2026-2031年中国白酒行业发展趋势分析与投资战略咨询报告

报告简介

我国经济有所放缓，一定程度上影响了白酒的消费需求。近年来，政府一系列政策的出台，依法打击粗制滥造、存在质量隐患的劣质白酒产品，规范白酒行业的发展。未来随着经济的回暖，法律法规逼退中小白酒企业，有利于高端品牌白酒企业的发展。

消费基础方面。白酒作为我国独有的酒种，是我国传统的饮品之一，在中国具有悠久的历史地位和独特的文化底蕴，拥有广泛的消费群体和深厚的社会基础，是我国人民喜爱的含酒精饮料。经过历史的沉淀，我国已经形成了独特的白酒饮用文化，满足了人们喜怒哀乐的情感需要和人际关系调节的社会需要。消费升级方面。随着人们生活水平的不断提高，人们的消费观念逐步改变，消费不断升级。理性饮酒、健康饮酒的消费理念逐渐深入人心，在白酒消费的选择上，消费者的品牌意识逐步增强。因此，随着消费理念的升级，健康理性的饮酒方式将是中高档白酒发展的动力。

人口结构的改变导致社会需求结构的改变，白酒行业消费群体逐渐萎缩。随着社会经济发展，80、90后已成为主力消费群体。该消费群体的特点是：崇尚新科技，追求时尚，对新鲜事物感兴趣;他们凡事最重感觉，张扬个性，思维活跃。因此，对年轻一代的八零九零后来说，红酒、冰啤酒等都是上佳的选择，白酒在他们心中没有一个清晰的定位，他们对白酒也没有特别的消费偏好。在这样的背景下，白酒行业的消费群体有逐渐缩小的趋势不同价位白酒的推广模式和渠道营销要素不同要求企业在营销资源和营销模式的推广进行相应的配置;不同价位的产品的渠道和营销策略存在较大的差异，产品定位和营销模式能否匹配是衡量产品运作能否成功的关键指标。高端酒运作的核心要素是品牌力，次高端酒的核心要素是品牌力和营销能力，中高端酒的核心要素是核心终端的掌控和营销推广能力。

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、国家经济信息中心、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、多角度地对中国铝市

场进行了分析研究。报告在总结中国铝行业发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国铝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 产业环境透视

