2026-2031年中国白酒行业市场深度调研与营销发展趋势分析报告

报告简介

白酒为中国特有的一种蒸馏酒，是世界六大蒸馏酒(白兰地Brandy、威士忌Whisky、伏特加Vodka、金酒Gin、朗姆酒Rum、中国白酒Liquor and Spirits)之一，由淀粉或糖质原料制成酒醅或发酵后经蒸馏而得。

白酒行业属于完全竞争性行业，行业的市场化程度高，市场竞争激烈。从全国市场来看，企业竞争优势来源于自身品牌的影响力、产品风格以及营销运作模式。

随着未来消费需求的改善和升级，我国高端及次高端白酒的销量占比有望大幅增加，低端酒销费被次高端和高端白酒挤压。目前我国人均烈酒消费量为4.34升，超过世界约3升的平均水平。我国白酒消费中，600元/升以上的高端白酒占1.6%(限制三公消费之前为2.1%)，200-600元/升的白酒销量占2.4%(限制三公消费之前为3.1%)，即200元/升以上白酒消费量占4%的份额。高端伏特加酒在德国和法国的占比分别为12.5%和9.4%，高端酒消费占比远远超过我国，所以我国高端酒消费未来还有很大提升空间。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、中国轻工业协会、国务院发展研究中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报纸杂志的基础信息等公布和提供的大量资料和数据，客观、多角度地对中国白酒市场进行了分析研究。报告在总结中国白酒行业发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国白酒行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。报告资料详实，图表丰富，既有深入的分析，又有直观的比较，为白酒企业在激烈的市场竞争中洞察先机，能准确及时的针对自身环境调整经营策略。

