中国白酒行业市场深度调研及营销模式与投资前景研究报告(2026-2031版)

报告简介

白酒涨价潮，产品升级提价潮，重新激起了白酒市场中高端的消费热情。产品创新、品类创新、新思维、新商业模式的层出不穷。新老企业之间的转换、新旧商家的变更，让越来越多的酒企无所适从;新产品、新渠道、新概念，也让酒企、酒商、消费者从"渠道为王""终端为王"向"心智为王""个性为王"转变，为企业、商家注入成长动力。跨界、新团购、新零售赋予渠道升级新动能，也打通了上下游之间的新通道，线下线上的平台互通、平台转型、升级;新思维、新思想的90、00后为主的"酒二代"们。在新生代逐渐成为消费主流的背景下，二次元、三次元，甚至四次元们的消费观念，成为越来越多酒企、酒商考虑的问题。原来的消费观念已经成为一道天堑，摆在了所有白酒生产企业、流通企业、经销商们的面前。体验式营销，简单地说就是，消费者对产品的品质和服务的更高追求。

现在利用互联网新技术构建"人货场"模式，通过吸引消费者打造场景，然后实现卖货，也就是门店+社群+新零售的模式。新零售模式将为酒企的原点人群培养、团购场景化、新产品消费频次，提供一站式解决方案。这对于酒企来说，无疑增加了竞争力。新零售是大势所趋，是建立在消费升级和消费者高数字化的基础之上，与互联网逐步释放的经济与社会价值相匹配。传统酒企可以通过新零售品牌体验中心模式进行原点消费人群培育。新零售终端将品牌文化、产品体验、消费者教育、深度互动等功能综合起来，让核心消费人群和潜在消费人群与品牌深度互动，建立强链接。例如，行业龙头企业五粮液紧抓消费场景、消费习惯的新变化，抓新零售发展趋势，主动拥抱互联网，创新推出全新门店品牌"五粮e店"，正式开启白酒制造企业的新零售商业实践，标志着中国白酒品牌新零售时代来临。

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，对中国白酒及营销模式的发展状况、上下游行业发展状况、竞争替代产品、发展趋

势、新产品与技术等进行了分析，并重点分析了中国白酒行业的营销模式及策略，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，是白酒生产企业，科研单位、投资机构等单位准确了解目前白酒发展动态，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 中国白酒行业相关概述