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、白酒技术发展历程 12

四、白酒工业发展分析 13

第三节 白酒行业市场特点 14

一、白酒的定位及特性 14

1、白酒的快消品特性 14

2、白酒物质及精神层面特性 15

二、白酒行业市场特点 15

三、白酒行业周期分析 18

四、白酒行业经营模式 20

第二章 中国白酒行业发展环境解析 38

第一节 中国宏观经济发展环境 38

一、中国gdp增长情况 38

二、工业经济发展形势 39

三、社会固定资产投资 41

四、社会消费品零售额 42

五、城乡居民收入消费 44

六、对外贸易发展形势 45

第二节 白酒行业政策环境分析 46

一、国内白酒行业管理体制 46

二、国内白酒行业产业政策 46

三、国内白酒行业法律法规 49

四、国内白酒行业许可情况 49

五、白酒重点政策影响解析 49

第三节 国内社会环境发展分析 61

一、中国人口发展环境分析 61

二、中国城镇化率发展情况 62

三、中国生态环境发展分析 62

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 91

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 97

3、物理化学的创新 98

4、酿造设备及控制的创新 98

5、美拉德反应 99

6、低度白酒技术创新 100

7、淡雅型白酒新风格 100

8、新工艺白酒 100

9、固液勾兑新工艺白酒应用 102

三、白酒生产工艺用应案例介绍 102

第三章 白酒行业国际市场发展分析 103

第一节 白酒国际市场发展概况 103

一、白酒国际市场消费情况 103

二、白酒国际市场品牌竞争情况 103

三、白酒国际市场发展面临的问题 105

1、高酒精浓度 105

2、标准不统一和技术壁垒 105

3、识别困难 105

4、审美、宣传与包装 105

四、促进白酒国际市场发展的建议 106

1、降低酒精度 106

2、改良包装 106

3、瞄准客户群 108

第二节 白酒主要国家和地区市场分析 109

一、俄罗斯白酒市场发展分析 109

1、白酒消费情况 109

2、白酒营销模式 109

3、消费者偏好 109

4、发展趋势及前景 110

二、美国白酒市场发展分析 110

1、白酒消费情况 110

2、白酒营销模式 110

3、消费者偏好 110

4、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、白酒营销模式 111

3、消费者偏好 111

4、发展趋势及前景 112

第三节 白酒国际市场发展目标 113

一、中东国家 113

二、非洲国家 113

三、东南亚国家 113

四、澳大利亚 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

二、中国白酒行业发展存在的问题及对策 116

三、中国白酒行业商业模式分析 119

第二节 白酒行业发展现状分析 121

一、中国白酒行业销售收入 121

二、中国白酒制造行业资产总计 122

三、中国白酒制造行业总产值 122

四、中国白酒行业利润总额 123

五、中国白酒消费市场规模 123

六、中国白酒线上销售额 124

七、中国白酒线上线下销售占比 124

第三节 中国白酒行业企业发展分析 124

一、白酒制造行业规模以上企业数量 124

二、白酒各品牌市场份额 125

三、不同档次白酒市场结构 126

四、白酒企业线上销量排名 126

第四节 2021-2026年中国白酒行业财务指标分析 126

一、行业盈利能力分析 126

二、行业营运能力分析 127

三、行业偿债能力分析 127

四、行业发展能力分析 128

第五节 中国白酒市场价格走势分析 129

一、白酒市场定价机制组成 129

二、白酒市场价格影响因素 130

三、2021-2026年白酒价格走势分析 132

四、2026-2031年白酒价格走势预测 133

第五章 中国白酒行业供需形势及进出口分析 135

第一节 中国白酒行业供需形势分析 135

一、中国白酒行业供给分析 135

1、中国白酒产量分析 135

2、中国白酒行业产能分析 135

3、重点企业产能占比分析 136

二、中国白酒行业需求分析 136

1、中国白酒总销量 136

2、中国白酒人均消费量 137

3、中国白酒需求结构分析 137

4、中国白酒行业应用市场需求分析 138

三、中国白酒行业供需平衡分析 139

第二节 白酒行业进出口市场分析 141

一、白酒行业进出口综述 141

1、中国白酒进出口的特点分析 141

2、中国白酒进出口地区分布状况 141

3、中国白酒进出口的贸易方式及经营企业分析 142

4、中国白酒进出口政策与国际化经营 142

二、白酒行业出口市场分析 143

1、白酒主要出口目的国分析 143

2、白酒出口总量及金额分析 143

三、白酒行业进口市场分析 144

1、白酒主要进口来源国 144

2、白酒进口总量及金额分析 144

第六章 白酒行业不同营销模式分析 145

第一节 宴会定制营销案例分析 145

一、宴会定制模式及特点 145

二、宴会定制典型案例分析 146

