

# 中国大众白酒行业投资分析及营销策略研究报告2023-2030年

产品名称	中国大众白酒行业投资分析及营销策略研究报告2023-2030年
公司名称	鸿晟信合研究网
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区日坛北路19号楼9层(08)(朝外孵化器0530)
联系电话	18513627985 18513627985

## 产品详情

中国大众白酒行业投资分析及营销策略研究报告2023-2030年

【全新修订】：2023年6月

【出版机构】：中赢信合研究网

【内容部分有删减·详细可参中赢信合研究网出版完整信息！】

【报告价格】：[纸质版]:6500元 [电子版]:6800元 [纸质+电子]:7000元 (可以优惠)

【服务形式】：文本+电子版+光盘

【联系人】：何晶晶 顾佳

章2019-2023年中国大众白酒市场现状分析

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2023-2030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、2023-2030年大众白酒行业面临的机遇与挑战

#### 三、2023-2030年大众白酒发展预测

### 第五节2023-2030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

### 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2023-2030年中国大众白酒发展格局分析

一、2023-2030年大众白酒行业“新”挑战

二、2023-2030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2023-2030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、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、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、消费者喝的多的的大众白酒品牌
- 二、消费者喜欢喝哪种香型的大众白酒
- 三、消费者喝的多的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合适
- 七、消费者认为购买礼品大众白酒多钱一瓶合适
- 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2023-2030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、2023-2030年大众白酒行业面临的机遇与挑战

三、2023-2030年大众白酒发展预测

第五节2023-2030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

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2023-2030年中国大众白酒发展格局分析

##### 一、2023-2030年大众白酒行业“新”挑战

##### 二、2023-2030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2023-2030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、消费者喝的多的大众白酒品牌

#### 二、消费者喜欢喝哪个品牌的大众白酒

- 三、消费者喝的多的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合适
- 七、消费者认为购买礼品大众白酒多钱一瓶合适
- 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

## 部分图表目录

图表：消费者认为购买自己喝的大众白酒多少钱一瓶合适

图表：消费者认为购买礼品大众白酒多钱一瓶合适

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：消费者喜欢喝哪个品牌的大众白酒

图表：消费者喝的多的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合适

图表：消费者认为购买礼品大众白酒多钱一瓶合适

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.....