第一节 白酒的基本特性

一、白酒概念介绍

二、白酒分类情况

三、白酒中的名酒

四、白酒的度数及测定

五、白酒的勾兑及调味

第二节 白酒起源及发展

一、白酒兴起情况

二、白酒的发展历程

三、白酒技术发展历程

四、白酒工业发展分析

第三节 白酒行业市场特点

一、白酒行业特性分析

二、白酒行业市场特点

三、白酒行业周期分析

四、白酒行业经营模式

第二章 中国白酒行业发展环境解析

第一节 中国宏观经济发展环境

一、中国gdp增长情况

二、工业经济发展形势

三、社会固定资产投资

四、社会消费品零售额

五、城乡居民收入消费

六、对外贸易发展形势

第二节 白酒行业政策环境分析

一、国内白酒行业管理体制

二、国内白酒行业产业政策

三、国内白酒行业法律法规

四、国内白酒行业许可情况

五、白酒重点影响政策解析

1、国家食品安全监管

2、白酒广告与价格调控

3、关于进一步加强酒类质量安全工作的通知

4、白酒消费税

第三节 国内社会环境发展分析

一、中国人口发展环境分析

二、中国城镇化率发展情况

三、中国生态环境发展分析

四、中国居民饮酒文化分析

五、中国居民酒类消费情况

第四节 中国白酒行业工艺技术发展分析

一、香型白酒生产工艺发展分析

1、浓香型白酒生产工艺发展分析

2、酱香型白酒生产工艺发展分析

3、清香型白酒生产工艺发展分析

二、白酒生产新工艺创新与发展

1、生物技术的应用

2、酶催化工程引进

3、物理化学的创新

4、酿造设备及控制的创新

5、美拉德反应

6、低度白酒技术创新

7、淡雅型白酒新风格

8、新工艺白酒

9、固液勾兑新工艺白酒应用

三、白酒生产工艺用应案例介绍

第三章 白酒行业国际市场发展分析

第一节 白酒国际市场发展概况

一、白酒国际市场消费情况

二、白酒国际市场品牌竞争情况

三、白酒国际市场发展面临的问题

1、高酒精浓度

2、标准不统一和技术壁垒

3、识别困难

4、审美、宣传与包装

四、促进白酒国际市场发展的建议

1、降低酒精度

2、改良包装

3、瞄准客户群

第二节 白酒主要国家和地区市场分析

一、俄罗斯白酒市场发展分析

1、白酒消费情况

2、白酒营销模式

3、消费者偏好

4、发展趋势及前景

二、美国白酒市场发展分析

1、白酒消费情况

2、白酒营销模式

3、消费者偏好

4、发展趋势及前景

三、欧洲地区白酒市场发展分析

1、白酒消费情况

2、白酒营销模式

3、消费者偏好

4、发展趋势及前景

第三节 白酒国际市场发展目标

一、中东国家

二、非洲国家

三、东南亚国家

四、澳大利亚

第四章 中国白酒行业运行现状分析

第一节 中国白酒行业发展状况分析

一、中国白酒行业发展概况及特点

二、中国白酒行业发展存在的问题及对策

三、中国白酒行业商业模式分析

第二节 白酒行业发展现状分析

一、中国白酒行业销售收入

二、中国白酒制造行业资产总计

三、中国白酒制造行业总产值

四、中国白酒行业利润总额

五、中国白酒消费市场规模

六、中国白酒线上销售额

七、中国白酒线上线下销售占比

第三节 中国白酒行业企业发展分析

一、白酒制造行业规模以上企业数量

二、白酒各品牌市场份额

三、不同档次白酒市场结构

四、白酒企业线上销量排名

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 中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年白酒价格走势分析