1、太白酒业 146

2、四特酒 146

三、宴会定制营销优势分析 146

四、宴会定制营销模式发展趋势 148

第二节 包装互动营销案例分析 148

一、包装互动模式及特点 148

二、包装互动典型案例分析 149

1、泸州老窖 149

2、红花郎 150

三、包装互动营销优势分析 151

四、包装互动营销模式发展趋势 151

第三节 电商造势营销案例分析 153

一、电商造势模式及特点 153

二、电商造势典型案例分析 154

1、洋河股份 154

2、茅台 154

三、电商造势营销优势分析 155

四、电商造势营销模式发展趋势 155

第四节 促销拉动营销案例分析 156

一、促销拉动模式及特点 156

二、促销拉动典型案例分析 158

1、剑南春 158

2、宝丰酒 158

三、促销拉动营销优势分析 159

四、促销拉动营销模式发展趋势 160

第五节 公益助推营销案例分析 160

一、公益助推模式及特点 160

二、公益助推典型案例分析 161

1、五粮特曲 161

2、百川商贸 162

三、公益助推营销优势分析 162

四、公益助推营销模式发展趋势 164

第六节 内容营销案例分析 164

一、内容营销模式及特点 164

二、内容营销典型案例分析 167

1、西凤酒 167

2、江小白 168

三、内容营销优势分析 169

四、内容营销模式发展趋势 170

第七节 社群营销案例分析 171

一、酒商社群营销模式分析 171

二、社群营销典型案例分析 172

1、茅台 172

2、39度五粮液 173

三、社群营销优势分析 174

四、社群营销模式发展趋势 174

第二部分 行业发展趋势

第七章 白酒情感营销策略发展分析 176

第一节 情感营销的概念及定义 176

一、情感营销的定义 176

二、情感营销的形成与发展过程 177

三、情感营销的意义 177

四、情感营销的方法 177

五、互联网与情感营销 179

第二节 白酒行业情感营销发展状况 179

一、白酒行业情感营销态势多元化 179

二、热销型白酒情感营销对比 181

三、白酒行业情感营销相关影响因素 183

第三节 白酒情感营销策略及保障措施 185

一、"互联网+情感营销"策略 185

1、网络营销 185

2、o2o模式+app 186

3、口碑营销 186

4、公益营销 187

5、商超营销 188

二、情感品牌策略 188

1、品牌建设 188

2、商标内涵 189

3、广告宣传 189

三、情感产品策略 189

1、情感产品的价值理念 189

2、定制白酒 190

3、情感包装 190

四、情感定价策略 191

1、顾客导向定价 191

2、竞争导向定价 191

五、顾客关怀策略 192

1、顾客意见反馈体系 192

2、顾客需求收集机制 192

3、顾客维护机制 193

六、情感营销实施保障计划 194

1、组织结构 194

2、制度与人才建设 194

3、“互联网+”计划 194

4、创新计划 195

第八章 白酒场景化营销发展分析 196

第一节 移动互联网时代白酒场景化营销发展概况 196

一、移动互联网时代对白酒营销的影响 196

二、移动互联网时代白酒场景营销现状 196

三、移动互联网时代白酒场景营销案例 197

1、泸州老窖——桃花醉酒 197

2、茅台——悠蜜蓝莓利口酒 198

第二节 白酒场景化营销的构建方法 199

一、产品命名场景化 199

二、产品包装场景化 199

三、终端布置场景化 200

四、推广设计场景化 200

第三节 白酒营销四大消费场景 201

一、酒店宴请消费场景 201

二、家庭餐饮消费场景 201

三、婚宴喜庆消费场景 201

四、个性化定制消费场景 202

第四节 白酒场景化营销的实施要点 202

一、发现痛点 202

二、创造场景 202

三、强化体验 203

四、创意场景 203

第九章 中国白酒行业市场经营策略分析 204

第一节 白酒行业资本运作模式解析 204

一、品牌战略驱动模式分析 204

二、流通渠道倍增模式分析 205

三、外资渗透模式分析 205

四、资本战略联盟优化模式 206

五、酒类零售连锁运作模式 207

六、产业链整合模式分析 207

七、产业空间集聚模式分析 207

第二节 白酒消费者心理分析 208

一、面子消费心理 208

二、情感消费心理 208

三、求奢消费心理 209

四、求时尚消费心理 209

五、求廉消费心理 209

六、求异消费心理 210

七、求健康消费心理 210

第三节 白酒行业市场策略 211

一、平等稳定的合作关系 211

二、全年方案确认制 211

三、环节利润倒扣制 211

四、预投机制 212

五、营销升级 212

第四节 白酒行业市场广告策略分析 213

一、白酒广告目标制定分析 213

二、白酒广告预算决策分析 214

三、白酒广告信息传递分析 216

四、白酒广告媒介决策分析 217

五、白酒广告效果评价分析 218

六、白酒广告投放策略分析 218

第五节 白酒地方强势品牌营销策略 221

一、经销商原则 221

二、特通渠道原则 221

三、核心区域合作经销商原则 222

四、强势商场和大型连锁超市直供原则 222

第六节 高端白酒经营策略分析 222

