

# 2024-2030年中国大众白酒行业市场行情动态及竞争战略分析报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2024-2030年中国大众白酒行业市场行情动态及竞争战略分析报告》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/202110/977971.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

智研咨询发布的《2024-2030年中国大众白酒行业市场行情动态及竞争战略分析报告》共十三章。首先介绍了大众白酒行业市场发展环境、大众白酒整体运行态势等，接着分析了大众白酒行业市场运行的现状，然后介绍了大众白酒市场竞争格局。随后，报告对大众白酒做了重点企业经营状况分析，最后分析了大众白酒行业发展趋势与投资预测。您若想对大众白酒产业有个系统的了解或者想投资大众白酒行业，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 2019-2023年中国大众白酒市场现状分析

#### 第一节 2023年中国大众白酒市场运行分析

- 一、2023年中国大众白酒产量
- 二、2023年中国大众白酒制造工业总产值
- 三、2023年中国大众白酒市场特点
- 四、2023年我国大众白酒产业显著发展的原因

#### 第二节 2023年中国大众白酒市场运行分析

- 一、2023年中国大众白酒产量
- 二、2023年中国大众白酒产值情况
- 三、2023年大众白酒收入与利润情况
- 四、2023年度中国大众白酒十大新闻事件
- 五、2023年全国大众白酒销量排行
- 六、2023年大众白酒发展总结

#### 第三节 2023年部分地区市场运营分析

- 一、2023年四川大众白酒市场运行
- 二、2023年河北大众白酒实现利润情况
- 三、2023年湖南省酒产量突破百万吨大关

#### 第四节 2024-2030年中国大众白酒市场运行及预测分析

- 一、2023年二线大众白酒销售回暖
- 二、2024-2030年大众白酒行业面临的机遇与挑战
- 三、2024-2030年大众白酒发展预测

## 第五节 2024-2030年中国大众白酒期待与隐忧

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

## 第二章 中国大众白酒业竞争格局分析

### 第一节 大众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、中档酒是新生大众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 大众白酒后竞争阶段的特点分析

#### 第三节 大众白酒竞争格局分析

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

#### 第四节 大众白酒文化竞争的战略制高点分析

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

#### 第五节 中小大众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 2024-2030年中国大众白酒发展格局分析

- 一、2024-2030年大众白酒行业“新”挑战
- 二、2024-2030年大众白酒行业发展“新”格局

## 第三章 中国大众白酒业发展趋势

### 第一节 2024-2030年大众白酒产业的发展趋势

- 一、大众白酒化进一步明显
- 二、二线区域品牌将成主角

### 第二节 大众白酒业规模化、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 中国大众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 中国大众白酒品牌发展趋势

## 第四章 中国大众白酒行业区域市场分析

### 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 贵州省大众白酒行业发展分析及预测

#### 1、贵州省大众白酒行业产销情况分析

#### 2、贵州省大众白酒行业市场竞争格局分析

#### 3、贵州省大众白酒行业市场集中度分析

#### 4、贵州省大众白酒行业发展趋势预测

### 第三节 贵州省大众白酒市场分析

#### 一、贵州省大众白酒行业市场需求分析

##### 1、贵州省大众白酒行业销售收入分析

##### 2、贵州省大众白酒行业销售产品结构分析

#### 二、贵州省大众白酒行业市场竞争格局分析

#### 三、贵州省大众白酒行业消费集中度分析

#### 四、贵州省大众白酒行业发展前景预测

## 第五章 大众白酒行业消费者分析

### 第一节 消费者的大众白酒需求分析及消费群体的构成

- 一、大众白酒主力消费群分析
- 二、大众白酒主力消费群消费需求价值分析

### 第二节 “80后”大众白酒消费群体分析

- 一、“80后”群体的特征
- 二、企业面对“80后”的对策

### 第三节 我国大众白酒行业消费特征

- 一、渠道价值不可低估
- 二、中档酒是新生大众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、高档大众白酒品牌竞争
- 八、竞争格局多级化发展
- 九、行业集中度提高
- 十、大众白酒消费更趋理性