四、2026-2031年白酒价格走势预测

第五章 中国白酒行业供需形势及进出口分析

第一节 中国白酒行业供需形势分析

一、中国白酒行业供给分析

1、中国白酒产量分析

2、中国白酒行业产能分析

二、中国白酒行业需求分析

1、中国白酒总销量

2、中国白酒人均消费量

3、中国白酒需求结构分析

4、中国白酒行业应用市场需求分析

3、重点企业产能占比分析

三、中国白酒行业供需平衡分析

第二节 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

3、中国白酒进出口的贸易方式及经营企业分析

4、中国白酒进出口政策与国际化经营

二、白酒行业出口市场分析

1、白酒主要出口目的国分析

2、白酒出口总量及金额分析

三、白酒行业进口市场分析

1、白酒主要进口来源国

2、白酒进口总量及金额分析

第六章 白酒行业不同营销模式分析

第一节 宴会定制营销案例分析

一、宴会定制模式及特点

二、宴会定制典型案例分析

1、太白酒业

2、四特酒

三、宴会定制营销优势分析

四、宴会定制营销模式发展趋势

第二节 包装互动营销案例分析

一、包装互动模式及特点

二、包装互动典型案例分析

1、泸州老窖

2、红花郎

三、包装互动营销优势分析

四、包装互动营销模式发展趋势

第三节 电商造势营销案例分析

一、电商造势模式及特点

二、电商造势典型案例分析

1、洋河股份

2、茅台

三、电商造势营销优势分析

四、电商造势营销模式发展趋势

第四节 促销拉动营销案例分析

一、促销拉动模式及特点

二、促销拉动典型案例分析

1、剑南春

2、宝丰酒

三、促销拉动营销优势分析

四、促销拉动营销模式发展趋势

第五节 公益助推营销案例分析

一、公益助推模式及特点

二、公益助推典型案例分析

1、五粮特曲

2、百川商贸

三、公益助推营销优势分析

四、公益助推营销模式发展趋势

第六节 内容营销案例分析

一、内容营销模式及特点

二、内容营销典型案例分析

1、西凤酒

2、江小白

三、内容营销优势分析

四、内容营销模式发展趋势

第七节 社群营销案例分析

一、酒商社群营销模式分析

二、社群营销典型案例分析

1、茅台

2、39度五粮液

三、社群营销优势分析

四、社群营销模式发展趋势

第七章 白酒情感营销策略发展分析

第一节 情感营销的概念及定义

一、情感营销的定义

二、情感营销的形成与发展过程

三、情感营销的意义

四、情感营销的方法

五、互联网与情感营销

第二节 白酒行业情感营销发展状况

一、白酒行业情感营销态势多元化

二、热销型白酒情感营销对比

三、白酒行业情感营销相关影响因素

第三节 白酒情感营销策略及保障措施

一、“互联网+情感营销”策略

1、网络营销

2、o2o 模式+app

3、口碑营销

4、公益营销

5、商超营销

二、情感品牌策略

1、品牌建设

2、商标内涵

3、广告宣传

三、情感产品策略

1、情感产品的价值理念

2、定制白酒

3、情感包装

四、情感定价策略

1、顾客导向定价

2、竞争导向定价

五、顾客关怀策略

1、顾客意见反馈体系

2、顾客需求收集机制

3、顾客维护机制

六、情感营销实施保障计划

1、组织结构

2、制度与人才建设

3、“互联网+”计划

4、创新计划

第八章 白酒场景化营销发展分析

第一节 移动互联网时代白酒场景化营销发展概况

一、移动互联网时代对白酒营销的影响

二、移动互联网时代白酒场景营销现状

三、移动互联网时代白酒场景营销案例

1、泸州老窖——桃花醉酒

2、茅台——悠蜜蓝莓利口酒

第二节 白酒场景化营销的构建方法

一、产品命名场景化

二、产品包装场景化

三、终端布置场景化

四、推广设计场景化

第三节 白酒营销四大消费场景

一、酒店宴请消费场景

二、家庭餐饮消费场景

三、婚宴喜庆消费场景

四、个性化定制消费场景

第四节 白酒场景化营销的实施要点

一、发现痛点

二、创造场景

三、强化体验

四、创意场景

第九章 中国白酒行业市场经营策略分析

第一节 白酒行业资本运作模式解析

一、品牌战略驱动模式分析

二、流通渠道倍增模式分析

三、外资渗透模式分析

四、资本战略联盟优化模式

五、酒类零售连锁运作模式

六、产业链整合模式分析

七、产业空间集聚模式分析

第二节 白酒消费者心理分析

一、面子消费心理

二、情感消费心理

三、求奢消费心理

四、求时尚消费心理

五、求廉消费心理

六、求异消费心理

七、求健康消费心理

