

酱香型白酒市场现状调查及供需格局分析预测报告(2024-2029版)

报告简介

酱香型亦称茅香型，以茅台、蜚声中外的美酒为代表，属大曲酒类。其酱香突出，幽雅细致，酒体醇厚，回味悠长，清澈透明，色泽微黄。

以酱香为主，略有焦香(但不能出头)，香味细腻、复杂、柔顺含泸(泸香)不突出，酯香柔雅协调，先酯后酱，酱香悠长，杯中香气经久不变，空杯留香经久不散(茅台酒有“扣杯隔日香”的说法)，味大于香，苦度适中，酒度低而不变。酱香型白酒的标准评语是：无色(或微黄)透明，无悬浮物，无沉淀，酱香突出、幽雅细腻，空杯留香幽雅持久，入口柔绵醇厚，回味悠长，风格(突出、明显、尚可)。

随着酱香型白酒行业竞争的不断加剧，国内优秀的行业企业愈来愈重视对市场研究，特别是对企业发展环境和客户需求趋势变化的深入研究。正因为如此，一大批国内优秀的行业企业迅速崛起，逐渐成为行业中的翘楚!

酱香型白酒行业的上游行业主要是包装材料行业、粮食种植业等;下游行业是白酒批发与零售业，主要包括经销商、酒店、商超、专卖店、电子商务平台等。白酒行业的最终下游为白酒消费者。从量上来说，综合国内几大酱香型白酒企业的目标规划，在“十三五”中国酱香型白酒冲刺千亿目标的希望还是很大的。按照中国酒业协会“十三五”规划的7800亿元产值来计算，如果酱香型白酒企业可以在规定的时间内达成规划目标，整个酱香型白酒板块占比到12%--15%相对来说比较客观。

本报告利用中道泰和长期对酱香型白酒行业市场跟踪搜集的一手市场数据，应用先进的科学分析模型，全面而准确地为您从行业的整体高度来架构分析体系。报告结合酱香型白酒行业的背景，深入而客观地剖析了中国酱香型白酒行业的发展现状、发展规模和竞争格局;分析了行业当前的市场环境、行业竞争格局、产品的市场需求特征、行业领先企业的经营情况、行业未来的发展趋势与前景;同时，佐之以全行业近5年来全面详实的一手连续性市场数据，让您全面、准确地把握整个行业的市场走向和发展趋势。

本报告最大的特点就是前瞻性和适时性。报告根据酱香型白酒行业的发展轨迹及多年的实践经验，对行业未来的发展趋势做出审慎分析与预测，是酱香型白酒行业企业、科研单位、销售企业、投资企业准确了解行业当前最新发展动态，把握市场机会，做出正确经营决策和明确企业发展方向不可多得的精品，也是业内第一份对行业上下游产业链以及行业重点企业进行全面系统分析的重量级报告。

本报告将帮助酱香型白酒行业企业、科研单位、销售企业、投资企业准确了解行业当前最新发展动向，及早发现行业市场的空白点，机会点，增长点和盈利点等，前瞻性的把握行业未被满足的市场需求和趋势，形成企业良好的可持续发展优势，有效规避行业投资风险，更有效率地巩固或者拓展相应的战略性目标市场，牢牢把握行业竞争的主动权。

报告目录

第一部分 行业环境透视

第一章 酱香型白酒行业发展概述	1
第一节 酱香型白酒的概念	1
一、酱香型白酒的界定	1
二、酱香型白酒的特点	1
第二节 酱香型白酒行业发展成熟度	2
一、酱香型白酒行业发展周期分析	2
二、酱香型白酒行业中外市场成熟度对比	2
第三节 酱香型白酒行业产业链分析	3
一、酱香型白酒行业上游原料供应市场分析	3
二、酱香型白酒行业下游产品需求市场状况	4
第二章 2019-2023年中国酱香型白酒行业运行环境分析	6
第一节 2019-2023年中国宏观经济环境分析	6
第二节 2019-2023年中国酱香型白酒行业发展政策环境分析	9
一、国内宏观政策发展建议	9
1、继续实施积极的财政政策，加大结构调整力度	9
2、采取组合调控措施，确保物价水平稳定	11
二、酱香型白酒行业政策分析	11
三、相关行业政策影响分析	12
第三节 2019-2023年中国酱香型白酒行业发展社会环境分析	12
第四节 国内酱香型白酒低度酒主要品类	15
一、38度酱香型白酒	15
二、42度酱香型白酒	16
三、43度酱香型白酒	17
第五节 国内酱香型白酒低度酒发展逻辑	18

