### 9.1.4 2022年白酒行业营销创新典型案例分析

#### 9.1.5 2022年白酒行业电商渠道营销升温

#### 9.1.6 中国白酒营销亟待解决的问题

### 9.2 中国白酒渠道营销途径状况分析

#### 9.2.1 白酒企业的渠道困境

#### 9.2.2 白酒市场渠道商状况

#### 9.2.3 白酒渠道商之间的博弈

#### 9.2.4 白酒渠道困境的根本原因

#### 9.2.5 白酒传统渠道区域合纵对策

### 9.3 中国白酒市场的分层化营销分析

#### 9.3.1 分层营销终结盘中盘模式

#### 9.3.2 高档酒营销产地化

#### 9.3.3 低档酒营销大市场化

#### 9.3.4 中档酒区域化布局及产地化加市场化营销

- 9.4 白酒文化营销的探析
  - 9.4.1 酒文化是白酒行业的核心竞争力
  - 9.4.2 白酒文化营销的现存方式
  - 9.4.3 白酒文化营销的不成熟表现
  - 9.4.4 白酒文化营销的误区及对策
- 9.5 中国白酒行业营销策略
  - 9.5.1 白酒行业营销误区的对策
  - 9.5.2 白酒营销的创新策略
  - 9.5.3 白酒行业淡季营销策略分析
  - 9.5.4 白酒营销的盈利模式探索
- 9.6 区域强势白酒品牌的营销战略
  - 9.6.1 以根据地市场为圆心勾画新的市场版图
  - 9.6.2 打造声誉产品提升企业的整体产品声誉
  - 9.6.3 强化营销的组织功能建设
  - 9.6.4 突破传统的厂商合作模式
  - 9.6.5 营销管理的两大转变
- 9.7 中低端白酒农村市场营销的攻略
  - 9.7.1 战略抉择以市场份额为导向
  - 9.7.2 产品细分有所为有所不为
  - 9.7.3 市场细分形成区域为王
  - 9.7.4 以声誉产品塑造品牌声誉
  - 9.7.5 建设适合农村市场营销的模式
- 9.8 白酒新品牌进入市场的基本营销策略
  - 9.8.1 明确企业定位及目标
  - 9.8.2 制定有针对性的新品开发策略
  - 9.8.3 寻找适合新品牌成长的土壤
  - 9.8.4 从基础做起，从餐饮渠道开始
  - 9.8.5 建立营销队伍和培训机制

## 第十章 2018-2022年中国白酒企业的发展策略分析

- 10.1 白酒企业的利润点
  - 10.1.1 高端市场的利润点

- 10.1.2 终端渠道的利润点
- 10.1.3 酒文化的利润点
- 10.1.4 品牌是实在的利润点
- 10.2 白酒企业发展的差异化策略
  - 10.2.1 产品差异化
  - 10.2.2 形象差异化
  - 10.2.3 市场差异化
  - 10.2.4 服务差异化
- 10.3 白酒企业的招商策略
  - 10.3.1 品牌规划策略
  - 10.3.2 市场规划策略
  - 10.3.3 招商启动策略
  - 10.3.4 白酒企业招商应注意的问题
- 10.4 中国两大白酒企业集团品牌战略的比较与分析
  - 10.4.1 五粮液、茅台品牌战略的比较
  - 10.4.2 五粮液、茅台品牌战略成果的评价
  - 10.4.3 五粮液、茅台品牌战略的风险分析
  - 10.4.4 遏制风险的对策建议
- 10.5 二线白酒企业突围的关键要素
  - 10.5.1 战略企图
  - 10.5.2 声誉产品
  - 10.5.3 市场板块
  - 10.5.4 团队整合
  - 10.5.5 资源匹配度
- 10.6 中小白酒企业的发展策略
  - 10.6.1 中小白酒企业的发展力模型
  - 10.6.2 中小型白酒企业新品上市的策略
  - 10.6.3 中小型白酒企业的市场推广策略
  - 10.6.4 中小型白酒企业发展的聚焦化战略

## 第十一章 2018-2022年白酒替代产品分析

### 11.1 啤酒

- 11.1.1 中国啤酒品牌发展探究
- 11.1.2 “十四五”中国啤酒行业发展综述
- 11.1.3 2020年中国啤酒行业发展状况
- 11.1.4 2022年我国啤酒行业运行情况
- 11.1.5 2022年国内啤酒市场分析
- 11.1.6 “十四五”我国啤酒行业发展展望
- 11.2 葡萄酒
  - 11.2.1 “十四五”中国葡萄酒行业发展综述
  - 11.2.2 2020年中国葡萄酒行业发展状况
  - 11.2.3 2022年中国葡萄酒市场发展概况
  - 11.2.4 2022年葡萄酒业准入政策生效
  - 11.2.5 2022年葡萄酒市场发展状况
  - 11.2.6 “十四五”我国葡萄酒行业发展规划
- 11.3 黄酒
  - 11.3.1 中国黄酒行业发展综述
  - 11.3.2 中国黄酒行业运行特征
  - 11.3.3 2020年我国黄酒业科技实力增强
  - 11.3.4 2022年国内黄酒市场运行状况
  - 11.3.5 2022年我国黄酒市场分析
  - 11.3.6 黄酒业复兴“文化牌”很重要
  - 11.3.7 “十四五”我国黄酒行业发展规划