报告目录

第一部分 行业运行现状

第一章 中国白酒行业相关概述 1

第一节 白酒的基本特性 1

一、白酒概念介绍 1

二、白酒分类情况 2

三、白酒中的名酒 8

四、白酒的度数及测定 9

五、白酒的勾兑及调味 10

第二节 白酒起源及发展 11

一、白酒兴起情况 11

二、白酒的发展历程 11

三、白酒工业发展分析 12

第三节 白酒行业市场特点 13

一、白酒的定位及特性 13

二、白酒行业市场特点 15

三、白酒行业周期分析 17

1、生产和消费的周期性 17

2、区域性 18

3、生产的季节性 19

4、销售的节日效应 19

四、白酒行业经营模式 19

第二章 中国白酒行业发展环境解析 37

第一节 中国宏观经济发展环境 37

一、中国gdp增长情况 37

二、工业经济发展形势 37

三、社会固定资产投资 38

四、社会消费品零售额 39

五、城乡居民收入消费 40

六、对外贸易发展形势 41

第二节 白酒行业政策环境分析 42

一、国内白酒行业管理体制 42

二、国内白酒行业产业政策 42

三、国内白酒行业许可情况 44

四、白酒重点政策影响解析 45

1、国家食品安全监管 45

2、白酒广告与价格调控 45

3、商务部关于“十四五”期间加强酒类流通管理的指导意见 46

4、关于进一步加强酒类质量安全工作的通知 50

5、白酒消费税 54

第三节 国内社会环境发展分析 56

一、中国人口发展环境分析 56

二、中国城镇化率发展情况 58

三、中国生态环境发展分析 61

四、中国居民饮酒文化分析 64

五、中国居民酒类消费情况 73

第四节 中国白酒行业工艺技术发展分析 75

一、香型白酒生产工艺发展分析 75

1、浓香型白酒生产工艺发展分析 75

2、酱香型白酒生产工艺发展分析 90

3、清香型白酒生产工艺发展分析 92

二、白酒生产新工艺创新与发展 94

1、生物技术的应用 94

2、酶催化工程引进 98

3、物理化学的创新 98

4、酿造设备及控制的创新 99

5、美拉德反应 100

6、低度白酒技术创新 100

7、淡雅型白酒新风格 101

8、新工艺白酒 101

9、固液勾兑新工艺白酒应用 102

三、白酒生产工艺应用案例介绍 103

第二部分 行业深度分析

第三章 白酒行业国际市场发展分析 104

第一节 白酒国际市场发展概况 104

一、白酒国际市场消费情况 104

二、白酒国际市场品牌竞争情况 105

三、白酒国际市场发展面临的问题 106

1、饮酒文化差异 106

2、标准不统一和技术壁垒 107

3、地区保护主义 107

4、缺乏国际化思维 107

四、促进白酒国际市场发展的建议 108

1、树立国际化的品牌理念 108

2、制定国际化的白酒标准 108

3、传播国际化的品牌文化 109

4、培养国际化的营销人才 109

第二节 白酒主要国家和地区市场分析 110

一、俄罗斯白酒市场发展分析 110

1、白酒消费情况 110

2、消费者偏好 110

二、美国白酒市场发展分析 110

1、白酒消费情况 110

2、消费者偏好 111

3、发展趋势及前景 111

三、欧洲地区白酒市场发展分析 111

1、白酒消费情况 111

2、消费者偏好 112

3、欧洲酒市场格局 112

第三节 白酒国际市场发展目标 113

一、亚太国家 113

二、非洲国家 113

第四章 中国白酒行业运行现状分析 114

第一节 中国白酒行业发展状况分析 114

一、中国白酒行业发展概况及特点 114

1、我国白酒行业发展总体概况 114

2、我国白酒行业发展特点分析 118

二、中国白酒行业发展存在的问题及对策 119

三、中国白酒行业商业模式分析 122

1、白酒行业商业模式的演变 122

2、白酒企业商业模式创新形式 123

3、o2o模式给白酒行业带来的冲击 124

第二节 白酒行业发展现状分析 125

一、中国白酒行业销售收入 125

二、中国白酒制造行业总产值 126

三、中国白酒行业利润总额 127

四、中国白酒产销率 127

五、中国白酒线上销售品牌占比 128

六、中国白酒线上线下销售占比 128

第三节 中国白酒行业企业发展分析 129

一、白酒制造行业规模以上企业数量 129

二、白酒各品牌市场份额 129

三、不同档次白酒市场结构 130

四、白酒企业销量排名 131

第四节 2021-2026年中国白酒行业财务指标分析 131

一、行业盈利能力分析 131

三、行业营运能力分析 132

二、行业偿债能力分析 132

四、行业发展能力分析 133

第五节 中国白酒市场价格走势分析 133

一、白酒市场定价机制组成 133

二、白酒市场价格影响因素 134

三、2021-2026年白酒价格走势分析 136

四、2026-2031年白酒价格走势预测 138

第五章 中国白酒行业供需形势及进出口分析 140

第一节 中国白酒行业供需形势分析 140

一、中国白酒行业供给分析 140

1、中国白酒产量分析 140

2、中国白酒行业月度产量分析 140

3、重点企业产量占比分析 142

二、中国白酒行业需求分析 143

1、中国白酒总销量 143

2、中国白酒人均消费量 143

3、中国白酒需求结构分析 144

4、中国白酒行业应用市场需求分析 144

三、中国白酒行业供需平衡分析 145

第二节 白酒行业进出口市场分析 147

一、白酒行业进出口综述 147

二、白酒行业出口市场分析 148

1、白酒主要出口目的国分析 148