第三节 白酒行业市场策略

一、平等稳定的合作关系

二、全年方案确认制

三、环节利润倒扣制

四、预投机制

五、营销升级

第四节 白酒行业市场广告策略分析

一、白酒广告目标制定分析

二、白酒广告预算决策分析

三、白酒广告信息传递分析

四、白酒广告媒介决策分析

五、白酒广告效果评价分析

六、白酒广告投放策略分析

第五节 白酒地方强势品牌营销策略

一、经销商原则

二、特通渠道原则

三、核心区域合作经销商原则

四、强势商场和大型连锁超市直供原则

第六节 高端白酒经营策略分析

一、高端白酒市场细分策略

二、高端白酒市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、高端白酒新产品差异化战略

第十章 白酒营销成功案例分析

第一节 江小白营销案例分析

一、产品定位分析

二、营销模式及策略分析

三、产品互动性分析

四、品牌塑造过程

五、消费场景设定分析

六、案例启示

第二节 五粮液营销案例分析

一、产品定位分析

二、营销模式及策略分析

三、产品互动性分析

四、品牌塑造过程

五、案例启示

第三节 茅台营销案例分析

一、产品定位分析

二、营销模式及策略分析

三、产品互动性分析

四、品牌塑造过程

五、案例启示

第四节 洋河营销案例分析

一、产品定位分析

二、营销模式及策略分析

三、产品互动性分析

四、品牌塑造过程

五、案例启示

第五节 汾酒营销案例分析

一、产品定位分析

二、营销模式及策略分析

三、产品包装分析

四、品牌塑造过程

五、案例启示

第六节 牛栏山营销案例分析

一、产品定位分析

二、营销模式及策略分析

三、产品包装分析

四、品牌塑造过程

五、案例启示

第十一章 白酒行业重点区域市场分析

第一节 北京市白酒市场分析

一、北京市白酒行业市场需求分析

1、北京市白酒行业销售收入分析

2、北京市白酒行业销售产品结构分析

二、北京市白酒行业市场竞争格局分析

三、北京市白酒行业消费集中度分析

四、北京市白酒行业发展前景预测

第二节 上海市白酒市场分析

一、上海市白酒行业市场需求分析

1、上海市白酒行业销售收入分析

2、上海市白酒行业销售产品结构分析

二、上海市白酒行业市场竞争格局分析

三、上海市白酒行业消费集中度分析

四、上海市白酒行业发展前景预测

第三节 广东省白酒市场分析

一、广东省白酒行业市场需求分析

1、广东省白酒行业销售收入分析

2、广东省白酒行业销售产品结构分析

二、广东省白酒行业市场竞争格局分析

三、广东省白酒行业消费集中度分析

四、广东省白酒行业发展前景预测

第四节 山东省白酒市场分析

一、山东省白酒行业市场需求分析

1、山东省白酒行业销售收入分析

2、山东省白酒行业销售产品结构分析

二、山东省白酒行业市场竞争格局分析

三、山东省白酒行业消费集中度分析

四、山东省白酒行业发展前景预测

第五节 四川省白酒市场分析

一、四川省白酒行业市场需求分析

1、四川省白酒行业销售收入分析

2、四川省白酒行业销售产品结构分析

二、四川省白酒行业市场竞争格局分析

三、四川省白酒行业消费集中度分析

四、四川省白酒行业发展前景预测

第六节 贵州省白酒市场分析

一、贵州省白酒行业市场需求分析

1、贵州省白酒行业销售收入分析

2、贵州省白酒行业销售产品结构分析

二、贵州省白酒行业市场竞争格局分析

三、贵州省白酒行业消费集中度分析

四、贵州省白酒行业发展前景预测

第七节 江苏省白酒市场分析

一、江苏省白酒行业市场需求分析

1、江苏省白酒行业销售收入分析

2、江苏省白酒行业销售产品结构分析

二、江苏省白酒行业市场竞争格局分析

三、江苏省白酒行业消费集中度分析

四、江苏省白酒行业发展前景预测

第八节 浙江省白酒市场分析

一、浙江省白酒行业市场需求分析

1、浙江省白酒行业销售收入分析

2、浙江省白酒行业销售产品结构分析

二、浙江省白酒行业市场竞争格局分析

三、浙江省白酒行业消费集中度分析

四、浙江省白酒行业发展前景预测

第九节 湖北省白酒市场分析

一、湖北省白酒行业市场需求分析

1、湖北省白酒行业销售收入分析

2、湖北省白酒行业销售产品结构分析

二、湖北省白酒行业市场竞争格局分析

三、湖北省白酒行业消费集中度分析

四、湖北省白酒行业发展前景预测

第十节 福建省白酒市场分析

一、福建省白酒行业市场需求分析

1、福建省白酒行业销售收入分析

2、福建省白酒行业销售产品结构分析

二、福建省白酒行业市场竞争格局分析