一、高端白酒市场细分策略 222

二、高端白酒市场创新策略 223

三、品牌定位与品类规划 224

四、高端白酒新产品差异化战略 225

第十章 白酒营销成功案例分析 226

第一节 江小白营销案例分析 226

一、产品定位分析 226

二、营销模式及策略分析 228

三、产品互动性分析 229

四、品牌塑造过程 230

五、消费场景设定分析 231

六、案例启示 231

第二节 五粮液营销案例分析 231

一、产品定位分析 231

二、营销模式及策略分析 233

三、产品互动性分析 234

四、品牌塑造过程 234

五、案例启示 235

第三节 茅台营销案例分析 235

一、产品定位分析 235

二、营销模式及策略分析 235

三、产品互动性分析 235

四、品牌塑造过程 236

五、案例启示 236

第四节 洋河营销案例分析 237

一、产品定位分析 237

二、营销模式及策略分析 237

三、产品互动性分析 238

四、品牌塑造过程 238

五、案例启示 239

第五节 汾酒营销案例分析 239

一、产品定位分析 239

二、营销模式及策略分析 239

三、产品包装分析 240

四、品牌塑造过程 240

五、案例启示 240

第六节 牛栏山营销案例分析 241

一、产品定位分析 241

二、营销模式及策略分析 241

三、产品包装分析 242

四、品牌塑造过程 242

五、案例启示 243

第十一章 白酒行业重点区域市场分析 244

第一节 北京市白酒市场分析 244

一、北京市白酒行业市场需求分析 244

1、北京市白酒行业销售收入分析 244

2、北京市白酒行业销售产品结构分析 244

二、北京市白酒行业市场竞争格局分析 245

三、北京市白酒行业消费集中度分析 245

四、北京市白酒行业发展前景预测 245

第二节 上海市白酒市场分析 246

一、上海市白酒行业市场需求分析 246

1、上海市白酒行业销售收入分析 246

2、上海市白酒行业销售产品结构分析 246

二、上海市白酒行业市场竞争格局分析 246

三、上海市白酒行业消费集中度分析 247

四、上海市白酒行业发展前景预测 247

第三节 广东省白酒市场分析 247

一、广东省白酒行业市场需求分析 247

1、广东省白酒行业销售收入分析 247

2、广东省白酒行业销售产品结构分析 247

二、广东省白酒行业市场竞争格局分析 248

三、广东省白酒行业消费集中度分析 249

四、广东省白酒行业发展前景预测 249

第四节 山东省白酒市场分析 250

一、山东省白酒行业市场需求分析 250

1、山东省白酒行业销售收入分析 250

2、山东省白酒行业销售产品结构分析 251

二、山东省白酒行业市场竞争格局分析 251

三、山东省白酒行业消费集中度分析 253

四、山东省白酒行业发展前景预测 253

第五节 四川省白酒市场分析 254

一、四川省白酒行业市场需求分析 254

1、四川省白酒行业销售收入分析 254

2、四川省白酒行业销售产品结构分析 254

二、四川省白酒行业市场竞争格局分析 254

三、四川省白酒行业消费集中度分析 256

四、四川省白酒行业发展前景预测 257

第六节 贵州省白酒市场分析 257

一、贵州省白酒行业市场需求分析 257

1、贵州省白酒行业销售收入分析 257

2、贵州省白酒行业销售产品结构分析 257

二、贵州省白酒行业市场竞争格局分析 258

三、贵州省白酒行业消费集中度分析 259

四、贵州省白酒行业发展前景预测 259

第七节 江苏省白酒市场分析 260

一、江苏省白酒行业市场需求分析 260

1、江苏省白酒行业销售收入分析 260

2、江苏省白酒行业销售产品结构分析 260

二、江苏省白酒行业市场竞争格局分析 260

三、江苏省白酒行业消费集中度分析 263

四、江苏省白酒行业发展前景预测 264

第八节 浙江省白酒市场分析 266

一、浙江省白酒行业市场需求分析 266

1、浙江省白酒行业销售收入分析 266

2、浙江省白酒行业销售产品结构分析 266

二、浙江省白酒行业市场竞争格局分析 266

三、浙江省白酒行业消费集中度分析 267

四、浙江省白酒行业发展前景预测 267

第九节 湖北省白酒市场分析 267

一、湖北省白酒行业市场需求分析 267

1、湖北省白酒行业销售收入分析 267

2、湖北省白酒行业销售产品结构分析 268

二、湖北省白酒行业市场竞争格局分析 268

三、湖北省白酒行业消费集中度分析 269

四、湖北省白酒行业发展前景预测 270

第十节 福建省白酒市场分析 272

一、福建省白酒行业市场需求分析 272

1、福建省白酒行业销售收入分析 272

2、福建省白酒行业销售产品结构分析 272

二、福建省白酒行业市场竞争格局分析 272

三、福建省白酒行业消费集中度分析 273

四、福建省白酒行业发展前景预测 273

第十二章 2026-2031年白酒行业竞争形势及策略 275

第一节 行业总体市场竞争状况分析 275

一、白酒行业竞争结构分析 275

1、现有企业间竞争 275

2、潜在进入者分析 276

3、替代品威胁分析 276

4、供应商议价能力 276

5、客户议价能力 276

二、白酒行业swot分析 277

1、白酒行业优势分析 277