2、白酒出口总量及金额分析 149

三、白酒行业进口市场分析 149

1、白酒主要进口来源国 149

2、白酒进口总量及金额分析 149

第六章 白酒行业不同营销模式分析 150

第一节 宴会定制营销案例分析 150

一、宴会定制模式及特点 150

二、宴会定制典型案例分析 150

第二节 包装互动营销案例分析 151

一、包装互动典型案例分析 151

二、包装互动营销特点分析 152

第三节 电商造势营销案例分析 152

一、电商造势典型案例分析 152

二、电商造势营销特点分析 153

第四节 促销拉动营销案例分析 154

一、促销拉动模式分析 154

二、促销拉动营销特点分析 157

第五节 公益助推营销案例分析 158

一、公益助推典型案例分析 158

二、公益助推营销特点分析 158

第六节 内容营销案例分析 159

一、内容营销典型案例分析 159

二、内容营销营销特点分析 159

第七章 白酒情感营销策略发展分析 162

第一节 情感营销的概念及定义 162

一、情感营销的定义 162

二、情感营销的形成与发展过程 163

三、情感营销的意义 163

四、情感营销的方法 163

五、互联网与情感营销 165

第二节 白酒行业情感营销发展状况 165

一、白酒行业情感营销态势多元化 165

二、热销型白酒情感营销对比 167

三、白酒行业情感营销相关影响因素 169

第三节 白酒情感营销策略及保障措施 171

一、“互联网+情感营销”策略 171

1、网络营销 171

2、o2o模式+app 172

3、口碑营销 172

4、公益营销 173

5、商超营销 174

二、情感品牌策略 174

1、品牌建设 174

2、商标内涵 175

3、广告宣传 175

三、情感产品策略 175

1、情感产品的价值理念 175

2、定制白酒 176

3、情感包装 176

四、情感定价策略 177

1、顾客导向定价 177

2、竞争导向定价 177

五、顾客关怀策略 178

1、顾客意见反馈体系 178

2、顾客需求收集机制 178

3、顾客维护机制 179

六、情感营销实施保障计划 180

1、组织结构 180

2、制度与人才建设 180

3、“互联网+”计划 180

4、创新计划 181

第八章 白酒场景化营销发展分析 182

第一节 移动互联网时代白酒场景化营销发展概况 182

一、移动互联网时代对白酒营销的影响 182

二、移动互联网时代白酒场景营销现状 182

三、移动互联网时代白酒场景营销案例 183

1、泸州老窖——桃花醉酒 183

2、茅台——悠蜜蓝莓利口酒 184

第二节 白酒场景化营销的构建方法 185

一、产品命名场景化 185

二、产品包装场景化 185

三、终端布置场景化 186

四、推广设计场景化 186

第三节 白酒营销四大消费场景 187

一、酒店宴请消费场景 187

二、家庭餐饮消费场景 187

三、婚宴喜庆消费场景 187

四、个性化定制消费场景 188

第四节 白酒场景化营销的实施要点 188

一、发现痛点 188

二、创造场景 188

三、强化体验 189

四、创意场景 189

第九章 中国白酒行业市场经营策略分析 190

第一节 白酒行业资本运作模式解析 190

一、品牌战略驱动模式分析 190

二、流通渠道倍增模式分析 191

三、外资渗透模式分析 191

四、资本战略联盟优化模式 192

五、酒类零售连锁运作模式 193

六、产业链整合模式分析 193

七、产业空间集聚模式分析 193

第二节 白酒消费者心理分析 194

一、面子消费心理 194

二、情感消费心理 194

三、求奢消费心理 195

四、求时尚消费心理 195

五、求廉消费心理 195

六、求异消费心理 196

第三节 白酒行业市场策略 196

一、平等稳定的合作关系 196

二、全年方案确认制 197

三、环节利润倒扣制 197

四、预投机制 197

五、营销升级 197

第四节 白酒行业市场广告策略分析 198

一、白酒广告目标制定分析 198

二、白酒广告预算决策分析 200

三、白酒广告信息传递分析 201

四、白酒广告媒介决策分析 202

五、白酒广告效果评价分析 203

第五节 白酒地方强势品牌营销策略 204

一、经销商原则 204

二、特通渠道原则 204

三、核心区域合作经销商原则 204

四、强势商场和大型连锁超市直供原则 204

第六节 高端白酒经营策略分析 205

一、高端白酒市场细分策略 205

二、高端白酒市场创新策略 205

三、品牌定位与品类规划 207

四、高端白酒新产品差异化战略 207

第十章 白酒营销成功案例分析 209

第一节 江小白营销案例分析 209

一、产品定位分析 209

二、营销模式及策略分析 211

三、产品互动性分析 212

四、品牌塑造过程 213

五、案例启示 214

第二节 五粮液营销案例分析 214

一、产品定位分析 214

二、营销宣传策略分析 216

三、竞争策略分析 217

第三节 郎酒营销案例分析 218

一、营销目标 218

二、营销动作 218

三、营销结果 219

第四节 洋河试水app营销案例分析 219

一、营销目标 219

二、营销动作 219

三、营销结果 220

第五节 水井坊天号陈“类快消”营销案例分析 220

一、营销目标 220

二、营销动作 220

三、营销结果 221

第六节 宋河酒业营销案例分析 221

一、营销目标 221

二、营销动作 222

三、营销结果 222