三、福建省白酒行业消费集中度分析

四、福建省白酒行业发展前景预测

第十二章 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

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、产品竞争格局

二、企业竞争格局

三、品牌竞争格局

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 中国白酒行业竞争力分析

一、中国白酒行业竞争力剖析

二、中国白酒企业市场竞争的优势

三、国内白酒企业竞争能力提升途径

第十三章 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、白酒企业主要类型

二、白酒企业资本运作分析

三、白酒企业创新及品牌建设

四、2021-2026年白酒行业企业排名分析

第二节 中国高端白酒领先企业分析

一、中国贵州茅台酒厂(集团)有限责任公司

1、企业发展概况分析

2、企业营销渠道及分布

3、企业产品结构分析

4、企业经营情况分析

5、企业营销模式分析

6、企业产品出口情况

7、企业竞争优势分析

8、企业最新发展动态

二、宜宾五粮液股份有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业营销渠道及分布

3、企业产品结构分析

4、企业经营情况分析

5、企业营销模式分析

6、企业产品出口情况

7、企业竞争优势分析

8、企业最新发展动态

三、江苏洋河酒厂股份有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业营销渠道及分布

3、企业产品结构分析

4、企业经营情况分析

5、企业营销模式分析

6、企业产品出口情况

7、企业竞争优势分析

8、企业最新发展动态

四、泸州老窖股份有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业营销渠道及分布

3、企业产品结构分析

4、企业经营情况分析

5、企业营销模式分析

6、企业产品出口情况

7、企业竞争优势分析

8、企业最新发展动态

五、四川郎酒集团有限责任公司

1、企业发展概况分析

2、企业营销渠道及分布

3、企业产品结构分析

4、企业经营情况分析

5、企业营销模式分析

6、企业品牌建设情况

7、企业竞争优势分析

8、企业最新发展动态

六、陕西西凤酒股份有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业营销渠道及分布

3、企业产品结构分析

4、企业经营情况分析

5、企业营销模式分析

6、企业品牌建设情况

7、企业竞争优势分析

8、企业最新发展动态

七、湖北稻花香酒业股份有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业营销渠道及分布

3、企业产品结构分析

4、企业经营情况分析

5、企业营销模式分析

6、企业品牌建设情况

7、企业竞争优势分析

8、企业最新发展动态

八、安徽古井贡酒股份有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业营销渠道及分布

3、企业产品结构分析

4、企业经营情况分析

5、企业营销模式分析

6、企业品牌建设情况

7、企业竞争优势分析

8、企业最新发展动态

九、湖北枝江酒业股份有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业营销渠道及分布

3、企业产品结构分析

4、企业经营情况分析

5、企业营销模式分析

6、企业品牌建设情况

7、企业竞争优势分析

8、企业最新发展动态

十、山西杏花村汾酒集团有限责任公司

1、企业发展概况分析

2、企业营销渠道及分布

3、企业产品结构分析

4、企业经营情况分析

5、企业营销模式分析

6、企业品牌建设情况

7、企业竞争优势分析

8、企业最新发展动态

十一、湖南浏阳河酒业发展有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业营销渠道及分布

3、企业产品结构分析

4、企业经营情况分析

5、企业营销模式分析

6、企业品牌建设情况

7、企业竞争优势分析

8、企业最新发展动态

十二、重庆添成盛酒业有限公司(诗仙太白)