2、白酒行业劣势分析 277

3、白酒行业机会分析 277

4、白酒行业威胁分析 277

第二节 白酒行业竞争格局分析 278

一、产品竞争格局 278

二、企业竞争格局 279

三、品牌竞争格局 280

第三节 白酒行业集中度分析 281

一、市场集中度分析 281

二、企业集中度分析 281

三、区域集中度分析 282

第四节 中国白酒行业竞争力分析 282

一、中国白酒行业竞争力剖析 282

二、中国白酒企业市场竞争的优势 283

三、国内白酒企业竞争能力提升途径 283

第十三章 白酒行业领先企业经营形势分析 285

第一节 中国白酒企业总体发展状况分析 285

一、白酒企业主要类型 285

二、白酒企业资本运作分析 285

三、白酒企业创新及品牌建设 285

四、2021-2026年白酒行业企业排名分析 290

第二节 中国高端白酒领先企业分析 291

一、中国贵州茅台酒厂(集团)有限责任公司 291

1、企业发展概况分析 291

2、企业营销渠道及分布 291

3、企业产品结构分析 292

4、企业经营情况分析 292

5、企业营销模式分析 293

6、企业产品出口情况 293

7、企业竞争优势分析 293

8、企业最新发展动态 293

二、宜宾五粮液股份有限公司 293

1、企业发展概况分析 293

2、企业营销渠道及分布 294

3、企业产品结构分析 294

4、企业经营情况分析 294

5、企业营销模式分析 294

6、企业产品出口情况 295

7、企业竞争优势分析 295

8、企业最新发展动态 296

三、江苏洋河酒厂股份有限公司 297

1、企业发展概况分析 297

2、企业营销渠道及分布 297

3、企业产品结构分析 297

4、企业经营情况分析 297

5、企业营销模式分析 298

6、企业产品出口情况 298

7、企业竞争优势分析 298

8、企业最新发展动态 299

四、泸州老窖股份有限公司 300

1、企业发展概况分析 300

2、企业营销渠道及分布 300

3、企业产品结构分析 300

4、企业经营情况分析 302

5、企业营销模式分析 303

6、企业产品出口情况 303

7、企业竞争优势分析 303

8、企业最新发展动态 305

五、四川郎酒集团有限责任公司 307

1、企业发展概况分析 307

2、企业营销渠道及分布 307

3、企业产品结构分析 308

4、企业经营情况分析 308

5、企业营销模式分析 308

6、企业品牌建设情况 308

7、企业竞争优势分析 309

8、企业最新发展动态 309

六、陕西西凤酒股份有限公司 309

1、企业发展概况分析 309

2、企业营销渠道及分布 310

3、企业产品结构分析 311

4、企业经营情况分析 311

5、企业营销模式分析 311

6、企业品牌建设情况 312

7、企业竞争优势分析 312

8、企业最新发展动态 313

七、湖北稻花香酒业股份有限公司 314

1、企业发展概况分析 314

2、企业营销渠道及分布 314

3、企业产品结构分析 315

4、企业经营情况分析 315

5、企业营销模式分析 315

6、企业品牌建设情况 318

7、企业竞争优势分析 319

8、企业最新发展动态 319

八、安徽古井贡酒股份有限公司 322

1、企业发展概况分析 322

2、企业营销渠道及分布 322

3、企业产品结构分析 322

4、企业经营情况分析 323

5、企业营销模式分析 323

6、企业品牌建设情况 323

7、企业竞争优势分析 324

8、企业最新发展动态 325

九、湖北枝江酒业股份有限公司 325

1、企业发展概况分析 325

2、企业营销渠道及分布 325

3、企业产品结构分析 326

4、企业经营情况分析 327

5、企业营销模式分析 327

6、企业品牌建设情况 328

7、企业竞争优势分析 328

8、企业最新发展动态 328

十、山西杏花村汾酒集团有限责任公司 329

1、企业发展概况分析 329

2、企业营销渠道及分布 329

3、企业产品结构分析 329

4、企业经营情况分析 329

5、企业营销模式分析 329

6、企业品牌建设情况 330

7、企业竞争优势分析 330

8、企业最新发展动态 331

十一、湖南浏阳河酒业发展有限公司 331

1、企业发展概况分析 331

2、企业营销渠道及分布 331

3、企业产品结构分析 332

4、企业经营情况分析 332

5、企业营销模式分析 332

6、企业品牌建设情况 332

7、企业竞争优势分析 332

8、企业最新发展动态 333

十二、重庆诗仙太白酒业(集团)有限公司 333

1、企业发展概况分析 333

2、企业营销渠道及分布 334

3、企业产品结构分析 334

4、企业经营情况分析 334

5、企业营销模式分析 335

6、企业品牌建设情况 335

7、企业竞争优势分析 336

8、企业最新发展动态 336

十三、四川剑南春(集团)有限责任公司 337

1、企业发展概况分析 337

2、企业营销渠道及分布 340

3、企业产品结构分析 340

4、企业经营情况分析 341

5、企业营销模式分析 341

6、企业品牌建设情况 341

7、企业竞争优势分析 341

8、企业最新发展动态 342