一、迎合消费者多元化白酒消费需求	18
二、公司产品差异化竞争策略	18
第六节 国内酱香型白酒低度酒市场表现	19
第七节 国内低度酒消费者调研	19
一、消费场景	19
二、消费频次	20
三、消费渠道	20
四、消费动机	21
五、品牌偏好	22
六、平均消费价格	22
第二部分 行业市场现状	
第三章 2019-2023年中国酱香型白酒行业市场发展分析	23
第一节 酱香型白酒行业市场发展现状	23
一、市场发展概况	23
二、发展热点回顾	23
三、市场存在问题及策略分析	34
第二节 酱香型白酒行业技术发展	35
一、技术特征现状分析	35
二、新技术研发及应用动态	36
三、技术发展趋势	38
第三节 中国酱香型白酒行业消费市场分析	39
一、消费特征分析	39
二、消费需求趋势	40
三、品牌市场消费结构	40

第四节 酱香型白酒行业产销数据统计分析	41
一、整体市场规模	41
二、区域市场数据统计情况	41
第五节 2024-2029年酱香型白酒行业市场发展趋势	41
第四章 中国酱香型白酒行业供给情况及趋势	42
第一节 2019-2023年中国酱香型白酒行业市场供给分析	42
一、酱香型白酒整体供给情况分析	42
二、酱香型白酒重点区域供给分析	44
第二节 酱香型白酒行业供给关系因素分析	44
一、需求变化因素	44
二、厂商产能因素	45
三、原料供给状况	45
四、技术水平提高	45
五、政策变动因素	46
第三节 2024-2029年中国酱香型白酒行业市场供给趋势	46
一、酱香型白酒整体供给情况趋势分析	46
二、酱香型白酒重点区域供给趋势分析	46
三、影响未来酱香型白酒供给的因素分析	46
第五章 酱香型白酒行业产品价格分析	48
第一节 中国酱香型白酒行业产品历年价格回顾	48
第二节 中国酱香型白酒行业产品当前市场价格	48
一、产品当前价格分析	48
二、产品未来价格预测	49
第三节 中国酱香型白酒行业产品价格影响因素分析	49

- 一、全球经济形式及影响 49
- 二、人民币汇率变化影响 50
- 三、其它 50
- 第六章 酱香型白酒主要上下游产品分析 51
 - 第一节 酱香型白酒上下游分析 51
 - 一、与行业上下游之间的关联性 51
 - 二、上游原材料供应形势分析 51
 - 三、下游产品解析 51
 - 第二节 酱香型白酒行业产业链分析 52
 - 一、行业上游影响及风险分析 52
 - 二、行业下游风险分析及提示 52
 - 三、关联行业风险分析及提示 52
- 第七章 2019-2023年中国酱香型白酒行业渠道分析及策略 54
 - 第一节 酱香型白酒行业渠道分析 54
 - 一、渠道形式 54
 - 二、各类渠道对酱香型白酒行业的影响 54
 - 三、主要酱香型白酒企业渠道策略研究 55
 - 第二节 酱香型白酒行业用户分析 56
 - 一、用户认知程度分析 56
 - 二、用户需求特点分析 56
 - 三、用户购买途径分析 56
 - 第三节 酱香型白酒行业营销策略分析 58
 - 一、中国酱香型白酒营销概况 58
 - 二、酱香型白酒营销策略探讨 58