1、企业发展概况分析

2、企业营销渠道及分布

3、企业产品结构分析

4、企业经营情况分析

5、企业营销模式分析

6、企业品牌建设情况

7、企业竞争优势分析

8、企业最新发展动态

十三、四川剑南春(集团)有限责任公司

1、企业发展概况分析

2、企业营销渠道及分布

3、企业产品结构分析

4、企业经营情况分析

5、企业营销模式分析

6、企业品牌建设情况

7、企业竞争优势分析

8、企业最新发展动态

十四、四川水井坊股份有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业营销渠道及分布

3、企业产品结构分析

4、企业经营情况分析

5、企业营销模式分析

6、企业品牌建设情况

7、企业竞争优势分析

8、企业最新发展动态

十五、四川省绵阳市丰谷酒业有限责任公司

1、企业发展概况分析

2、企业营销渠道及分布

3、企业产品结构分析

4、企业经营情况分析

5、企业营销模式分析

6、企业品牌建设情况

7、企业竞争优势分析

8、企业最新发展动态

十六、湖北白云边酒业股份有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业营销渠道及分布

3、企业产品结构分析

4、企业经营情况分析

5、企业营销模式分析

6、企业品牌建设情况

7、企业竞争优势分析

8、企业最新发展动态

十七、安徽金种子酒业股份有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业营销渠道及分布

3、企业产品结构分析

4、企业经营情况分析

5、企业营销模式分析

6、企业品牌建设情况

7、企业竞争优势分析

8、企业最新发展动态

十八、新疆伊力特实业股份有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业营销渠道及分布

3、企业产品结构分析

4、企业经营情况分析

5、企业营销模式分析

6、企业品牌建设情况

7、企业竞争优势分析

8、企业最新发展动态

十九、古贝春集团有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业营销渠道及分布

3、企业产品结构分析

4、企业经营情况分析

5、企业营销模式分析

6、企业品牌建设情况

7、企业竞争优势分析

8、企业最新发展动态

二十、四特酒有限责任公司

1、企业发展概况分析

2、企业营销渠道及分布

3、企业产品结构分析

4、企业经营情况分析

5、企业营销模式分析

6、企业品牌建设情况

7、企业竞争优势分析

8、企业最新发展动态

二十一、河南省张弓酒业有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业营销渠道及分布

3、企业产品结构分析

4、企业经营情况分析

5、企业营销模式分析

6、企业品牌建设情况

7、企业竞争优势分析

8、企业最新发展动态

二十二、河南省宋河酒业股份有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业营销渠道及分布

3、企业产品结构分析

4、企业经营情况分析

5、企业营销模式分析

6、企业品牌建设情况

7、企业竞争优势分析

8、企业最新发展动态

二十三、泰山酒业集团股份有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业营销渠道及分布

3、企业产品结构分析

4、企业经营情况分析

5、企业营销模式分析

6、企业品牌建设情况

7、企业竞争优势分析

8、企业最新发展动态

二十四、承德乾隆醉酒业有限责任公司

1、企业发展概况分析

2、企业营销渠道及分布

3、企业产品结构分析

4、企业经营情况分析

5、企业营销模式分析

6、企业品牌建设情况

7、企业竞争优势分析

8、企业最新发展动态

二十五、内蒙古河套酒业集团股份有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业营销渠道及分布

3、企业产品结构分析

4、企业经营情况分析

5、企业营销模式分析

6、企业品牌建设情况

7、企业竞争优势分析

8、企业最新发展动态

二十六、酒鬼酒股份有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业营销渠道及分布

3、企业产品结构分析

4、企业经营情况分析

5、企业营销模式分析

6、企业品牌建设情况

7、企业竞争优势分析

8、企业最新发展动态

二十七、安徽口子酒业股份有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业营销渠道及分布

3、企业产品结构分析

4、企业经营情况分析

5、企业营销模式分析

6、企业品牌建设情况

7、企业竞争优势分析

8、企业最新发展动态

二十八、山东扳倒井股份有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业营销渠道及分布

3、企业产品结构分析

4、企业经营情况分析

5、企业营销模式分析

6、企业品牌建设情况

7、企业竞争优势分析

8、企业最新发展动态

二十九、北京红星股份有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业营销渠道及分布

3、企业产品结构分析

4、企业经营情况分析

5、企业营销模式分析

6、企业品牌建设情况

7、企业竞争优势分析

8、企业最新发展动态

三十、河北衡水老白干酒业股份有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业营销渠道及分布

3、企业产品结构分析

4、企业经营情况分析

5、企业营销模式分析

6、企业品牌建设情况

7、企业竞争优势分析

8、企业最新发展动态

第十四章 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、2026-2031年白酒市场发展潜力