十四、四川水井坊股份有限公司 342

1、企业发展概况分析 342

2、企业营销渠道及分布 343

3、企业产品结构分析 343

4、企业经营情况分析 344

5、企业营销模式分析 344

6、企业品牌建设情况 344

7、企业竞争优势分析 345

8、企业最新发展动态 346

十五、四川省绵阳市丰谷酒业有限责任公司 347

1、企业发展概况分析 347

2、企业营销渠道及分布 347

3、企业产品结构分析 347

4、企业经营情况分析 347

5、企业营销模式分析 348

6、企业品牌建设情况 348

7、企业竞争优势分析 348

8、企业最新发展动态 349

十六、湖北白云边酒业股份有限公司 349

1、企业发展概况分析 349

2、企业营销渠道及分布 349

3、企业产品结构分析 349

4、企业经营情况分析 350

5、企业营销模式分析 350

6、企业品牌建设情况 351

7、企业竞争优势分析 351

8、企业最新发展动态 352

十七、安徽金种子酒业股份有限公司 352

1、企业发展概况分析 352

2、企业营销渠道及分布 352

3、企业产品结构分析 353

4、企业经营情况分析 353

5、企业营销模式分析 353

6、企业品牌建设情况 353

7、企业竞争优势分析 354

8、企业最新发展动态 355

十八、新疆伊力特实业股份有限公司 355

1、企业发展概况分析 355

2、企业营销渠道及分布 356

3、企业产品结构分析 356

4、企业经营情况分析 356

5、企业营销模式分析 357

6、企业品牌建设情况 357

7、企业竞争优势分析 357

8、企业最新发展动态 357

十九、古贝春集团有限公司 358

1、企业发展概况分析 358

2、企业营销渠道及分布 358

3、企业产品结构分析 358

4、企业经营情况分析 359

5、企业营销模式分析 359

6、企业品牌建设情况 359

7、企业竞争优势分析 359

8、企业最新发展动态 360

二十、四特酒有限责任公司 361

1、企业发展概况分析 361

2、企业营销渠道及分布 362

3、企业产品结构分析 362

4、企业经营情况分析 362

5、企业营销模式分析 362

6、企业品牌建设情况 362

7、企业竞争优势分析 362

8、企业最新发展动态 364

二十一、河南省张弓酒业有限公司 365

1、企业发展概况分析 365

2、企业营销渠道及分布 365

3、企业产品结构分析 365

4、企业经营情况分析 366

5、企业营销模式分析 366

6、企业品牌建设情况 366

7、企业竞争优势分析 366

8、企业最新发展动态 366

二十二、河南省宋河酒业股份有限公司 367

1、企业发展概况分析 367

2、企业营销渠道及分布 367

3、企业产品结构分析 367

4、企业经营情况分析 367

5、企业营销模式分析 368

6、企业品牌建设情况 368

7、企业竞争优势分析 368

8、企业最新发展动态 369

二十三、泰山酒业集团股份有限公司 369

1、企业发展概况分析 369

2、企业营销渠道及分布 369

3、企业产品结构分析 370

4、企业经营情况分析 370

5、企业营销模式分析 371

6、企业品牌建设情况 371

7、企业竞争优势分析 372

8、企业最新发展动态 372

二十四、承德乾隆醉酒业有限责任公司 372

1、企业发展概况分析 372

2、企业营销渠道及分布 372

3、企业产品结构分析 373

4、企业经营情况分析 373

5、企业营销模式分析 373

6、企业品牌建设情况 373

7、企业竞争优势分析 373

8、企业最新发展动态 374

二十五、内蒙古河套酒业集团股份有限公司 374

1、企业发展概况分析 374

2、企业营销渠道及分布 375

3、企业产品结构分析 375

4、企业经营情况分析 375

5、企业营销模式分析 376

6、企业品牌建设情况 376

7、企业竞争优势分析 376

8、企业最新发展动态 376

二十六、酒鬼酒股份有限公司 377

1、企业发展概况分析 377

2、企业营销渠道及分布 377

3、企业产品结构分析 378

4、企业经营情况分析 378

5、企业营销模式分析 378

6、企业品牌建设情况 378

7、企业竞争优势分析 379

8、企业最新发展动态 380

二十七、安徽口子酒业股份有限公司 380

1、企业发展概况分析 380

2、企业营销渠道及分布 380

3、企业产品结构分析 381

4、企业经营情况分析 381

5、企业营销模式分析 381

6、企业品牌建设情况 381

7、企业竞争优势分析 382

8、企业最新发展动态 383

二十八、山东扳倒井股份有限公司 384

1、企业发展概况分析 384

2、企业营销渠道及分布 385

3、企业产品结构分析 385

4、企业经营情况分析 385

5、企业营销模式分析 385

6、企业品牌建设情况 386

7、企业竞争优势分析 386

8、企业最新发展动态 387

二十九、北京红星股份有限公司 387

1、企业发展概况分析 387

2、企业营销渠道及分布 387

3、企业产品结构分析 388

4、企业经营情况分析 388

5、企业营销模式分析 389

6、企业品牌建设情况 389

