中国白酒行业发展分析与发展趋势预测研究报告(2026-2031版)

报告简介

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。我国白酒市场按照不同价格档次，可分为高端型、次高端型、中端型和低端型四种。其中，高端型产品价格>500元/毫升，2019年市场份额占比约18%;次高端型产品价格在300-500元/毫升之间，2019年市场份额占比约5%;中端型产品价格在100-300元/毫升之间，2019年市场份额占比约43%，占比最大;低端产品价格小于100元/毫升，2019年市场份额占比约34%，占比位列第二。

根据国家统计局数据显示，2020年中国白酒产量为740.73万千升，同比下降2.46%，这是自2016年以来，白酒行业产量连续第四年下降。2016年，我国白酒产量达到了本世纪以来的最高值，超过了1300万千升，随后一直呈现出产量下降的趋势。产量的下滑主要是销量下降所导致。

与产销量下降形成对比的是，白酒行业的规模却在持续增长。根据中国酒业协会数据，2020年中国白酒销售收入为5836亿元，同比上升2.9%。即便在上半年疫情影响的情况下，白酒行业仍然克服了阻力，在销售收入上实现了同期的正增长。产销量下降，销售和利润增加，这一对比的背后是白酒行业近年来集中度的持续提升。

根据中国海关数据显示，2020年中国白酒进口量为277.8万升，同比下降28.8，这是自2016年以来白酒进口量首次下跌，主要原因是新冠疫情的爆发，使得国际贸易减弱，白酒进口也减少。

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、国家海关总署、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、中国酒业协会、中国酒类流通协会、中国酒文化协会、51行业报告网、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，对我国白酒及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、新成果与技术等进行了分析，并重点分析了我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、

企业的发展策略等。报告还对全球的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，是白酒酿造加工、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前白酒业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分 产业环境透视

第一章 白酒行业发展综述

第一节 白酒行业定义及分类

一、行业基本概况

1、白酒的定义

2、白酒的起源

3、白酒的地位

二、行业主要产品分类及特点

1、白酒的香型

2、白酒的几种分类

3、白酒的特点

三、行业特性及在国民经济中的地位

第二节 白酒行业统计标准

一、统计部门和统计口径

二、行业主要统计方法介绍

三、行业涵盖数据种类介绍

第三节 白酒行业市场特征分析

一、市场规模

二、产业关联度

三、影响需求的关键因素

四、主要竞争因素

五、生命周期

第二章 白酒行业市场环境及影响分析（pest）

第一节 白酒行业政治法律环境(p)

一、中国白酒行业政策环境总述

1、中国白酒产业的政策导向

2、中国白酒产业政策概述

3、白酒政策动向研究

二、白酒行业税收政策分析

1、白酒行业税收政策的变化

2、新所得税法对白酒行业的影响

三、白酒消费税调整方案解读

1、白酒消费税调整方案出台背景

2、政策的主要内容

3、政策的主要影响分析

四、其他白酒政策文件解读

1、浓香型白酒标准分析

2、白酒分析方法分析

第二节 行业经济环境分析(e)

一、国际宏观经济形势分析

1、世界经济复苏凹凸不平

2、中国“新常态”造就新动能

3、世界经济砥砺中孕育机遇

二、国内宏观经济形势分析

1、农业生产形势较好

2、工业生产运行在合理区间

3、固定资产投资增速放缓

4、市场销售稳定增长

5、进出口增速回暖

6、价格水平涨幅较低

7、居民收入继续增加

8、结构调整稳步推进

9、货币信贷增势平稳

第三节 行业社会环境分析(s)

一、白酒产业社会环境

1、人口环境分析

(1)中国人口规模

(2)中国人口年龄结构

2、教育环境分析

3、文化环境分析

4、中国城镇化率

二、社会环境对行业的影响

第四节 行业技术环境分析(t)

