

2026-2031年中国白酒行业品牌调研与竞争策略研究报告

报告简介

当前，白酒的品牌品类多样，从高端到低端，可谓是应有尽有。贵州茅台凭借其优质的酒质以及高端的包装已经成为了业界的主力军，酱香典范红花郎凭借其中国红的外包以及广告效应更是成为了酒业的代表。此外还有五粮液、水井坊，还有融入书法元素的“舍得”酒也是美曰其名。但面对当前酒业低迷的市场现状，所有的酒业都逃不掉低迷的厄运。此时，一批反其道而行的“小酒”却异常火爆，江小白、歪嘴郎、嗨80、革命小酒等，这些小酒的设计脱离了人们对传统白酒的认知，其个性化的形象很快赢得了现代青年一代的心。

中国的酒文化源远流长，渗透于整个中华五千年的文明史中，不同的地域分别有其独特的风情韵味，这是在长期的历史积累中沉淀下来的，这种历史的沉淀不仅表现在白酒的品牌文化上，更体现在其品牌定位、包装以及宣传上。54°水井坊风雅颂、西凤、贵州茅台酒等许多家喻户晓的白酒品牌更是这种传统经典的代表。反之，从宏观来看，在当代这个大背景下，各大行业相互竞争，在饮料行业，百岁山、娃哈哈、农夫山泉、怡宝等品牌的出现几乎垄断了整个矿泉水品牌的市场，这些品牌思维跳跃，通过各种创新性的设计与宣传给自己的品牌制造契机，时刻注入新的市场活力。反观白酒市场，它们的竞争始终没有脱离一种固定的模式，禁锢在传统的模式里，并且酒的市场也面临老龄化、低认可度与关注度等问题。要想解决当前白酒市场的系列问题，并且让其在品牌市场占有一席之地，就要求白酒市场必须跳出固定思维模式，寻找新的契机。

当下，消费者的消费心理日渐成熟，白酒品牌作为众品牌中的一员正面临着严峻的考验，形象的单一性和薄弱性已然成为了当前白酒品牌的一大诟病。在白酒企业面临一系列问题时，一批小酒的闯入给中国的酒业发展注入了新的市场活力，它们以幽默的文案、独特的造型阐述着新一代白酒的发展方向。

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、国家工信部、国家商务部、国家发改委、国家市场监督管理总局、国务院发展研究中心

、中国酒业协会、中国品牌网、、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对中国白酒行业及各子行业的发展状况、市场供需形势、进出口贸易等进行了分析，并重点分析了中国白酒行业发展状况和特点，以及中国白酒行业将面临的挑战、行业的发展策略等。报告还对国际白酒行业发展态势作了详细分析，并对白酒行业进行了趋向研判，是白酒生产、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前白酒行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一章 中国白酒行业发展现状