第三部分 区域市场分析

第十一章 白酒行业重点区域市场分析 223

第一节 北京市白酒市场分析 223

一、北京市白酒行业市场需求分析 223

1、北京市白酒行业销售收入分析 223

2、北京市白酒行业产量分析 223

二、北京市白酒行业市场竞争格局分析 223

三、北京市白酒行业消费集中度分析 224

四、北京市白酒行业发展前景预测 224

第二节 河南省白酒市场分析 224

一、河南省白酒行业市场需求分析 224

1、河南省白酒行业销售收入分析 224

2、河南省白酒行业产量分析 225

二、河南省白酒行业市场竞争格局分析 225

三、河南省白酒行业消费集中度分析 227

四、河南省白酒行业发展前景预测 227

第三节 广东省白酒市场分析 229

一、广东省白酒行业市场需求分析 229

1、广东省白酒行业销售收入分析 229

2、广东省白酒行业产量分析 229

二、广东省白酒行业市场竞争格局分析 229

三、广东省白酒行业消费集中度分析 230

四、广东省白酒行业发展前景预测 231

第四节 山东省白酒市场分析 232

一、山东省白酒行业市场需求分析 232

1、山东省白酒行业销售收入分析 232

2、山东省白酒行业产量分析 233

二、山东省白酒行业市场竞争格局分析 233

三、山东省白酒行业消费集中度分析 235

四、山东省白酒行业发展前景预测 235

第五节 四川省白酒市场分析 236

一、四川省白酒行业市场需求分析 236

1、四川省白酒行业销售收入分析 236

2、四川省白酒行业产量分析 236

二、四川省白酒行业市场竞争格局分析 237

三、四川省白酒行业消费集中度分析 239

四、四川省白酒行业发展前景预测 239

第六节 贵州省白酒市场分析 239

一、贵州省白酒行业市场需求分析 239

1、贵州省白酒行业销售收入分析 239

2、贵州省白酒行业产量分析 240

二、贵州省白酒行业市场竞争格局分析 240

三、贵州省白酒行业消费集中度分析 241

四、贵州省白酒行业发展前景预测 241

第七节 江苏省白酒市场分析 242

一、江苏省白酒行业市场需求分析 242

1、江苏省白酒行业销售收入分析 242

2、江苏省白酒行业产量分析 242

二、江苏省白酒行业市场竞争格局分析 243

三、江苏省白酒行业消费集中度分析 245

四、江苏省白酒行业发展前景预测 246

第八节 浙江省白酒市场分析 248

一、浙江省白酒行业市场需求分析 248

1、浙江省白酒行业销售收入分析 248

2、浙江省白酒行业产量分析 248

二、浙江省白酒行业市场竞争格局分析 248

三、浙江省白酒行业消费集中度分析 249

四、浙江省白酒行业发展前景预测 249

第九节 湖北省白酒市场分析 249

一、湖北省白酒行业市场需求分析 249

1、湖北省白酒行业销售收入分析 249

2、湖北省白酒行业产量分析 250

二、湖北省白酒行业市场竞争格局分析 250

三、湖北省白酒行业消费集中度分析 251

四、湖北省白酒行业发展前景预测 252

第十节 福建省白酒市场分析 253

一、福建省白酒行业市场需求分析 253

1、福建省白酒行业销售收入分析 253

2、福建省白酒行业产量分析 254

二、福建省白酒行业市场竞争格局分析 254

三、福建省白酒行业消费集中度分析 254

四、福建省白酒行业发展前景预测 255

第四部分 竞争格局分析

第十二章 2026-2031年白酒行业竞争形势及策略 256

第一节 行业总体市场竞争状况分析 256

一、白酒行业竞争结构分析 256

1、现有企业间竞争 256

2、潜在进入者分析 257

3、替代品威胁分析 257

4、供应商议价能力 257

5、客户议价能力 257

二、白酒行业swot分析 258

1、白酒行业优势分析 258

2、白酒行业劣势分析 258

3、白酒行业机会分析 258

4、白酒行业威胁分析 258

第二节 白酒行业竞争格局分析 259

一、产品竞争格局 259

二、企业竞争格局 260

三、品牌竞争格局 261

第三节 白酒行业集中度分析 262

一、市场集中度分析 262

二、企业集中度分析 263

三、区域集中度分析 263

第四节 中国白酒行业竞争力分析 264

一、中国白酒企业市场竞争的优势 264

二、国内白酒企业竞争能力提升途径 264

第五节 白酒行业重点公司点评 265

第十三章 2026-2031年白酒行业领先企业经营形势分析 269

第一节 中国白酒企业总体发展状况分析 269

一、白酒企业运行总体情况 269

二、白酒企业资本运作分析 270

三、白酒企业创新及品牌建设 270

四、白酒企业国际竞争力分析 275

五、白酒行业企业排名分析 277

第二节 中国白酒领先企业分析 279

一、中国贵州茅台酒厂(集团)有限责任公司 279

1、企业发展概况 279

2、企业营销渠道及分布 279

3、企业产品结构分析 280

4、企业经济指标分析 280

5、企业盈利能力分析 281

6、企业销售转型分析 281

7、企业消费转型分析 281

8、企业核心竞争力 284

9、企业发展战略 285

二、宜宾五粮液股份有限公司 286

1、企业发展概况 286

2、企业营销渠道及分布 286

3、企业产品结构分析 286

4、企业经济指标分析 287

5、企业盈利能力分析 287

6、企业运营能力分析 288

7、企业偿债能力分析 288

8、企业发展能力分析 289

9、企业核心竞争力 289

10、企业创新驱动战略 291