7、企业竞争优势分析 389

8、企业最新发展动态 389

三十、河北衡水老白干酒业股份有限公司 390

1、企业发展概况分析 390

2、企业营销渠道及分布 390

3、企业产品结构分析 390

4、企业经营情况分析 390

5、企业营销模式分析 391

6、企业品牌建设情况 391

7、企业竞争优势分析 391

8、企业最新发展动态 393

第十四章 2026-2031年白酒行业前景及趋势预测 395

第一节 2026-2031年白酒市场发展前景 395

一、2026-2031年白酒市场发展潜力 395

二、2026-2031年白酒市场发展前景展望 395

三、2026-2031年白酒细分行业发展前景分析 395

第二节 2026-2031年白酒行业发展影响因素分析 396

一、行业发展的有利因素 396

1、宏观经济 396

2、消费基础 396

3、消费升级 397

二、行业发展的不利因素 397

第三节 2026-2031年白酒市场发展趋势预测 397

一、2026-2031年白酒行业发展趋势 397

1、技术发展趋势分析 397

2、产品发展趋势分析 398

3、产品应用趋势分析 399

二、2026-2031年白酒市场规模预测 399

1、白酒行业市场容量预测 399

2、白酒行业销售收入预测 399

三、2026-2031年白酒行业应用趋势预测 400

四、2026-2031年细分市场发展趋势预测 400

第四节 2026-2031年中国白酒行业供需预测 401

一、2026-2031年中国白酒企业数量预测 401

二、2026-2031年中国白酒行业产量预测 401

三、2026-2031年中国白酒市场销量预测 402

四、2026-2031年中国白酒行业需求预测 402

五、2026-2031年中国白酒行业供需平衡预测 402

第十五章 2026-2031年白酒行业投资及风险 403

第一节 白酒行业投资特性分析 403

一、白酒行业进入壁垒分析 403

二、白酒行业盈利因素分析 405

三、白酒行业盈利模式分析 408

第二节 白酒行业投融资情况 411

一、行业资金渠道分析 411

二、固定资产投资分析 412

三、兼并重组情况分析 413

四、白酒行业投资现状分析 414

第三节 2026-2031年白酒行业投资机会 414

一、产业链投资机会 414

二、细分市场投资机会 414

三、重点区域投资机会 415

四、白酒行业投资机遇 415

第四节 2026-2031年白酒行业投资风险及防范 416

一、政策风险及防范 416

二、技术风险及防范 416

三、供求风险及防范 416

四、宏观经济波动风险及防范 417

五、关联产业风险及防范 417

六、产品结构风险及防范 417

七、其他风险及防范 417

第五节 中国白酒行业投资建议 418

一、白酒行业未来发展方向 418

二、白酒行业主要投资建议 418

三、中国白酒企业融资分析 419

第六节 2026-2031年白酒行业融资策略分析 423

一、融资环境 423

二、融资特点 423

三、融资渠道 423

四、融资建议 428

第七节 白酒行业投资战略研究 428

一、2021-2026年白酒企业投资战略 428

二、2026-2031年白酒行业投资战略 428

三、2026-2031年细分行业投资战略 430

第十六章 白酒行业营销模式变化及产品策略分析 433

第一节 白酒营销模式发展变化 433

一、市场进一步细分 433

二、品牌内涵提升 434

三、产品不断创新 434

四、渠道嫁接 435

第二节 白酒企业的微信营销模式 435

一、口碑营销 435

二、互动营销 435

三、定制营销 436

第三节 白酒产品营销策略 436

一、产品策略 436

1、调整产品结构，突出大众特色 436

2、适时推陈出新，做好新老交替 436

3、合理划分产品档次，保持品牌定位协调 437

4、重视新品开发，科学稳健推广 437

二、价格策略 437

1、巧妙运用心理定价策略 437

2、缩小中高档产品之间的价格空档 438

3、制定合理的价格体系 438

三、渠道策略 438

1、分销渠道应与产品价格有机统一 438

2、加强销售价格指导和管控，减少各地经销策略差异 439

3、严格执行既定的渠道政策，加强厂商协作 439

4、线上线下并重，健全完善分销网络 439

四、促销策略 440

1、广告策略的制定 440

2、销售促进策略的制定 441

3、人员推销策略的制定 442

4、公共关系策略的制定 443

第四节 白酒营销渠道模式及优化作用机制分析 443

一、白酒营销渠道模式构成要素 443

1、白酒营销渠道成员组织组成分析 443

2、白酒营销渠道结构 444

3、准确认识白酒营销渠道成员组织之间的关系 447

二、全面分析白酒营销渠道模式优化的外部作用机制 447

1、立足政治法律角度对白酒营销渠道模式优化的分析 447

2、白酒营销渠道模式优化受制于经济因素 447

3、社会文化因对白酒营销渠道模式优化产生影响 448

4、信息技术飞速发展对白酒营销渠道模式优化产生影响 448

三、系统介绍白酒营销渠道模式优化内部作用机制 449

1、白酒营销渠道动力机制需要与时俱进 449

2、对白酒营销渠道权力机制变革的分析 449