- 三、酱香型白酒营销发展趋势 59
- 第八章 2019-2023年中国酱香型白酒行业主要指标监测分析 60
 - 第一节 2019-2023年中国酱香型白酒产业工业总产值分析 60
 - 一、2019-2023年中国酱香型白酒产业工业总产值分析 60
 - 二、不同规模企业工业总产值分析 60
 - 三、不同所有制企业工业总产值比较 61
 - 第二节 2019-2023年中国酱香型白酒产业主营业务收入分析 61
 - 一、2019-2023年中国酱香型白酒产业主营业务收入分析 61
 - 二、不同规模企业主营业务收入分析 62
 - 三、不同所有制企业主营业务收入比较 63
 - 第三节 2019-2023年中国酱香型白酒产业产品成本费用分析 63
 - 一、2019-2023年中国酱香型白酒产业销售成本分析 63
 - 二、不同规模企业销售成本比较分析 64
 - 三、不同所有制企业销售成本比较分析 64
 - 第四节 2019-2023年中国酱香型白酒产业利润总额分析 65
 - 一、2019-2023年中国酱香型白酒产业利润总额分析 65
 - 二、不同规模企业利润总额比较分析 65
 - 三、不同所有制企业利润总额比较分析 66
 - 第五节 2019-2023年中国酱香型白酒产业资产负债分析 66
 - 一、2019-2023年中国酱香型白酒产业资产负债分析 66
 - 二、不同规模企业资产负债比较分析 67
 - 三、不同所有制企业资产负债比较分析 68
 - 第六节 2019-2023年中国酱香型白酒行业财务指标分析 68
 - 一、行业盈利能力分析 68

- 二、行业偿债能力分析 69
- 三、行业营运能力分析 69
- 四、行业发展能力分析 69
- 第九章 中国酱香型白酒行业区域市场分析 71
 - 第一节 华北地区酱香型白酒行业分析 71
 - 一、2019-2023年行业发展现状分析 71
 - 二、2019-2023年市场规模情况分析 72
 - 三、2024-2029年市场需求情况分析 72
 - 四、2024-2029年行业发展前景预测 73
 - 五、2024-2029年行业投资风险预测 73
 - 第二节 东北地区酱香型白酒行业分析 73
 - 一、2019-2023年行业发展现状分析 73
 - 二、2019-2023年市场规模情况分析 75
 - 三、2024-2029年市场需求情况分析 75
 - 四、2024-2029年行业发展前景预测 75
 - 五、2024-2029年行业投资风险预测 76
 - 第三节 华东地区酱香型白酒行业分析 76
 - 一、2019-2023年行业发展现状分析 76
 - 二、2019-2023年市场规模情况分析 78
 - 三、2024-2029年市场需求情况分析 78
 - 四、2024-2029年行业发展前景预测 78
 - 五、2024-2029年行业投资风险预测 78
 - 第四节 华南地区酱香型白酒行业分析 79
 - 一、2019-2023年行业发展现状分析 79

二、2019-2023年市场规模情况分析	80
三、2024-2029年市场需求情况分析	80
四、2024-2029年行业发展前景预测	80
五、2024-2029年行业投资风险预测	80
第五节 华中地区酱香型白酒行业分析	81
一、2019-2023年行业发展现状分析	81
二、2019-2023年市场规模情况分析	82
三、2024-2029年市场需求情况分析	82
四、2024-2029年行业发展前景预测	82
五、2024-2029年行业投资风险预测	83
第六节 西南地区酱香型白酒行业分析	83
一、2019-2023年行业发展现状分析	83
二、2019-2023年市场规模情况分析	84
三、2024-2029年市场需求情况分析	84
四、2024-2029年行业发展前景预测	84
五、2024-2029年行业投资风险预测	85
第七节 西北地区酱香型白酒行业分析	85
一、2019-2023年行业发展现状分析	85
二、2019-2023年市场规模情况分析	86
三、2024-2029年市场需求情况分析	86
四、2024-2029年行业发展前景预测	86
五、2024-2029年行业投资风险预测	87
第三部分 行业竞争现状	
第十章 公司对酱香型白酒行业竞争格局分析	88