一、白酒技术分析

1、技术水平总体发展情况

2、白酒工艺正向新方向发展

3、白酒新工艺的创新与发展

4、新工艺白酒的探索

5、固、液勾兑在新工艺白酒中的应用

二、白酒技术发展水平

三、2021-2026年白酒技术发展分析

四、技术环境对行业的影响

第二部分 行业深度分析

第三章 国际白酒行业发展分析及经验借鉴

第一节 全球白酒市场总体情况分析

一、全球白酒行业的发展特点

二、全球白酒市场规模分析

三、全球白酒市场结构分析

四、全球白酒行业竞争格局

五、全球白酒市场区域分布

第二节 主要国家及地区市场发展分析

一、欧洲地区白酒市场分析

1、酒文化发展概况

2、市场规模分析

3、占酒类市场比重

4、品牌发展分析

5、市场发展趋势分析

二、北美地区白酒市场分析

1、酒文化发展概况

2、市场规模分析

3、占酒类市场比重

4、品牌发展分析

5、市场发展趋势分析

三、美国白酒市场分析

1、酒文化发展概况

2、市场规模分析

3、占酒类市场比重

4、品牌发展分析

5、市场发展趋势分析

四、日本白酒市场分析

1、酒文化发展概况

2、市场规模分析

3、占酒类市场比重

4、品牌发展分析

5、市场发展趋势分析

第四章 我国白酒行业发展回顾

第一节 中国白酒市场特点浅析

一、中档酒是新生白酒品牌的最佳立足空间

二、餐饮终端是白酒企业的竞争焦点

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、地域市场品牌及商务用酒占消费主流

第二节 中国白酒终端市场的运作分析

一、产品选择和客户管理

1、经销商自身的实力是否有局限

2、区域内消费者的消费是否有差异

3、产品的内涵与外延是否丰富

4、厂家的销售政策是否到位

二、公关和培训

三、促销和服务客户

四、理货管理和回款管理

第三节 中国白酒消费市场分析

一、白酒消费的模式

二、白酒消费的特点

三、未来白酒消费的趋势

第四节 中国白酒市场的同质化现象分析

一、浓香型白酒占据较大市场份额

二、品牌泛滥导致名酒形象淡化

三、价格体系紊乱及终端不良竞争加剧

四、白酒外包装雷同及广告宣传浮夸

第三部分 市场全景调研

第五章 我国白酒行业运行现状分析

第一节 我国白酒行业发展状况分析

一、我国白酒行业发展阶段

二、我国白酒行业发展总体概况

三、我国白酒行业发展特点分析

四、我国白酒行业商业模式分析

1、白酒行业商业模式的演变

2、白酒企业商业模式创新形式

3、o2o模式给白酒行业带来的冲击

第二节 2021-2026年白酒行业发展现状

一、行业工业总产值

二、行业工业销售产值

三、行业产销率分析

四、行业市场规模分析

五、行业消费量分析

六、行业产品结构分析

七、行业利润总额分析

第三节 2021-2026年中国白酒行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第四节 2021-2026年中国白酒行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第五节 我国白酒市场价格走势分析