三、江苏洋河酒厂股份有限公司 292

1、企业发展概况 292

2、企业营销渠道及分布 294

3、企业产品结构分析 294

4、企业经济指标分析 295

5、企业盈利能力分析 295

6、企业运营能力分析 296

7、企业投资兼并重组分析 296

8、企业品牌价值分析 297

9、企业竞争优劣势分析 297

10、企业未来发展战略 298

四、泸州老窖股份有限公司 300

1、企业发展概况 300

2、企业营销渠道及分布 300

3、企业产品结构分析 301

4、企业经济指标分析 303

5、企业偿债能力分析 303

6、企业发展能力分析 304

7、企业高端白酒电商分析 304

8、企业组合营销分析 304

9、企业竞争优劣势分析 306

10、企业未来发展战略 307

五、四川郎酒集团有限责任公司 310

1、企业发展概况 310

2、企业营销渠道及分布 310

3、企业产品结构分析 311

4、企业新兴市场培育分析 311

5、企业重点销售分析 311

6、企业竞争优劣势分析 312

六、陕西西凤酒股份有限公司 313

1、企业发展概况 313

2、企业营销渠道及分布 314

3、企业产品结构分析 314

4、企业经济指标分析 314

5、企业信息一体化分析 314

6、企业品牌价值分析 315

7、企业竞争优劣势分析 315

8、企业未来发展战略 316

七、湖北稻花香酒业股份有限公司 317

1、企业发展概况 317

2、企业营销渠道及分布 318

3、企业产品结构分析 318

4、企业经济指标分析 318

5、企业循环经济发展分析 318

6、企业商标集群化分析 321

7、企业竞争优劣势分析 322

8、企业未来发展战略 323

八、安徽古井贡酒股份有限公司 325

1、企业发展概况 325

2、企业营销渠道及分布 325

3、企业产品结构分析 325

4、企业经济指标分析 326

5、企业偿债能力分析 327

6、企业发展能力分析 327

7、企业网络营销新模式分析 328

8、企业配套产业园建设 328

9、企业竞争优劣势分析 329

10、企业未来发展战略 331

九、湖北枝江酒业股份有限公司 332

1、企业发展概况 332

2、企业技术环境分析 332

3、企业竞争优劣势分析 333

4、企业招商细则 333

5、企业异地技改项目分析 334

6、企业品牌价值分析 335

十、山西杏花村汾酒集团有限责任公司 335

1、企业发展概况 335

2、企业营销渠道及分布 335

3、企业产品结构分析 335

4、企业经济指标分析 336

5、企业盈利能力分析 336

6、企业运营能力分析 337

7、企业品牌价值分析 337

8、企业竞争优劣势分析 338

9、企业酒文化旅游基地建设 338

十一、湖南浏阳河酒业发展有限公司 340

1、企业发展概况 340

2、企业产品结构分析 340

3、企业经济指标分析 340

4、企业向资本平台转变 341

5、企业华东市场布局分析 341

6、企业未来发展战略 342

十二、重庆诗仙太白酒业(集团)有限公司 342

1、企业发展概况 342

2、企业营销渠道及分布 343

3、企业商标 343

4、企业产品结构分析 344

5、企业品牌建设分析 344

6、企业最新进展 345

十三、四川剑南春(集团)有限责任公司 347

1、企业发展概况 347

2、企业营销渠道及分布 350

3、企业产品结构分析 350

4、企业经济指标分析 351

5、企业第二战略核心分析 351

6、企业酿艺技术分析 351

7、企业竞争优劣势分析 352

8、企业未来发展战略 353

十四、四川水井坊股份有限公司 353

1、企业发展概况 353

2、企业营销渠道及分布 353

3、企业产品结构分析 354

4、企业经济指标分析 355

5、企业盈利能力分析 355

6、企业运营能力分析 356

7、企业偿债能力分析 356

8、企业发展能力分析 357

9、企业国际化发展分析 357

10、企业投资并购分析 358

11、企业竞争优劣势分析 359

12、企业未来发展战略 360

十五、四川省绵阳市丰谷酒业有限责任公司 361

1、企业发展概况 361

2、企业营销渠道及分布 362

3、企业产品结构分析 362

4、企业经济指标分析 362

5、企业技术创新分析 363

6、企业未来发展战略 363

十六、湖北白云边酒业股份有限公司 363

1、企业发展概况 363

2、企业营销渠道及分布 364

3、企业产品结构分析 364

4、企业经济指标分析 364

5、企业市场竞争力分析 365

6、企业白酒工艺技术 366

十七、安徽金种子酒业股份有限公司 366

1、企业发展概况 366

2、企业营销渠道及分布 367

3、企业产品结构分析 367

4、企业经济指标分析 367

5、企业盈利能力分析 368

6、企业运营能力分析 368

7、企业偿债能力分析 369

8、企业发展能力分析 369

9、企业经营模式 369

10、企业竞争优劣势分析 370

11、企业未来发展战略 371

十八、新疆伊力特实业股份有限公司 372

1、企业发展概况 372

2、企业营销渠道及分布 373

3、企业产品结构分析 373

4、企业经济指标分析 373

5、企业盈利能力分析 374

6、企业运营能力分析 374

7、企业偿债能力分析 375

8、企业发展能力分析 375

9、企业新型工业化建设 376