### 第四节 大众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 大众白酒消费者行为分析

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

### 第六节 经销商大众白酒市场调查

## 一、大众白酒产品市场现状

### 二、主流品牌市场现状

### 三、消费者行为现状

## 四、大众白酒品牌发展前景

### 第七节 大众白酒消费趋势分析

#### 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、产品区域化

## 第六章 中国大众白酒业营销分析

### 第一节 酱香时代大众白酒品牌营销对策

### 第二节 中国大众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 2019-2023年中国大众白酒市场现状分析

### 第一节 2023年中国大众白酒市场运行分析

#### 一、2023年中国大众白酒产量

#### 二、2023年中国大众白酒制造工业总产值

#### 三、2023年中国大众白酒市场特点

#### 四、2023年我国大众白酒产业显著发展的原因

### 第二节 2023年中国大众白酒市场运行分析

#### 一、2023年中国大众白酒产量

#### 二、2023年中国大众白酒产值情况

#### 三、2023年大众白酒收入与利润情况

#### 四、中国大众白酒重大新闻事件

#### 五、2023年全国大众白酒品牌排行

#### 六、2023年各季度大众白酒发展总结

### 第三节 2023年部分

### 第四节 2024-2030年中国大众白酒市场运行及预测分析

- 一、2023年大众白酒产量
- 二、2024-2030年大众白酒行业面临的机遇与挑战
- 三、2024-2030年大众白酒发展预测

#### 第五节 2024-2030年中国大众白酒期待与隐忧

- 一、期待
- 二、隐忧

### 第八章 中国大众酒标杆企业竞争对比及关键性财务数据分析

#### 第一节 枝江

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析

#### 第二节 丰谷

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析

#### 第三节 迎驾

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析

#### 第四节 沱牌

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析

#### 第五节 洋河

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析

#### 第六节 杏花村汾酒

- 一、企业概况



- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析

## 第九章 中国大众白酒业竞争格局分析

### 第一节 大众白酒市场竞争特点分析

- 一、大众白酒得到越来越多人的认可
- 二、中档酒是新生大众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 大众白酒后竞争阶段的特点分析

### 第三节 大众白酒竞争格局分析

- 一、大众白酒竞争格局依旧
- 二、中国大众白酒市场竞争加剧
- 三、大众白酒寡头格局已经稳定

### 第四节 大众白酒文化竞争的战略制高点分析

- 一、大众白酒全球化的战略制高点
- 二、大众白酒行业竞争的战略制高点

### 第五节 中小大众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 2024-2030年中国大众白酒发展格局分析

- 一、2024-2030年大众白酒行业“新”挑战
- 二、2024-2030年大众白酒行业发展“新”格局

## 第十章 中国大众白酒业发展趋势

### 第一节 2024-2030年大众白酒产业的发展趋势

### 第二节 大众白酒业规模化、跨地域化的发展趋势

### 第三节 中国大众白酒行业的未来发展趋势

### 第四节 中国大众白酒品牌发展趋势

## 第十一章 中国大众白酒行业区域市场分析

### 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

#### 中国大众白酒产地集中度分析

### 第二节 贵州省大众白酒行业发展分析及预测

#### 一、贵州省大众白酒行业产销情况分析

#### 二、贵州省大众白酒行业市场竞争格局分析

#### 三、贵州省大众白酒行业市场集中度分析

#### 四、贵州省大众白酒行业发展趋势预测

### 第三节 贵州省大众白酒市场分析

#### 一、贵州省大众白酒行业市场需求分析

##### 1、贵州省大众白酒行业销售收入分析

##### 2、贵州省大众白酒行业销售产品结构分析

#### 二、贵州省大众白酒行业市场竞争格局分析

#### 三、贵州省大众白酒行业消费集中度分析

#### 四、贵州省大众白酒行业发展前景预测

## 第十二章 大众白酒行业消费者分析

### 第一节 消费者的大众白酒需求分析及消费群体的构成

#### 一、大众白酒主力消费群分析

#### 二、大众白酒主力消费群消费需求价值分析

### 第二节 “80后”大众白酒消费群体分析

#### 一、“80后”群体的特征

#### 二、企业面对“80后”的对策

### 第三节 我国大众白酒行业消费特征

### 第四节 大众白酒消费行为特点分析

### 第五节 大众白酒消费者行为分析

### 第五节 大众白酒消费者行为分析

#### 一、消费者喝的最多的大众白酒品牌

#### 二、消费者最喜欢喝哪个品牌的大众白酒

#### 三、消费者喝的最多的大众白酒产品是哪个度数

- 四、消费者认为好的大众白酒产品应具备的核心条件
- 五、消费者在家里和饭馆喝大众白酒哪个多
- 六、消费者认为购买自己喝的大众白酒多少钱一瓶最合适
- 七、消费者认为购买礼品大众白酒多钱一瓶最合适
- 八、消费者平均每月自己喝大众白酒的花费
- 九、消费者一般是在什么地点购买大众白酒产品

### 第十三章 中国大众白酒业营销分析

#### 第一节 中国大众白酒营销结构分析

#### 第二节 中国大众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 中国大众白酒营销策略建议

#### 图表目录：

- 图表：消费者认为购买自己喝的大众白酒多少钱一瓶最合适
  - 图表：消费者认为购买礼品大众白酒多钱一瓶最合适
  - 图表：消费者平均每月自己喝大众白酒的花费
  - 图表：行业区域资产规模分析
  - 图表：中国大众白酒产地集中度分析
  - 图表：2019-2023年贵州省大众白酒所属行业产销率分析
  - 图表：贵州省大众白酒行业销售收入（贵州省内）
  - 图表：消费者最喜欢喝哪个品牌的大众白酒
  - 图表：消费者喝的最多的大众白酒产品是哪个度数
  - 图表：消费者在家里和饭馆喝大众白酒哪个次数多
  - 图表：消费者认为购买自己喝的大众白酒多少钱一瓶最合适
  - 图表：消费者认为购买礼品大众白酒多钱一瓶最合适
  - 图表：消费者平均每月自己喝大众白酒的花费
  - 图表：消费者一般是在什么地点购买大众白酒产品
- 更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202110/977971.html>