一、白酒市场定价机制组成

二、白酒市场价格影响因素

三、2021-2026年白酒产品价格走势分析

四、2026-2031年白酒产品价格走势预测

第六章 2026-2031年我国白酒市场供需形势分析

第一节 白酒行业生产分析

一、产品及原材料

二、国内产品及原材料生产基地分布

第二节 我国白酒市场供需分析

一、2021-2026年我国白酒行业供给情况

1、我国白酒行业产量分析

2、重点企业产量及占有份额

二、2021-2026年我国白酒行业需求情况

1、白酒行业消费情况分析

2、白酒行业需求量及变化情况

3、白酒行业需求的地区差异

三、2021-2026年我国白酒行业供需平衡分析

第三节 白酒产品市场应用及需求预测

一、白酒产品应用市场总体需求分析

二、2026-2031年白酒行业需求量预测

第七章 白酒行业进出口结构及面临的机遇与挑战

第一节 白酒行业进出口市场分析

一、白酒行业进出口综述

1、中国白酒进出口的特点分析

2、中国白酒进出口地区分布状况

二、白酒行业出口市场分析

1、2021-2026年行业出口整体情况

2、2021-2026年行业出口总额分析

3、2021-2026年行业出口价格情况

三、白酒行业进口市场分析

1、2021-2026年行业进口整体情况

2、2021-2026年行业进口总额分析

3、2021-2026年行业进口价格情况

第二节 中国白酒出口面临的挑战及对策

第八章 白酒行业产业结构分析

第一节 白酒产业结构分析

一、市场细分充分程度分析

二、各细分市场领先企业排名

三、各细分市场占总市场的结构比例

四、领先企业的结构分析

第二节 产业价值链条的结构分析及整体竞争优势分析

一、产业价值链条的构成

二、产业链条的竞争优势与劣势分析

第三节 产业结构发展预测

一、产业结构调整指导政策分析

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、中国白酒行业参与国际竞争的战略市场定位

四、产业结构调整方向分析

第九章 不同香型白酒市场分析

第一节 浓香型白酒

一、浓香型白酒占据白酒行业主导地位

二、浓香型白酒“淡雅”与“浓郁”流派的差异分析

三、浓香型白酒正面临挑战

四、浓香型白酒生产工艺方向的探索

第二节 清香型白酒

一、清香型白酒的复兴发展

二、山西汾阳清香型白酒品牌示范区

三、清香型白酒未来发展优势将更明显

四、清香型白酒的复兴战略探索

第三节 酱香型白酒

一、酱香型白酒是传统酿酒的典范

二、酱香型白酒渐成市场趋势

三、酱香型白酒市场竞争愈发激烈

四、中国酱香型白酒发展状况

五、中国酱香型白酒产业动态

第四节 兼香型白酒市场

一、兼香型白酒市场规模

二、兼香型白酒市场发展趋势

第十章 不同档次白酒产品市场分析

第一节 2021-2026年高端白酒市场现状

一、2021-2026年我国高端白酒市场发展概况

1、高端白酒行业面临调整分析

2、高端白酒行业进入“后限价时代”的转变分析

3、高端白酒未来发展关键性因素分析

二、高端白酒市场数据分析

1、高端白酒总产值分析

2、高端白酒销售收入分析

3、高端白酒产销率分析

4、高端白酒价格走势分析

三、中国高端白酒企业竞争格局分析

第二节 2021-2026年中低档白酒市场现状

一、2021-2026年我国中低档白酒市场发展概况

二、中低档白酒市场数据分析

1、中低档白酒总产值分析

2、中低档白酒销售收入分析

3、中低档白酒产销率分析

4、中低档白酒价格走势分析

三、中国中低档白酒市场竞争格局分析

四、中国中低档白酒市场发展出路

第十一章 我国白酒行业营销趋势及策略分析

第一节 中国白酒营销的发展状况

一、中国白酒营销的发展阶段

二、中国白酒营销模式分析

三、中国白酒营销亟待解决的问题

第二节 中国白酒渠道营销途径状况分析

一、白酒企业的渠道困境

二、白酒市场渠道商状况

1、批发商

2、零售商

3、代理商

三、白酒渠道商之间的博弈

四、白酒行业销售渠道发展趋势

1、扁平化白酒营销渠道模式

2、关系型白酒营销渠道模式