十九、古贝春集团有限公司 376

1、企业发展概况 376

2、企业产品结构分析 377

3、企业经济指标分析 377

4、企业竞争优劣势分析 377

5、企业未来发展战略 378

二十、四特酒有限责任公司 378

1、企业发展概况 378

2、企业营销渠道及分布 379

3、企业产品结构分析 379

4、企业营销战略分析 379

5、企业竞争优劣势分析 380

6、企业未来发展战略 381

二十一、河南省张弓酒业有限公司 382

1、企业发展概况 382

2、企业营销渠道及分布 382

3、企业产品结构分析 382

4、企业经济指标分析 383

5、企业竞争优劣势分析 383

二十二、河南省宋河酒业股份有限公司 383

1、企业发展概况 383

2、企业营销战略分析 384

3、企业产品结构分析 384

4、企业电子商务发展分析 384

5、企业未来发展战略 385

二十三、泰山酒业集团股份有限公司 385

1、企业发展概况 385

2、企业营销渠道及分布 386

3、企业产品结构分析 386

4、企业航空合作发展分析 386

5、企业竞争优劣势分析 388

6、企业未来发展战略 388

二十四、承德乾隆醉酒业有限责任公司 389

1、企业发展概况 389

2、企业营销渠道及分布 389

3、企业产品结构分析 389

4、企业经营情况分析 389

5、企业发展优势分析 390

二十五、内蒙古河套酒业集团股份有限公司 390

1、企业发展概况 390

2、企业产品结构分析 390

3、企业经营情况分析 390

4、企业竞争优劣势分析 391

5、企业技术实力分析 391

二十六、酒鬼酒股份有限公司 391

1、企业发展概况 391

2、企业组织构架 392

3、企业经营情况分析 392

4、企业销售渠道分析 393

5、企业品牌战略实施 393

二十七、安徽口子酒业股份有限公司 394

1、企业发展概况 394

2、企业营销渠道及分布 394

3、企业产品结构分析 394

4、企业经济指标分析 395

5、企业盈利能力分析 395

6、企业运营能力分析 396

7、企业偿债能力分析 396

8、企业发展能力分析 397

9、企业竞争优劣势分析 397

10、企业未来发展战略 399

二十八、山东扳倒井股份有限公司 400

1、企业发展概况 400

2、企业行业地位 401

3、企业产品结构分析 401

4、企业科技创新分析 401

5、企业竞争优劣势分析 402

6、企业未来发展战略 402

二十九、北京红星股份有限公司 403

1、企业发展概况 403

2、企业产品结构分析 403

3、企业发展优势分析 403

4、企业品牌创新分析 404

三十、河北衡水老白干酿酒(集团)有限公司 405

1、企业发展概况 405

2、企业营销渠道及分布 405

3、企业产品结构分析 405

4、企业经济指标分析 406

5、企业盈利能力分析 406

6、企业运营能力分析 407

7、企业偿债能力分析 407

8、企业发展能力分析 408

9、企业竞争优势分析 408

10、企业发展战略分析 410

第五部分 发展前景展望

第十四章 2026-2031年白酒行业前景及趋势预测 412

第一节 2026-2031年白酒市场发展前景 412

一、2026-2031年白酒市场发展潜力 412

二、2026-2031年白酒市场发展前景展望 412

三、2026-2031年白酒细分行业发展前景分析 413

第二节 2026-2031年白酒市场发展趋势预测 413

一、2026-2031年白酒行业发展趋势 413

二、2026-2031年白酒市场规模预测 415

1、白酒行业利润总额预测 415

2、白酒行业销售收入预测 416

三、2026-2031年白酒行业企业趋势预测 416

四、2026-2031年细分市场发展趋势预测 417

第三节 2026-2031年中国白酒行业供需预测 422

一、2026-2031年中国白酒企业数量预测 422

二、2026-2031年中国白酒行业产量预测 423

三、2026-2031年中国白酒市场销量预测 424

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势 424

一、市场整合成长趋势 424

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测 425

三、企业区域市场拓展的趋势 426

四、科研开发趋势及替代技术进展 426

五、影响企业销售与服务方式的关键趋势 427

第十五章 2026-2031年白酒行业投资及风险 428

第一节 白酒行业投资特性分析 428

一、白酒行业进入壁垒分析 428

二、白酒行业盈利因素分析 430

三、白酒行业盈利模式分析 433

第二节 白酒行业投融资情况 436

一、行业资金渠道分析 436

二、固定资产投资分析 437

三、兼并重组情况分析 438

第三节 2026-2031年白酒行业投资机会 439

一、产业链投资机会 439

二、细分市场投资机会 439

三、重点区域投资机会 440

四、白酒行业投资机遇 440

第四节 2026-2031年白酒行业投资风险及防范 441

一、政策风险及防范 441

二、技术风险及防范 441

三、供求风险及防范 441

四、市场竞争风险及防范 442

五、关联产业风险及防范 442

六、产品结构风险及防范 442

第五节 中国白酒行业投资建议 443

一、白酒行业未来发展方向 443