第一节 行业竞争结构分析	88
一、现有企业间竞争	88
二、潜在进入者分析	89
三、替代品威胁分析	89
四、供应商议价能力分析	89
五、客户议价能力分析	89
第二节 行业集中度分析	90
一、市场集中度分析	90
二、企业集中度分析	90
三、区域集中度分析	90
第三节 行业国际竞争力比较	91
一、生产要素	91
二、需求条件	91
三、支援与相关产业	91
四、企业战略、结构与竞争状态	92
五、政府的作用	92
第四节 2019-2023年酱香型白酒行业竞争格局分析	92
一、2019-2023年国内外酱香型白酒竞争分析	92
二、2019-2023年我国酱香型白酒市场竞争分析	93
三、2024-2029年国内主要酱香型白酒企业动向	94
第十一章 酱香型白酒企业竞争策略分析	95
第一节 酱香型白酒市场竞争策略分析	95
一、酱香型白酒市场增长潜力分析	95
二、酱香型白酒主要潜力品种分析	95

- 三、现有酱香型白酒产品竞争策略分析 95
- 四、潜力酱香型白酒品种竞争策略选择 97
- 五、典型企业产品竞争策略分析 98
- 第二节 酱香型白酒企业竞争策略分析 98
- 第三节 酱香型白酒行业产品定位及市场推广策略分析 99
 - 一、酱香型白酒行业产品市场定位 99
 - 二、酱香型白酒行业广告推广策略 99
 - 三、酱香型白酒行业产品促销策略 100
 - 四、酱香型白酒行业招商加盟策略 101
 - 五、酱香型白酒行业网络推广策略 101
- 第十二章 酱香型白酒企业竞争分析 102
- 第一节 贵州茅台酒股份有限公司 102
 - 一、企业基本情况 102
 - 二、企业产品体系 102
 - 三、企业经营情况分析 103
 - 四、企业研发投入及研发方向 104
- 第二节 四川郎酒集团有限责任公司 105
 - 一、企业基本情况 105
 - 二、企业产品体系 106
 - 三、企业经营情况分析 107
 - 四、企业研发投入及研发方向 107
- 第三节 贵州茅台酒厂(集团)习酒有限责任公司 108
 - 一、企业基本情况 108
 - 二、企业产品体系 110

- 三、企业经营情况分析 110
- 四、企业研发投入及研发方向 110
- 第四节 贵州金沙窖酒酒业有限公司 110
 - 一、企业基本情况 110
 - 二、企业产品体系 111
 - 三、企业经营情况分析 111
 - 四、企业研发投入及研发方向 112
- 第五节 天士力控股集团有限公司 112
 - 一、企业基本情况 112
 - 二、企业产品体系 114
 - 三、企业经营情况分析 114
 - 四、企业研发投入及研发方向 115
- 第六节 贵州钓鱼台国宾酒业有限公司 115
 - 一、企业基本情况 115
 - 二、企业产品体系 115
 - 三、企业经营情况分析 116
 - 四、企业研发投入及研发方向 116
- 第七节 四川省川喜实业集团有限公司 116
 - 一、企业基本情况 116
 - 二、企业产品体系 117
 - 三、企业经营情况分析 117
 - 四、企业研发投入及研发方向 119
- 第八节 金东投资集团有限公司 119
 - 一、企业基本情况 119