3、多元化白酒营销渠道模式

第三节 白酒行业市场营销状况分析

一、白酒市场主力消费群分析

二、白酒主力消费群价值需求

三、白酒市场基本营销模式

第四节 白酒行业市场营销策略分析

一、白酒行业市场定位策略

二、白酒行业市场产品策略

三、白酒行业市场价格策略

四、白酒行业市场渠道策略

五、白酒行业市场促销策略

第五节 白酒行业市场营销深度分析

一、白酒行业市场品牌营销

二、白酒行业市场文化营销

三、白酒行业市场营销创新

四、白酒行业市场电商营销

第六节 中低端白酒农村市场营销的攻略

一、战略抉择以市场份额为导向

二、产品细分有所为有所不为

三、市场细分形成区域为王

四、以声誉产品塑造品牌声誉

五、建设适合农村市场营销的模式

第十二章 白酒行业区域市场分析

第一节 行业总体区域结构特征及变化

一、行业区域集中度分析

二、行业规模指标区域分布分析

第二节 白酒区域市场分析

一、四川省白酒市场分析

1、白酒行业产销情况分析

2、四川省白酒行业市场需求分析

3、四川省白酒行业市场竞争格局分析

4、四川省白酒行业消费集中度分析

5、四川省白酒行业发展前景预测

二、山东省白酒市场分析

1、山东省白酒行业产销情况分析

2、山东省白酒行业市场需求分析

3、山东省白酒行业市场竞争格局分析

4、山东省白酒行业消费集中度分析

5、山东省白酒行业发展前景预测

三、湖北省白酒市场分析

1、湖北省白酒行业产销情况分析

2、湖北省白酒行业市场需求分析

3、湖北省白酒行业市场竞争格局分析

4、湖北省白酒行业消费集中度分析

5、湖北省白酒行业发展前景预测

四、贵州省白酒市场分析

1、贵州省白酒行业产销情况分析

2、贵州省白酒行业市场需求分析

3、贵州省白酒行业市场竞争格局分析

4、贵州省白酒行业发展前景预测

五、广东省白酒市场分析

1、广东省白酒行业市场产量分析

2、广东省白酒行业市场竞争格局分析

3、广东省白酒行业消费集中度分析

4、广东省白酒行业发展前景预测

六、江苏省白酒市场分析

1、江苏省白酒行业市场供需分析

2、江苏省白酒行业市场竞争格局分析

3、江苏省白酒行业消费集中度分析

4、江苏省白酒行业发展前景预测

七、浙江省白酒市场分析

1、浙江省白酒行业市场产量分析

2、浙江省白酒行业市场竞争格局分析

3、浙江省白酒行业消费集中度分析

第十三章 2026-2031年白酒行业竞争形势及策略

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、白酒行业竞争结构分析

1、现有企业间竞争

2、潜在进入者分析

3、替代品威胁分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

6、竞争结构特点总结

二、白酒行业swot分析

1、白酒行业优势分析

2、白酒行业劣势分析

3、白酒行业机会分析

4、白酒行业威胁分析

第二节 白酒行业竞争格局分析

一、企业竞争格局分析

二、市场竞争格局分析

三、产品竞争格局分析

第三节 白酒行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第四节 白酒行业并购重组分析

一、行业并购重组现状及其重要影响

二、企业升级途径及并购重组风险分析

三、行业投资兼并与重组趋势分析

第十四章 2026-2031年白酒行业领先企业经营形势分析

第一节 中国白酒企业总体发展状况分析

一、白酒企业运行总体情况

二、白酒企业资本运作分析

三、白酒企业创新及品牌建设

四、白酒企业国际竞争力分析

五、白酒行业企业排名分析

第二节 中国领先白酒企业经营形势分析

一、宜宾五粮液股份有限公司

1、企业发展概况

2、企业产品结构分析

3、企业经济指标分析

4、企业品牌价值分析

5、企业竞争优劣势分析

6、企业未来发展战略

二、中国贵州茅台酒厂(集团)有限责任公司

1、企业发展概况

2、企业产品结构分析

3、企业经济指标分析

4、企业品牌价值分析

5、企业竞争优劣势分析

6、企业未来发展战略

三、泸州老窖股份有限公司

1、企业发展概况