二、白酒行业主要投资建议 443

三、中国白酒企业融资分析 444

第六节 2026-2031年白酒行业融资策略分析 448

第七节 白酒行业投资战略研究 448

一、2021-2026年白酒企业投资战略 448

二、2026-2031年白酒行业投资战略 449

三、2026-2031年中小白酒企业行业投资战略 451

第十六章 白酒行业营销模式变化及产品策略分析 453

第一节 白酒营销模式发展变化 453

一、市场进一步细分 453

二、品牌内涵提升 454

三、产品不断创新 454

四、渠道嫁接 455

第二节 白酒企业的微信营销模式 455

一、口碑营销 455

二、互动营销 455

三、定制营销 456

第三节 白酒产品营销策略 456

一、产品策略 456

1、调整产品结构，突出大众特色 456

2、适时推陈出新，做好新老交替 456

3、合理划分产品档次，保持品牌定位协调 457

4、重视新品开发，科学稳健推广 457

二、价格策略 457

1、巧妙运用心理定价策略 457

2、缩小中高档产品之间的价格空档 458

3、制定合理的价格体系 458

三、渠道策略 458

1、分销渠道应与产品价格有机统一 458

2、加强销售价格指导和管控，减少各地经销策略差异 459

3、严格执行既定的渠道政策，加强厂商协作 459

4、线上线下并重，健全完善分销网络 459

四、促销策略 460

1、广告策略的制定 460

2、销售促进策略的制定 461

3、人员推销策略的制定 462

4、公共关系策略的制定 463

第四节 白酒营销渠道模式及优化作用机制分析 463

一、白酒营销渠道模式构成要素 463

1、白酒营销渠道成员组织组成分析 463

2、白酒营销渠道结构 464

3、准确认识白酒营销渠道成员组织之间的关系 467

二、全面分析白酒营销渠道模式优化的外部作用机制 467

1、立足政治法律角度对白酒营销渠道模式优化的分析 467

2、白酒营销渠道模式优化受制于经济因素 467

3、社会文化因对白酒营销渠道模式优化产生影响 468

4、信息技术飞速发展对白酒营销渠道模式优化产生影响 468

三、系统介绍白酒营销渠道模式优化内部作用机制 469

1、白酒营销渠道动力机制需要与时俱进 469

2、对白酒营销渠道权力机制变革的分析 469

3、新时期白酒营销渠道信息机制的变革 469

四、对白酒行业营销渠道模式发展趋势的探讨 470

1、营销渠道模式更加区域扁平化的模式 470

2、关系型的白酒营销渠道模式彰显优势 470

3、白酒营销渠道模式凸显多元化特征 471

第十七章 研究结论及投资建议 472

第一节 白酒行业研究结论及建议 472

第二节 白酒子行业研究结论及建议 472

第三节 白酒行业投资建议 480

一、行业发展策略建议 480

二、行业投资方向建议 483

图表目录

图表：消费品企业产品、渠道和品牌竞争三要素 21

图表：白酒行业特点总结 22

图表：渠道变迁示意图 23

图表：渠道生命力表现 24

图表：白酒渠道本质 25

图表：不同酒类渠道结构对比 25

图表：白酒渠道创新历程 26

图表：不同价格产品市场运作模式对比 27

图表：部分白酒公司经营模式对比 27

图表：白酒行业相关标准 42

图表：2021-2026年全国人口数及其构成 57

图表：全球各区域所占市场份额 105

图表：2021-2026年酒业统计数据 114

图表：2021-2026年酒业统计数据 115

图表：2021-2026年白酒数据对比 115

图表：白酒行业营销模式演变过程 123

图表：白酒渠道创新历程 123

图表：2021-2026年中国规模以上白酒企业销售收入 125

图表：2021-2026年白酒行业总产值情况 126

图表：2021-2026年中国规模以上白酒企业利润总额 127

图表：2021-2026年中国白酒产销率变化趋势 127

图表：2021-2026年京东线上白酒销售规模前五品牌 128

图表：2021-2026年中国规模以上白酒企业数量 129

图表：2021-2026年白酒行业各品牌市场份额 130

图表：2021-2026年白酒市场不同档次市场结构 130

图表：2021-2026年白酒行业重点企业白酒销量占比 131

图表：2021-2026年白酒行业平均毛利率情况 131

图表：2021-2026年白酒行业总资产周转率情况 132

图表：2021-2026年白酒行业流动比率 132

图表：2021-2026年白酒行业营收增长率情况 133

图表：2021-2026年次高端白酒提价情况 137

图表：2021-2026年白酒平均价格情况 138

图表：2026-2031年白酒平均价格趋势预测 139

图表：2021-2026年全国规模以上白酒企业总产量 140

图表：2021-2026年我国白酒月产量 142

图表：2021-2026年重点白酒企业产量占比 142

图表：2021-2026年全国规模以上白酒企业总销量 143

图表：2021-2026年中国白酒出口地区数据 148

图表：2021-2026年白酒出口量及金额 149

图表：2021-2026年中国白酒进口国家数据 149

图表：2021-2026年白酒进口量及金额 149

图表：安徽市场部分白酒企业品牌形象分析 168

图表：2021-2026年北京市白酒销售收入 223

图表：2021-2026年北京市白酒产量 223

图表：2021-2026年河南省白酒产量 225

图表：2021-2026年广东省白酒产量 229

