

2020-2026年中国白酒金三角行业市场研究分析及 未来前景展望报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2020-2026年中国白酒金三角行业市场研究分析及未来前景展望报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/202002/833637.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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、报告目录及图表目录

中国白酒金三角，四川省特产，中国国家地理标志产品。

四川盆地拥有上千年的酿酒史，酒文化博大精深，具有发展白酒的优势和条件，是中国发展白酒产业最为理想的地区。经过多年的发展，无论是品牌，还是生产技术上在国内、国际堪称首屈一指，素有“川酒甲天下”的美誉，被行业认为“最大的产业集群、最大的品牌群、最大的产能群、最好的政策洼地”。因此打造中国“白酒金三角”也是川酒提升核心竞争力，扩大品牌影响力的大势所趋。

智研咨询发布的《2020-2026年中国白酒金三角行业市场研究分析及未来前景展望报告》共十章。首先介绍了白酒金三角行业市场发展环境、白酒金三角整体运行态势等，接着分析了白酒金三角行业市场运行的现状，然后介绍了白酒金三角市场竞争格局。随后，报告对白酒金三角做了重点企业经营状况分析，最后分析了白酒金三角行业发展趋势与投资预测。您若想对白酒金三角产业有个系统的了解或者想投资白酒金三角行业，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年中国白酒金三角市场发展环境分析