2、企业产品结构分析

3、企业经济指标分析

4、企业品牌价值分析

5、企业竞争优劣势分析

6、企业未来发展战略

四、舍得酒业股份有限公司

1、企业发展概况

2、企业产品结构分析

3、企业经济指标分析

4、企业品牌价值分析

5、企业竞争优劣势分析

6、企业未来发展战略

五、四川江口醇酒业(集团)有限公司

1、企业发展概况

2、企业产品结构分析

3、企业经济指标分析

4、企业品牌价值分析

5、企业竞争优劣势分析

6、企业未来发展战略

六、四川全兴酒业有限公司

1、企业发展概况

2、企业产品结构分析

3、企业经济指标分析

4、企业品牌价值分析

5、企业竞争优劣势分析

6、企业未来发展战略

七、四川远鸿小角楼酒业有限公司

1、企业发展概况

2、企业产品结构分析

3、企业经济指标分析

4、企业品牌价值分析

5、企业竞争优劣势分析

6、企业未来发展战略

八、四川剑南春(集团)有限责任公司

1、企业发展概况

2、企业产品结构分析

3、企业经济指标分析

4、企业品牌价值分析

5、企业竞争优劣势分析

6、企业未来发展战略

九、四川郎酒集团有限责任公司

1、企业发展概况

2、企业营销渠道及分布

3、企业产品结构分析

4、企业经济指标分析

5、企业竞争优劣势分析

6、企业未来发展战略

十、四川水井坊股份有限公司

1、企业发展概况

2、企业产品结构分析

3、企业经济指标分析

4、企业竞争优劣势分析

5、企业未来发展战略

第四部分 发展前景展望

第十五章 2026-2031年白酒行业前景及趋势预测

第一节 2026-2031年白酒市场发展前景

一、市场发展和竞争格局方面

二、资本并购方面

三、消费需求、研发和产品质量

四、政府政策方面

第二节 2026-2031年白酒市场发展趋势预测

一、白酒消费基本向大众消费回归

二、电商渠道成为白酒行业的新型渠道

三、高档酒控量保价

四、中档酒仍以区域竞争为主

第三节 2026-2031年中国白酒行业供需预测

一、2026-2031年中国白酒行业供给预测

二、2026-2031年中国白酒行业产量预测

三、2026-2031年中国白酒市场销量预测

四、2026-2031年中国白酒行业需求预测

第十六章 2026-2031年白酒行业投资价值评估分析

第一节 白酒行业投资特性分析

一、白酒行业进入壁垒分析

1、行业政策壁垒

2、生产许可壁垒

3、资金实力壁垒

4、生态环境壁垒

5、技术人才壁垒

6、品牌效应壁垒

二、白酒行业盈利模式分析

第二节 2026-2031年白酒行业发展的影响因素

一、有利因素

1、良好的宏观经济形势

2、居民消费结构升级

3、扶优限劣的调控政策

4、“三农”扶持政策

5、中华传统文化的魅力

二、不利因素

1、消费结构多元化

2、消费环境的影响

第十七章 2026-2031年白酒行业投资机会与风险防范

第一节 白酒行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

四、白酒行业投资现状分析

第二节 2021-2026年高端白酒行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

第三节 2026-2031年白酒行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

第四节 中国白酒行业投资建议

一、白酒行业未来发展方向

二、白酒行业主要投资建议

第五部分 发展战略研究

第十八章 2026-2031年白酒行业面临的困境及对策

第一节 白酒行业面临的困境

一、两极分化严重

二、中低端酒企压力大

三、区域性酒企压力大

四、酒驾量刑

第二节 白酒企业面临的困境及对策

一、重点白酒企业面临的困境及对策

二、中小白酒企业发展困境及策略分析

1、中小白酒企业面临的困境

2、中小白酒企业对策探讨

三、国内白酒企业的出路分析

第三节 中国白酒行业存在的问题及对策

一、中国白酒行业存在的问题

二、白酒行业发展的建议对策

第十九章 白酒行业发展战略研究