二、企业产品体系 120

三、企业经营情况分析 120

四、企业研发投入及研发方向 121

第九节 贵州赖茅酒业有限公司 122

一、企业基本情况 122

二、企业产品体系 122

三、企业经营情况分析 122

四、企业研发投入及研发方向 122

第十节 黑龙江北大仓集团有限公司 123

一、企业基本情况 123

二、企业产品体系 124

三、企业经营情况分析 124

四、企业研发投入及研发方向 125

第四部分 行业投资策略

第十三章 酱香型白酒行业投资战略研究 126

第一节 酱香型白酒行业发展战略研究 126

一、战略综合规划 126

二、技术开发战略 127

三、业务组合战略 129

四、区域战略规划 131

五、产业战略规划 131

六、营销品牌战略 132

七、竞争战略规划 133

第二节 对我国酱香型白酒品牌的战略思考 134

- 一、企业品牌的重要性 134
- 二、酱香型白酒实施品牌战略的意义 136
- 三、酱香型白酒企业品牌的现状分析 136
- 四、我国酱香型白酒企业的品牌战略 138
- 五、酱香型白酒品牌战略管理的策略 140
- 第三节 酱香型白酒行业投资战略研究 143
- 第十四章 白酒场景化营销发展分析 145
- 第一节 白酒场景化营销的构建方法 145
- 一、产品命名场景化 145
- 二、产品包装场景化 145
- 三、终端布置场景化 146
- 四、推广设计场景化 146
- 第二节 白酒营销四大消费场景 146
- 一、酒店宴请消费场景 146
- 二、家庭餐饮消费场景 147
- 三、婚宴喜庆消费场景 147
- 四、个性化定制消费场景 147
- 第三节 白酒场景化营销的实施要点 148
- 一、发现痛点 148
- 二、创造场景 148
- 三、强化体验 148
- 四、创意场景 149
- 第四节 白酒营销模式发展变化 149
- 一、市场进一步细分 149

二、品牌内涵提升 150

三、产品不断创新 150

第五节 白酒企业的微信营销模式 151

一、口碑营销 151

二、互动营销 151

三、定制营销 152

第六节 白酒产品营销策略 152

一、产品策略 152

1、调整产品结构，突出大众特色 152

2、适时推陈出新，做好新老交替 152

3、合理划分产品档次，保持品牌定位协调 152

4、重视新品开发，科学稳健推广 153

二、价格策略 153

1、巧妙运用心理定价策略 153

2、缩小中高档产品之间的价格空档 154

3、制定合理的价格体系 154

三、渠道策略 154

1、分销渠道应与产品价格有机统一 154

2、加强销售价格指导和管控，减少各地经销策略差异 155

3、严格执行既定的渠道政策，加强厂商协作 155

第七节 白酒企业全渠道营销模式构建 155

一、白酒企业全渠道营销模式的构建 155

1、以消费者为中心的多渠道产品、信息、服务、渠道融合 155

2、构建以信息交互为中心的大数据平台 156

- 二、白酒企业全渠道营销模式下的策略选择 156
 - 1、产品策略 156
 - 2、价格策略 156
 - 3、渠道策略 157
 - 4、信息策略 157
- 第八节 白酒营销渠道模式及优化作用机制分析 157
 - 一、白酒营销渠道模式构成要素 157
 - 1、白酒营销渠道成员组织组成分析 157
 - 2、白酒营销渠道结构 158
 - 3、准确认识白酒营销渠道成员组织之间的关系 161
 - 二、全面分析白酒营销渠道模式优化的外部作用机制 161
 - 1、立足政治法律角度对白酒营销渠道模式优化的分析 161
 - 2、白酒营销渠道模式优化受制于经济因素 162
 - 3、社会文化因对白酒营销渠道模式优化产生影响 162
 - 4、信息技术飞速发展对白酒营销渠道模式优化产生影响 162
 - 三、系统介绍白酒营销渠道模式优化内部作用机制 163
 - 1、白酒营销渠道动力机制需要与时俱进 163
 - 2、对白酒营销渠道权力机制变革的分析 163
 - 3、新时期白酒营销渠道信息机制的变革 163
 - 四、对白酒行业营销渠道模式发展趋势的探讨 164
 - 1、营销渠道模式更加区域扁平化的模式 164
 - 2、关系型的白酒营销渠道模式彰显优势 164
 - 3、白酒营销渠道模式凸显多元化特征 165
- 附录 166