1.1 政策环境分析

1.1.1 行业监管政策

1.1.2 行业标准政策

1.1.3 行业税收政策

1.1.4 行业政策趋势

1.2 经济环境分析

1.2.1 全球经济发展形势

1.2.2 全球经济环境对中国的影响

1.2.3 中国宏观经济发展现状

1.2.4 金三角宏观经济环境

1.2.5 中国宏观经济发展趋势

1.3 社会环境分析

1.3.1 人口环境分析

1.3.2 收入水平状况

1.3.3 城镇化扩张

1.3.4 白酒消费水平

1.3.5 白酒消费趋势

1.4 白酒行业分析

1.4.1 行业规模状况

1.4.2 行业盈利现状

1.4.3 地域分布特征

1.4.4 行业竞争格局

1.4.5 资本运作模式

1.4.6 行业发展趋势

第二章 2015-2019年中国白酒金三角市场发展深度分析

2.1 “中国白酒金三角”的战略意义

2.1.1 国际化道路的必然选择

2.1.2 产业发展的内在要求

2.1.3 促进区域酒企合作共赢

2.2 中国白酒金三角市场总体解析

2.2.1 产业集群的提出

2.2.2 整体发展态势

2.2.3 市场发展规模

2.2.4 市场支持政策

2.3 中国白酒金三角集群产业园建设状况

2.3.1 中国白酒金三角原酒基地

2.3.2 中国白酒金三角产业园

2.3.3 浓香型白酒知名品牌创建示范区

2.4 “中国白酒金三角”旅游业发展分析

2.4.1 川黔打造金三角白酒文化旅游

2.4.2 泸州白酒文化旅游

2.4.3 宜宾打造酒文化特色街区

2.4.4 四川省重视金三角白酒旅游的发展

2.4.5 贵州白酒和文化的融合思考

2.4.6 白酒金三角旅游策略分析

2.5 中国区域白酒破局之道

2.5.1 打造超级大单品

2.5.2 精耕大本营

2.5.3 市场精细化

2.5.4 品牌忠诚化

2.5.5 组织高效化

第三章 2015-2019年四川省白酒行业发展深度分析

3.1 四川省白酒产业政策环境分析

3.1.1 行业监管政策

3.1.2 行业产销许可政策

3.1.3 行业标准政策

3.1.4 行业鼓励政策

3.2 四川省白酒产业总体分析

3.2.1 行业发展优势

3.2.2 行业发展特点

3.2.3 行业供给状况

3.2.4 企业竞争状况

3.3 四川白酒制造行业财务状况分析

3.3.1 行业经济规模分析

3.3.2 行业盈利能力指标分析

3.3.3 行业营运能力指标分析

3.3.4 行业偿债能力指标分析

3.4 四川白酒产业存在的问题

3.4.1 产业挑战分析

3.4.2 产业制约因素

3.4.3 行业集群问题

3.5 四川白酒产业的发展策略

3.5.1 产业促进策略

3.5.2 二线企业突围要素

3.5.3 行业发展战略措施

3.5.4 产业集群发展建议

第四章 2015-2019年贵州省白酒市场发展分析

4.1 贵州省白酒产业政策环境分析

4.1.1 行业监管政策

4.1.2 行业产销许可政策

4.1.3 行业标准政策

4.1.4 行业鼓励政策

4.1.5 政府在行业中的作用

4.2 贵州省白酒行业发展总析

4.2.1 行业特征状况

4.2.2 产业发展态势

4.2.3 行业供给状况

4.2.4 对外贸易状况

4.2.5 主要品牌介绍

4.2.6 电商模式的拓展

4.2.7 行业专利现状

4.3 贵州省白酒制造行业财务状况

4.3.1 行业经济规模分析

4.3.2 行业盈利能力指标分析

4.3.3 行业营运能力指标分析

4.3.4 行业偿债能力指标分析

4.4 2015-2019年贵州白酒包装产业发展分析

4.4.1 贵州白酒包装市场发展概况

4.4.2 贵州白酒包装产业链亟需完善

4.4.3 贵州白酒包装业发展建议

4.4.4 贵州白酒包装业发展规划

4.5 贵州白酒行业面临的挑战及对策分析

4.5.1 企业问题分析

4.5.2 行业成本问题

4.5.3 产业发展对策

4.5.4 城市品牌推进战略

4.5.5 城市品牌营销战略

第五章 2015-2019年中国白酒金三角市场重点县市区域的发展分析

5.1 白酒金三角核心腹地泸州的发展

5.1.1 行业发展优势

5.1.2 行业规模现状

5.1.3 行业发展策略

5.2 泸州江阳区白酒行业的发展

5.2.1 行业发展基础

5.2.2 行业运行现状

5.2.3 经济带动意义

5.2.4 行业发展措施

5.3 宜宾白酒行业的发展

5.3.1 行业发展优势

5.3.2 行业发展状况

5.3.3 行业发展特征

5.3.4 行业发展规划

5.4 仁怀白酒行业的发展

5.4.1 仁怀市概况

5.4.2 产业发展规模

5.4.3 发展措施借鉴

5.4.4 发展目标及任务

5.4.5 行业发展规划

第六章 中国白酒金三角市场重点品牌分析

6.1 五粮液

6.1.1 品牌价值

6.1.2 品牌产品结构

6.1.3 品牌战略分析

6.1.4 品牌营销分析

6.2 贵州茅台

6.2.1 品牌价值

6.2.2 品牌产品结构

6.2.3 品牌战略分析

6.2.4 品牌营销分析

6.3 泸州老窖

6.3.1 品牌价值

6.3.2 品牌产品结构

6.3.3 品牌战略分析

6.3.4 品牌营销分析

6.4 水井坊

6.4.1 品牌价值

6.4.2 品牌产品结构

6.4.3 品牌战略分析

6.4.4 品牌营销分析

6.5 剑南春

6.5.1 品牌价值

6.5.2 品牌产品结构

6.5.3 品牌战略分析

6.5.4 品牌营销分析

6.6 郎酒

6.6.1 品牌价值

6.6.2 品牌产品结构

6.6.3 品牌战略分析

6.6.4 品牌营销分析

第七章 2015-2019年金三角白酒市场竞争对手分析

7.1 中国白酒黄淮名酒带市场分析