第一节 中国白酒行业发展环境

一、国内经济形势

二、国内政策规划

三、国内社会环境

1、人口结构

2、消费升级

3、居民支出

四、国际贸易环境

第二节 中国白酒行业发展现状

一、白酒行业发展概况

二、白酒行业发展特点

三、白酒行业市场规模

四、白酒行业产销规模

第三节 中国白酒行业进出口分析

一、进出口综述

二、进口分析

三、出口分析

四、进出口前景预测

第四节 中国白酒行业前景展望

一、白酒行业生命周期

二、白酒行业驱动因素

三、白酒行业发展前景

第二章 中国白酒市场品牌发展态势

第一节 中国白酒行业市场格局

一、行业竞争格局

二、企业竞争格局

三、行业整体竞争力

第二节 中国白酒行业品牌状况

一、市场品牌现状

二、市场品牌格局

三、市场品牌特点

四、市场品牌规模

五、品牌在市场中的份额占比

第三节 中国白酒行业消费者分析

一、消费群体

二、消费态度

三、消费能力

四、消费行为变化

五、消费需求趋向

六、对品牌的认知

七、品牌忠诚度

第四节 国外白酒行业品牌现状

一、国外白酒行业品牌现状

二、国外白酒行业品牌影响力

三、中外白酒行业品牌对比

第五节 中国白酒品牌国际化现状与对策分析

第三章 中国白酒市场品牌经营情况

第一节 中国白酒行业品牌产品情况

一、品牌定位

二、产品风味

1、浓香型

2、酱香型

3、清香型

4、兼香型

三、产品度数

四、地域分布

第二节 中国白酒行业品牌成本与利润情况

一、品牌成本分析

1、生产成本

2、人工成本

3、运营成本

4、其它成本

二、品牌利润分析

1、品牌价格情况

2、品牌利润情况

第三节 中国白酒行业电商渠道品牌情况

一、主要电商平台

二、销售规模

三、前十品牌

四、电商平台对品牌产品的意义

第四节 中国白酒行业线下品牌情况

一、主要销售点

二、销售规模

三、前十品牌

第四章 中国白酒行业低中高端各品牌市场现状

第一节 低端品牌市场分析

一、低端品牌市场定位

二、低端品牌产品风味

三、低端品牌市场现状

四、低端品牌市场价格

五、低端品牌产销规模

六、低端品牌格局分布

第二节 中端品牌市场分析

一、中端品牌市场定位

二、中端品牌产品风味

三、中端品牌市场现状

四、中端品牌市场价格

五、中端品牌产销规模

六、中端品牌格局分布

第三节 高端品牌市场分析

一、高端品牌市场定位

二、高端品牌产品风味

三、高端品牌市场现状

四、高端品牌市场价格

五、高端品牌产销规模

六、高端品牌格局分布

第五章 中国白酒行业市场品牌营销分析

第一节 品牌营销环境

一、互联网环境

二、电商环境

三、电视媒体环境

四、社区物业环境

第二节 品牌营销渠道与模式分析

一、营销渠道

- 1、渠道构成
- 2、销售贡献比率
- 3、覆盖率
- 4、销售渠道效果
- 5、价值流程结构
- 6、渠道建设方向

二、营销模式

- 1、全国总代理、总经销制
- 2、跨区域性的集团分销制
- 3、区域代理制
- 4、企业自建销售网络制
- 5、企业直销零售市场制
- 6、企业网络直销制
- 7、企业与电商合作制

三、白酒流通渠道特性分析

- 1、白酒流通周期性特征
- 2、白酒流通季节性特征
- 3、白酒流通区域性特征

第三节 品牌营销存在的问题

- 一、销售渠道存在的问题
- 二、营销方面存在的问题

三、品牌推广的营销策略

1、广告策略

2、公关策略

3、促销策略

4、终端策略

5、网络策略

6、店铺营销

第六章 中国白酒行业主要品牌分析

第一节 五粮液

一、所属企业

二、市场定位

三、市场价格

四、产销规模

五、产品风味

六、品牌形象

七、品牌价值

八、品牌忠诚度

第二节 茅台

一、所属企业

二、市场定位

三、市场价格

四、产销规模

五、产品风味

六、品牌形象

七、品牌价值

八、品牌忠诚度

第三节 国窖1573

一、所属企业

二、市场定位

三、市场价格

四、产销规模

五、产品风味

六、品牌形象

七、品牌价值

八、品牌忠诚度

第四节 郎酒

一、所属企业

二、市场定位

三、市场价格

四、产销规模

五、产品风味

六、品牌形象

七、品牌价值

八、品牌忠诚度

第五节 洋河yanghe

- 一、所属企业
- 二、市场定位
- 三、市场价格
- 四、产销规模
- 五、产品风味
- 六、品牌形象
- 七、品牌价值
- 八、品牌忠诚度

第六节 剑南春

- 一、所属企业
- 二、市场定位
- 三、市场价格
- 四、产销规模
- 五、产品风味
- 六、品牌形象
- 七、品牌价值
- 八、品牌忠诚度

第七节 汾酒

- 一、所属企业
- 二、市场定位
- 三、市场价格

四、产销规模

五、产品风味

六、品牌形象

七、品牌价值

八、品牌忠诚度

第八节 古井贡酒

一、所属企业

二、市场定位

三、市场价格

四、产销规模

五、产品风味

六、品牌形象

七、品牌价值

八、品牌忠诚度

第九节 水井坊

一、所属企业

二、市场定位

三、市场价格

四、产销规模

五、产品风味

六、品牌形象

七、品牌价值

八、品牌忠诚度

第十节 贵州习酒

一、所属企业

二、市场定位

三、市场价格

四、产销规模

五、产品风味

六、品牌形象

七、品牌价值

八、品牌忠诚度

第十一节 西凤酒

一、所属企业

二、市场定位

三、市场价格

四、产销规模

五、产品风味

六、品牌形象

七、品牌价值

八、品牌忠诚度

第十二节 泸州老窖

一、所属企业

二、市场定位

三、市场价格

四、产销规模

五、产品风味

六、品牌形象

七、品牌价值

八、品牌忠诚度

第七章 中国白酒行业品牌企业策略

第一节 中国白酒行业品牌的重要性

一、白酒行业品牌化趋势

二、白酒行业品牌的重要性

三、白酒实施品牌战略的意义

第二节 中国白酒行业品牌的机遇与挑战

一、品牌渗透加强的主要驱动因素

二、中国白酒行业品牌的机遇

三、中国白酒行业品牌的挑战

第三节 中国白酒行业品牌竞争能力的提升

一、品牌定位和管理能力

1、选准机会战场

2、明确品牌价值和风格定位

3、高效实现品牌传播

二、商品和供应链协同能力

图表目录

图表：国内经济形势

图表：国内政策规划

图表：中国人口结构

图表：中国消费升级

图表：中国居民支出

图表：中国白酒行业发展概况

图表：中国白酒行业市场规模

图表：中国白酒行业产销规模

图表：中国白酒行业进口分析

图表：中国白酒行业出口分析

图表：中国白酒行业进出口前景预测

图表：中国白酒行业市场品牌现状

图表：中国白酒行业市场品牌格局

图表：中国白酒行业市场品牌定位

图表：中国白酒行业品牌在市场中的份额占比

图表：中国白酒行业品牌消费群体

图表：中国白酒行业品牌消费态度

图表：中国白酒行业品牌消费能力

图表：中国白酒行业品牌消费行为变化

图表：中国白酒行业品牌消费需求趋向

图表：中国白酒行业消费者对品牌的认知

图表：中国白酒行业低端品牌产销规模

图表：中国白酒行业中端品牌产销规模

图表：中国白酒行业高端品牌产销规模

图表：中国白酒行业奢侈品牌产销规模

把握投资 决策经营！

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

报告编号：121202

本文地址：<https://www.51baogao.cn/sc/20190530/121202.shtml>

在线订购：[点击这里](#)