图表：2021-2026年山东省白酒产量 233

图表：2021-2026年四川省白酒产量 236

图表：2021-2026年贵州省白酒产量 240

图表：2021-2026年江苏省白酒产量 242

图表：2021-2026年浙江省白酒销售收入 248

图表：2021-2026年浙江省白酒产量 248

图表：2021-2026年湖北省白酒销售收入 249

图表：2021-2026年湖北省白酒产量 250

图表：2021-2026年福建省白酒销售收入 253

图表：2021-2026年福建省白酒产量 254

图表：2021-2026年我国白酒行业企业集中度 263

图表：2021-2026年白酒行业规模以上企业数量 269

图表：2021-2026年白酒行业资产规模情况 270

图表：2021-2026年我国部分白酒企业营收排名示意图 278

图表：中国贵州茅台酒厂(集团)有限责任公司分销渠道层次 279

图表：2021-2026年中国贵州茅台酒厂(集团)有限责任公司营业收入 280

图表：2021-2026年中国贵州茅台酒厂(集团)有限责任公司经济指标 281

图表：2021-2026年宜宾五粮液股份有限公司经营指标 287

图表：2021-2026年宜宾五粮液股份有限公司盈利能力 287

图表：2021-2026年宜宾五粮液股份有限公司运营能力 288

图表：2021-2026年宜宾五粮液股份有限公司偿债能力 288

图表：2021-2026年宜宾五粮液股份有限公司发展能力 289

图表：2021-2026年江苏洋河酒厂股份有限公司经营指标 295

图表：2021-2026年江苏洋河酒厂股份有限公司盈利能力 295

图表：2021-2026年江苏洋河酒厂股份有限公司运营能力 296

图表：2021-2026年泸州老窖股份有限公司经营指标 303

图表：2021-2026年泸州老窖股份有限公司偿债能力 303

图表：2021-2026年泸州老窖股份有限公司发展能力 304

图表：2021-2026年安徽古井贡酒股份有限公司经营指标 326

图表：2021-2026年安徽古井贡酒股份有限公司偿债能力 327

图表：2021-2026年安徽古井贡酒股份有限公司发展能力 327

图表：2021-2026年山西杏花村汾酒集团有限责任公司经营指标 336

图表：2021-2026年山西杏花村汾酒集团有限责任公司盈利能力 336

图表：2021-2026年山西杏花村汾酒集团有限责任公司运营能力 337

图表：重庆诗仙太白酒业(集团)有限公司主要产品 344

图表：剑南春集团有限责任公司营销网络分布 350

图表：2021-2026年四川水井坊股份有限公司经营指标 355

图表：2021-2026年四川水井坊股份有限公司盈利能力 355

图表：2021-2026年四川水井坊股份有限公司运营能力 356

图表：2021-2026年四川水井坊股份有限公司偿债能力 356

图表：2021-2026年四川水井坊股份有限公司发展能力 357

图表：2021-2026年安徽金种子酒业股份有限公司经济指标 367

图表：2021-2026年安徽金种子酒业股份有限公司盈利能力 368

图表：2021-2026年安徽金种子酒业股份有限公司运营能力 368

图表：2021-2026年安徽金种子酒业股份有限公司偿债能力 369

图表：2021-2026年安徽金种子酒业股份有限公司发展能力 369

图表：2021-2026年新疆伊力特实业股份有限公司经营指标 373

图表：2021-2026年新疆伊力特实业股份有限公司盈利能力 374

图表：2021-2026年新疆伊力特实业股份有限公司运营能力 374

图表：2021-2026年新疆伊力特实业股份有限公司偿债能力 375

图表：2021-2026年新疆伊力特实业股份有限公司发展能力 375

图表：泰山酒业集团股份有限公司营销布局 386

图表：酒鬼酒股份有限公司组织架构 392

图表：2021-2026年酒鬼酒股份有限公司主营构成 392

图表：2021-2026年安徽口子酒业股份有限公司经济指标 395

图表：2021-2026年安徽口子酒业股份有限公司盈利能力 395

图表：2021-2026年安徽口子酒业股份有限公司运营能力 396

图表：2021-2026年安徽口子酒业股份有限公司偿债能力 396

图表：2021-2026年安徽口子酒业股份有限公司发展能力 397

图表：2021-2026年河北衡水老白干酿酒(集团)有限公司主营构成 406

图表：2021-2026年河北衡水老白干酿酒(集团)有限公司盈利能力 406

图表：2021-2026年河北衡水老白干酿酒(集团)有限公司运营能力 407

图表：2021-2026年河北衡水老白干酿酒(集团)有限公司偿债能力 407

图表：2021-2026年河北衡水老白干酿酒(集团)有限公司发展能力 408

图表：2026-2031年全国规模以上白酒企业利润总额 415

图表：2026-2031年全国规模以上白酒企业销售收入 416

图表：2026-2031年全国规模以上白酒企业数量 422

图表：2026-2031年全国规模以上白酒企业完成酿酒总产量 423

图表：2026-2031年全国规模以上白酒企业白酒销售量 424

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费)　Emai：kf@51baogao.cn

报告编号：103133

本文地址：https://www.51baogao.cn/bg/20181022/103133.shtml

在线订购：点击这里