7.1.1 市场地位

7.1.2 发展历程

7.1.3 市场格局

7.1.4 市场态势

7.1.5 发展特征

7.1.6 市场定位策略

7.2 河南省白酒行业发展分析

7.2.1 行业发展态势

7.2.2 行业经营状况

7.2.3 行业产量状况

7.2.4 市场竞争分析

7.2.5 主要品牌分析

7.3 江苏省白酒行业发展分析

7.3.1 行业发展态势

7.3.2 行业经营状况

7.3.3 行业产量状况

7.3.4 市场竞争分析

7.3.5 主要品牌分析

7.4 山东省白酒行业发展分析

7.4.1 行业发展态势

7.4.2 行业经营状况

7.4.3 行业产量状况

7.4.4 市场竞争分析

7.4.5 主要品牌分析

7.5 陕西省白酒行业发展分析

7.5.1 行业发展态势

7.5.2 行业经营状况

7.5.3 行业产量状况

7.5.4 市场竞争分析

7.5.5 主要品牌分析

第八章 中国白酒金三角市场领先企业发展分析

8.1 宜宾五粮液股份有限公司

8.1.1 企业发展概况

8.1.2 经营效益分析

8.1.3 业务经营分析

8.1.4 财务状况分析

8.1.5 未来前景展望

8.2 四川沱牌舍得股份有限公司

8.2.1 企业发展概况

8.2.2 经营效益分析

8.2.3 业务经营分析

8.2.4 财务状况分析

8.2.5 未来前景展望

8.3 泸州老窖股份有限公司

8.3.1 企业发展概况

8.3.2 经营效益分析

8.3.3 业务经营分析

8.3.4 财务状况分析

8.3.5 未来前景展望

8.4 四川水井坊股份有限公司

8.4.1 企业发展概况

8.4.2 经营效益分析

8.4.3 业务经营分析

8.4.4 财务状况分析

8.4.5 未来前景展望

8.5 四川郎酒集团有限责任公司

8.5.1 企业发展概况

8.5.2 企业经营状况

8.5.3 企业发展动态

8.6 四川剑南春集团有限责任公司

8.6.1 企业发展概况

8.6.2 企业经营状况

8.6.3 企业战略动态

8.6.4 企业发展规划

8.7 贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司

8.7.1 企业发展概况

8.7.2 经营状况分析

8.7.3 渠道建设状况

8.7.4 发展目标和战略措施

8.8 贵州董酒股份有限公司

8.8.1 企业发展概况

8.8.2 运营发展状况

8.8.3 企业发展动态

8.8.4 发展新策略

8.9 贵州青酒集团有限公司

8.9.1 企业发展概况

8.9.2 企业规模状况

8.9.3 发展战略分析

8.9.4 发展规划分析

8.10 中国白酒金三角连锁经营发展有限公司

8.10.1 企业发展概况

8.10.2 企业发展动态

8.10.3 企业发展战略

第九章 中国白酒金三角市场投融资分析

9.1 四川省白酒行业投资分析

9.1.1 投资机会

9.1.2 投资风险

9.1.3 投资建议

9.2 贵州白酒行业投资分析

9.2.1 贵州省白酒投资状况解析

9.2.2 贵州白酒受投资者青睐

9.2.3 贵州白酒产业的投资风险

9.2.4 贵州白酒行业投资建议

9.3 贵州白酒行业融资渠道

9.3.1 贵州白酒交易所

9.3.2 国际酒类博览会

9.4 贵州白酒行业并购融资分析

9.4.1 行业并购现状及整合状况

9.4.2 并购融资中的问题

9.4.3 行业整合模式

9.4.4 投融资策略

9.5 白酒企业不同生命周期下的投资战略

9.5.1 企业创立期投资战略

9.5.2 企业成长期投资战略

9.5.3 企业成熟期投资战略

9.5.4 企业衰退期投资战略

第十章 2020-2026年中国白酒金三角市场前景及预测分析（ZY ZS）

10.1 中国白酒金三角市场前景

10.1.1 白酒金三角区域发展展望

10.1.2 四川白酒行业发展趋势

10.1.3 四川白酒行业发展机遇

10.1.4 贵州白酒行业发展潜力

10.1.5 贵州白酒行业发展规划

10.2 2020-2026年四川省白酒制造业预测分析

10.2.1 影响四川白酒制造业发展因素分析

10.2.2 2020-2026年四川白酒制造业产品销售收入预测

10.2.3 2020-2026年四川白酒制造业累计利润总额预测

10.2.4 2020-2026年四川白酒制造业产量预测

10.3 2020-2026年贵州省白酒制造业预测分析

10.3.1 影响贵州白酒制造业发展因素分析

10.3.2 2020-2026年贵州白酒制造业产品销售收入预测

10.3.3 2020-2026年贵州白酒制造业累计利润总额预测

10.3.4 2020-2026年贵州白酒制造业产量预测

图表目录：

图表 七国集团GDP增长率

图表 金砖国家及部分亚洲经济体GDP同比增长率

图表 全球及主要经济体制造业和服务业PMI

图表 全球及主要经济体制造业PMI新订单和出口新订单指数

图表 2019年中国经济主要统计数据

图表 2015-2019年人口及其自然增长率变化情况

图表 我国农村和城镇居民收入中转移性收入占比

图表 农村居民收入构成

图表 2015-2019年农村居民人均收入实际增长速度（累计同比）

图表 2015-2019年城镇居民人均可支配收入实际增长速度（累计同比）

图表 以往春节白酒购买情况

图表 以往春节购买白酒的价位

图表 春节家庭聚餐网友对酒类的选择喜好

图表 《年夜饭最想喝的酒》票选前八名的白酒品牌

图表 票选排名前八的白酒品牌最受哪些地区欢迎

图表 排名前六的名酒各地域支持情况

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202002/833637.html>