第一节 白酒行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 白酒行业品牌战略

一、白酒行业品牌的重要性

二、白酒行业实施品牌战略的意义

三、白酒企业品牌的现状分析

四、白酒企业的品牌战略

五、白酒行业品牌战略管理的策略

第三节 重点客户战略

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、实施重点客户战略要重点解决的问题

四、重点客户管理功能

第四节 中国白酒行业经营策略分析

一、中国白酒行业市场细分策略

1、市场细分策略的目的

2、白酒行业市场细分策略

二、中国白酒行业市场创新策略

1、市场创新策略的方法

2、白酒行业市场创新策略

三、白酒行业品牌定位

1、市场定位

2、品牌定位

3、定位方法

4、产品定位的基本原则

四、白酒行业品类管理

1、品类的概念

2、品类管理的意义

3、制约因素

4、解决思路

5、发展方向

五、中国白酒行业新产品差异化战略

第二十章 中国白酒企业的发展策略建议

第一节 白酒企业的利润点

一、高端市场的利润点

二、终端渠道的利润点

三、酒文化的利润点

四、品牌是实在的利润点

第二节 白酒企业发展的差异化策略

一、产品差异化

二、形象差异化

三、市场差异化

四、服务差异化

第三节 白酒企业的招商策略

一、品牌规划策略

二、招商启动策略

三、白酒企业招商应注意的问题

第四节 中国两大白酒企业集团品牌战略的比较与分析

一、五粮液、茅台品牌战略的比较

二、五粮液、茅台品牌战略成果的评价

三、五粮液、茅台品牌战略的风险分析

四、遏制风险的对策建议

第五节 二线白酒企业突围的关键要素

第六节 中小白酒企业的发展策略

图表目录

图表：白酒行业产品分类具体情况

图表：2021-2026年白酒行业总产值情况

图表：2021-2026年白酒行业销售总收入情况

图表：2021-2026年白酒行业产销率情况

图表：2021-2026年白酒行业市场规模情况

图表：2021-2026年白酒行业消费量情况

图表：2021-2026年白酒行业利润总额情况

图表：2021-2026年白酒行业规模以上企业数量

图表：2021-2026年白酒行业营收增长率情况

图表：2021-2026年白酒平均价格情况

图表：2026-2031年白酒平均价格趋势预测

图表：2021-2026年我国白酒季度产量走势图

图表：2026-2031年白酒产量预测

图表：中国白酒前五进口地区

图表：中国白酒前五出口地区

图表：2021-2026年白酒行业出口量及增长率

图表：2021-2026年行业出口总额分析

图表：2021-2026年行业进口数量情况

图表：2021-2026年行业进口总额

图表：不同香型白酒代表企业

图表：2021-2026年不同香型白酒市场占比

图表：2021-2026年不同档次白酒市场占比

图表：白酒行业产业链模型

图表：不同香型白酒介绍及代表酒种

图表：2021-2026年兼香型白酒市场规模

图表：2021-2026年高端白酒产值规模

图表：2021-2026年高端白酒销售收入规模

图表：2021-2026年高端白酒产销量及产销率

图表：2021-2026年中国高端白酒企业排行

图表：2021-2026年中低端白酒产值规模

图表：2021-2026年中低端白酒销售收入规模

图表：2021-2026年中低端白酒产销量及产销率

图表：2021-2026年江苏省白酒行业市场产量

图表：2021-2026年江省白酒行业市场产量

图表：“互联网+”背景下白酒企业app基本功能模块

图表：“互联网+”背景下白酒企业实施o2o模式示意

图表：2026-2031年白酒产量预测

图表：2026-2031年白酒销量预测

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：208022

本文地址：https://www.51baogao.cn/baogao/20210421/208022.shtml

在线订购：点击这里