第一节 《贵州酱香型白酒标准体系》	166
第二节 《泸州市千亿白酒产业三年行动计划(2018—2022年)》	167
第三节 《关于促进贵州白酒产业又好又快发展的指导意见》	181
第四节 《贵州省十大千亿级工业产业振兴行动方案》	190
图表目录	
图表：行业发展周期 2	
图表：38度酱香型白酒 15	
图表：42度酱香型白酒 16	
图表：43度酱香型白酒 17	
图表：白酒市场消费者品牌偏好情况 40	
图表：2019-2023年酱香型白酒行业市场规模 41	
图表：酱香型白酒行业渠道形式 54	
图表：2019-2023年酱香型白酒行业工业总产值规模 60	
图表：我国不同规模企业酱香型白酒工业总产值占比 60	
图表：我国不同所有制企业酱香型白酒总产值占比 61	
图表：2019-2023年酱香型白酒行业主营业务收入 61	
图表：我国不同规模企业酱香型白酒主营业务收入占比 62	
图表：我国不同所有制企业酱香型白酒主营业务收入占比 63	
图表：2019-2023年酱香型白酒行业销售成本分析 63	
图表：我国不同规模企业酱香型白酒销售成本占比 64	
图表：我国不同所有制企业酱香型白酒销售成本占比 64	
图表：2019-2023年酱香型白酒行业利润总额 65	
图表：我国不同规模企业酱香型白酒利润总额占比 65	
图表：我国不同所有制企业酱香型白酒利润总额占比 66	

- 图表：2019-2023年酱香型白酒行业资产负债 66
- 图表：我国不同规模企业酱香型白酒资产负债占比 67
- 图表：我国不同所有制企业酱香型白酒资产负债占比 68
- 图表：2019-2023年中国酱香型白酒行业盈利能力 68
- 图表：2019-2023年中国酱香型白酒行业偿债能力 69
- 图表：2019-2023年中国酱香型白酒行业营运能力 69
- 图表：2019-2023年中国酱香型白酒行业发展能力 69
- 图表：华北地区城市坐标图 71
- 图表：华北地区酱香型白酒行业经济环境分析 72
- 图表：2019-2023年华北地区市场规模情况 72
- 图表：华北地区酱香型白酒行业投资风险指标图 73
- 图表：东北地区城市坐标图 74
- 图表：东北地区酱香型白酒行业社会环境分析 75
- 图表：2019-2023年东北地区市场规模情况 75
- 图表：东北地区酱香型白酒行业投资风险指标图 76
- 图表：华东地区城市坐标图 77
- 图表：华东地区酱香型白酒行业经济情况分析 77
- 图表：2019-2023年华东地区市场规模情况 78
- 图表：华东地区酱香型白酒行业投资风险指标图 78
- 图表：华南地区城市坐标图 79
- 图表：华南地区酱香型白酒行业经济环境分析 79
- 图表：2019-2023年华南地区市场规模情况 80
- 图表：华南地区酱香型白酒行业投资风险指标图 80
- 图表：华中地区城市坐标图 81

- 图表：华中地区酱香型白酒行业经济环境分析 82
- 图表：2019-2023年华中地区市场规模情况 82
- 图表：华中地区酱香型白酒行业投资风险指标图 83
- 图表：西南地区酱香型白酒行业经济环境分析 83
- 图表：2019-2023年西南地区市场规模情况 84
- 图表：西南地区酱香型白酒行业投资风险指标图 85
- 图表：西北地区酱香型白酒行业经济环境分析 86
- 图表：2019-2023年西北地区市场规模情况 86
- 图表：西北地区酱香型白酒行业投资风险指标图 87
- 图表：酱酒企业梯队 88
- 图表：业内酒企和业外资本对酱酒的布局 93
- 图表：贵州茅台酒股份有限公司产品体系 102
- 图表：贵州茅台酒股份有限公司经营情况 103
- 图表：四川郎酒集团有限责任公司产品体系 106
- 图表：2019-2023年四川郎酒集团有限责任公司基酒产能、产量(单位：吨) 107
- 图表：2019-2023年四川郎酒集团有限责任公司企业经营状况(万元) 107
- 图表：贵州茅台酒厂(集团)习酒有限责任公司产品体系 110
- 图表：贵州金沙窖酒酒业有限公司产品体系 111
- 图表：天士力控股集团有限公司产品体系 114
- 图表：四川省川喜实业集团有限公司产品体系 117
- 图表：金东投资集团有限公司产品体系 120
- 图表：贵州赖茅酒业有限公司产品体系 122
- 图表：黑龙江北大仓集团有限公司产品体系 124
- 数据来源：黑龙江北大仓集团有限公司 124

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

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/baogao/20200716/175080.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)