3、新时期白酒营销渠道信息机制的变革 449

四、对白酒行业营销渠道模式发展趋势的探讨 450

1、营销渠道模式更加区域扁平化的模式 450

2、关系型的白酒营销渠道模式彰显优势 450

3、白酒营销渠道模式凸显多元化特征 451

第十七章 研究结论及投资建议 452

第一节 白酒行业研究结论及建议 452

第二节 白酒子行业研究结论及建议 452

第三节 白酒行业投资建议 452

一、行业发展策略建议 452

二、行业投资方向建议 461

三、行业投资方式建议 463

图表目录

图表：消费品企业产品、渠道和品牌竞争三要素 22

图表：白酒行业特点总结 23

图表：渠道变迁示意图 24

图表：渠道生命力表现 25

图表：白酒渠道本质 26

图表：不同酒类渠道结构对比 26

图表：白酒渠道创新历程 27

图表：不同价格产品市场运作模式对比 28

图表：部分白酒公司经营模式对比 28

图表：2021-2026年 gdp初步核算数据 38

图表：gdp同比增长速度 38

图表：gdp环比增长速度 39

图表：固定资产投资同比增速 41

图表：社会消费品零售总额分月同比增长速度 43

图表：2021-2026年全国居民人均可支配收入平均数与中位数 44

图表：2021-2026年全国居民人均消费支出及构成 45

图表：白酒行业相关标准 46

图表：2021-2026年末人口数及其构成 61

图表：2021-2026年城镇新增就业人数 62

图表：2021-2026年城镇化率 62

图表：2021-2026年清洁能源消费量占能源消费总量的比重 63

图表：白酒行业营销模式演变过程 119

图表：白酒渠道创新历程 120

图表：2021-2026年中国规模以上白酒企业销售收入 121

图表：2021-2026年中国规模以上白酒行业资产总计 122

图表：2021-2026年中国规模以上白酒企业总产值 122

图表：2021-2026年中国规模以上白酒企业利润总额 123

图表：2021-2026年中国规模以上白酒企业市场规模 123

图表：2021-2026年中国规模以上白酒企业线上销售额 124

图表：2021-2026年中国规模以上白酒企业数量 124

图表：2021-2026年白酒行业各品牌市场份额 125

图表：2021-2026年白酒市场不同档次市场结构 126

图表：2021-2026年白酒行业重点企业白酒销量占比 126

图表：2021-2026年白酒行业平均毛利率情况 127

图表：2021-2026年白酒行业总资产周转率情况 127

图表：2021-2026年白酒行业流动比率 128

图表：2021-2026年白酒行业营收增长率情况 128

图表：2026-2031年白酒平均价格趋势预测 134

图表：2021-2026年白酒行业产量 135

图表：2021-2026年重点白酒企业产量占比 136

图表：2021-2026年全国规模以上白酒企业总销量 136

图表：白酒进出口税率 142

图表：2021-2026年中国白酒出口地区数据 143

图表：2021-2026年白酒出口量及金额 143

图表：2021-2026年中国白酒进口国家数据 144

图表：2021-2026年白酒进口量及金额 144

图表：安徽市场部分白酒企业品牌形象分析 182

图表：2021-2026年北京市白酒销售收入 244

图表：2021-2026年北京白酒行业产品结构占比 244

图表：2021-2026年上海市白酒销售收入 246

图表：2021-2026年上海白酒行业产品结构占比 246

图表：2021-2026年广东白酒行业产品结构占比 247

图表：2021-2026年山东省白酒行业产品结构占比 251

图表：2021-2026年四川省白酒产品结构占比 254

图表：2021-2026年贵州省白酒行业产品结构占比 257

图表：2021-2026年江苏省白酒行业产品结构占比 260

图表：2021-2026年浙江省白酒行业产品结构占比 266

图表：2021-2026年湖北省白酒行业产品结构占比 268

图表：2021-2026年福建省白酒行业产品结构占比 272

图表：2021-2026年我国白酒行业企业集中度 281

图表：中国贵州茅台酒厂(集团)有限责任公司分销渠道层次 291

图表：2021-2026年贵州茅台产品结构分析 292

图表：2021-2026年经营情况 294

图表：重庆诗仙太白酒业(集团)有限公司主要产品 334

图表：剑南春集团有限责任公司营销网络分布 340

图表：泰山酒业集团股份有限公司营销布局 369

图表：酒鬼酒股份有限公司组织架构 377

图表：2026-2031年白酒市场容量预测 399

图表：2026-2031年白酒市场销售收入预测 399

图表：2026-2031年中国白酒行业规模以上企业数量 401

图表：2026-2031年中国白酒行业产量预测 401

图表：2026-2031年中国白酒行业销量预测 402

图表：2026-2031年中国白酒行业需求预测 402

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：121905

本文地址：https://www.51baogao.cn/sc/20190603/121905.shtml

在线订购：点击这里