## 第十二章 2018-2022年白酒包装现状与发展

- 12.1 中国白酒包装现状
  - 12.1.1 简述白酒包装发展历程
  - 12.1.2 浅谈国内白酒的包装设计现状
  - 12.1.3 白酒酒盒包装存在的弊端
  - 12.1.4 浅析激光全息材料在白酒纸包装上的应用
  - 12.1.5 白酒的软包装印刷剖析
- 12.2 白酒系列包装设计案例分析
  - 12.2.1 酒文化与包装的联系
  - 12.2.2 白酒受众群体分析

- 12.2.3 白酒包装设计构思及案例
- 12.3 白酒包装建议
  - 12.3.1 白酒包装需下大功夫
  - 12.3.2 白酒包装应打响品牌
  - 12.3.3 白酒包装需要推陈出新
  - 12.3.4 白酒包装应该以实用为风向标
  - 12.3.5 解析超高端白酒的包装法则
- 12.4 白酒包装趋势分析
  - 12.4.1 追求高档化
  - 12.4.2 崇尚个性化
  - 12.4.3 包装材料的变化
  - 12.4.4 包装色调上的变化
  - 12.4.5 容量上的变化

## 第十三章 2018-2022年中国白酒行业的政策法规分析

- 13.1 2018-2022年中国白酒行业政策环境总述
  - 13.1.1 中国白酒产业的政策导向
  - 13.1.2 中国白酒产业政策概述
  - 13.1.3 白酒生产线纳入产业指导限制类目录
  - 13.1.4 商务部发布酒类流通管理意见
  - 13.1.5 商务部修订《酒类流通管理办法》
  - 13.1.6 实施《酒类行业流通服务规范》
  - 13.1.7 “十四五”食品工业规划鼓励白酒业发展
- 13.2 白酒行业税收政策分析
  - 13.2.1 白酒行业税收政策的变化
  - 13.2.2 白酒行业消费税调整的影响分析
  - 13.2.3 新所得税法对白酒行业的影响
  - 13.2.4 白酒税收调整促使行业发展规范化
- 13.3 白酒消费税调整方案解读
  - 13.3.1 白酒消费税调整方案出台背景
  - 13.3.2 政策的主要内容
  - 13.3.3 政策的主要影响解析

- 13.3.4 政策出台对一线品牌的影响
- 13.4 2018-2022年白酒产业政策法规动向
  - 13.4.1 白酒生产许可证有新规定
  - 13.4.2 《浓酱兼香型白酒国家标准》实施
  - 13.4.3 《酱香型白酒》国家标准实施
  - 13.4.4 白酒工业水污染物排放新规实施
  - 13.4.5 食药监局发布《关于进一步加强白酒质量安全监督管理工作的通知》
- 13.5 其他白酒政策文件解读
  - 13.5.1 《食品质量认证实施规则&mdash;&mdash;酒类》解析
  - 13.5.2 浓香型白酒标准解析
  - 13.5.3 白酒分析方法解析

## 第十四章 白酒企业投资战略的制定及选择

- 14.1 白酒企业制定投资战略的意义
- 14.2 白酒企业投资战略的现状及其问题
  - 14.2.1 经营管理层缺乏投资战略意识
  - 14.2.2 未能科学制定与应用投资战略
- 14.3 白酒企业制定投资战略应考虑的因素
  - 14.3.1 宏观经济环境
  - 14.3.2 地方政策及发展规划
  - 14.3.3 白酒业发展趋势
  - 14.3.4 企业整体战略规划
- 14.4 白酒企业不同生命周期下的投资战略
  - 14.4.1 企业创立期投资战略
  - 14.4.2 企业成长期投资战略
  - 14.4.3 企业成熟期投资战略
  - 14.4.4 企业衰退期投资战略

## 第十五章 2023-2029年白酒行业的发展前景及趋势

- 15.1 中国白酒行业的前景分析
  - 15.1.1 未来中国白酒业机遇与挑战并存
  - 15.1.2 中国白酒行业将继续较快发展



- 15.1.3 白酒或将进入“产区”式发展新时代
- 15.1.4 全国和地方性品牌共生的局面长期存在
- 15.1.5 白酒产业结构会进一步整合及优化
- 15.3 2023-2029年中国白酒制造行业预测分析
  - 15.3.1 影响中国白酒制造业发展因素分析
  - 15.3.2 2023-2029年中国白酒制造业产品销售收入预测
  - 15.3.3 2023-2029年中国白酒制造业累计利润总额预测
  - 15.3.4 2023-2029年中国白酒制造业产值预测
  - 15.3.5 2023-2029年中国白酒制造业产量预测
- 15.4 未来中国白酒行业发展的趋势
  - 15.4.1 白酒行业的总体发展趋势分析
  - 15.4.2 白酒业或将分化为四种资本重组模式
  - 15.4.3 行业龙头领先优势将进一步加剧
  - 15.4.4 高度白酒仍将是市场主流
  - 15.4.5 高端白酒向更高端挺进

图表目录：

- 图表 各香型白酒不同的风格特征
- 图表 2022年我国白酒行业销售利润率情况
- 图表 2022年我国白酒月度产量及增速情况
- 图表 2022年全国白酒（折65度，商品量）产量数据
- 图表 2022年四川省白酒（折65度，商品量）产量数据
- 图表 2022年河南省白酒（折65度，商品量）产量数据
- 图表 2022年山东省白酒（折65度，商品量）产量数据
- 图表 2022年辽宁省白酒（折65度，商品量）产量数据
- 图表 2022年江苏省白酒（折65度，商品量）产量数据
- 图表 2022年内蒙古自治区白酒（折65度，商品量）产量数据
- 图表 2022年吉林省白酒（折65度，商品量）产量数据
- 图表 2022年全国白酒产量数据

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202302/339863.html>