二、2026-2031年白酒市场发展前景展望

三、2026-2031年白酒细分行业发展前景分析

第二节 2026-2031年白酒行业发展影响因素分析

一、行业发展的有利因素

1、宏观经济

2、消费基础

3、消费升级

二、行业发展的不利因素

第三节 2026-2031年白酒市场发展趋势预测

一、2026-2031年白酒行业发展趋势

1、技术发展趋势分析

2、产品发展趋势分析

3、产品应用趋势分析

二、2026-2031年白酒市场规模预测

三、2026-2031年白酒行业应用趋势预测

四、2026-2031年细分市场发展趋势预测

第四节 2026-2031年中国白酒行业供需预测

一、2026-2031年中国白酒企业数量预测

二、2026-2031年中国白酒行业产量预测

三、2026-2031年中国白酒消费量预测

四、2026-2031年中国白酒行业需求预测

五、2026-2031年中国白酒行业供需平衡预测

第五节 疫情影响下白酒行业发展现状及未来趋势

一、疫情对白酒行业的影响分析

二、后疫情时代，酒企营销面临的困境

1、行业竞争激烈，可分配资源少

2、产品单一，细分市场不到位导致营销手段受限

3、消费需求升级，消费者个性化需要提升

三、疫情影响下白酒行业线上营销状况

四、后疫情时代白酒行业市场消费趋势

第十五章 2026-2031年白酒行业投资及风险

第一节 白酒行业投资特性分析

一、白酒行业进入壁垒分析

二、白酒行业盈利因素分析

三、白酒行业盈利模式分析

第二节 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

第三节 2026-2031年白酒行业投资机会

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

四、白酒行业投资机遇

第四节 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

第五节 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

第十六章 白酒行业营销模式变化及产品策略分析

第一节 白酒营销模式发展变化

一、市场进一步细分

二、品牌内涵提升

三、产品不断创新

四、渠道嫁接

第二节 白酒企业的微信营销模式

一、口碑营销

二、互动营销

三、定制营销

第三节 白酒产品营销策略

一、产品策略

1、调整产品结构，突出大众特色

2、适时推陈出新，做好新老交替

3、合理划分产品档次，保持品牌定位协调

4、重视新品开发，科学稳健推广

二、价格策略

1、巧妙运用心理定价策略

2、缩小中高档产品之间的价格空档

3、制定合理的价格体系

三、渠道策略

1、分销渠道应与产品价格有机统一

2、加强销售价格指导和管控，减少各地经销策略差异

3、严格执行既定的渠道政策，加强厂商协作

4、线上线下并重，健全完善分销网络

四、促销策略

1、广告策略的制定

2、销售促进策略的制定

3、人员推销策略的制定

4、公共关系策略的制定

第四节 白酒企业全渠道营销模式构建

一、白酒企业全渠道营销模式的构建

1、以消费者为中心的多渠道产品、信息、服务、渠道融合

2、构建以信息交互为中心的大数据平台

二、白酒企业全渠道营销模式下的策略选择

1、产品策略

2、价格策略

3、渠道策略

4、信息策略

第五节 白酒营销渠道模式及优化作用机制分析

一、白酒营销渠道模式构成要素

1、白酒营销渠道成员组织组成分析

2、白酒营销渠道结构

3、准确认识白酒营销渠道成员组织之间的关系

二、全面分析白酒营销渠道模式优化的外部作用机制

1、立足政治法律角度对白酒营销渠道模式优化的分析

2、白酒营销渠道模式优化受制于经济因素

3、社会文化因对白酒营销渠道模式优化产生影响

4、信息技术飞速发展对白酒营销渠道模式优化产生影响

三、系统介绍白酒营销渠道模式优化内部作用机制

1、白酒营销渠道动力机制需要与时俱进

2、对白酒营销渠道权力机制变革的分析

3、新时期白酒营销渠道信息机制的变革

四、对白酒行业营销渠道模式发展趋势的探讨

1、营销渠道模式更加区域扁平化的模式

2、关系型的白酒营销渠道模式彰显优势

3、白酒营销渠道模式凸显多元化特征

第十七章 研究结论及投资建议

第一节 白酒行业研究结论及建议

第二节 白酒子行业研究结论及建议

第三节 白酒行业投资建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录

图表：2021-2026年和全年gdp初步核算数据

图表：gdp同比增长速度

图表：gdp环比增长速度

图表：各月累计营业收入与利润总额同比增速

图表：每百元营业收入成本与收入利润率

图表：2021-2026年分经济类型营业收入与利润总额增速

图表：全国固定资产投资同比增速

图表：2021-2026年全国居民人均消费支出及构成

图表：2021-2026年全国居民人均可支配收入平均数与中位数

图表：白酒行业税收政策

图表：白酒行业相关标准

图表：历次人口普查城乡人口

图表：2021-2026年全球最有价值10大烈酒品牌

图表：2021-2026年中国规模以上白酒企业销售收入

图表：2021-2026年中国规模以上白酒行业资产总计

图表：2021-2026年中国规模以上白酒企业总产值

图表：2021-2026年中国规模以上白酒企业利润总额

图表：2021-2026年中国规模以上白酒企业市场规模

图表：2021-2026年中国规模以上白酒企业线上销售额

图表：2021-2026年中国规模以上白酒企业数量

图表：白酒行业重点企业白酒线上排名

图表：2021-2026年中国白酒行业盈利能力

图表：2021-2026年中国白酒行业偿债能力

图表：2021-2026年中国白酒行业营运能力

图表：2021-2026年中国白酒行业发展能力

图表：2021-2026年白酒行业产量

图表：2021-2026年全国规模以上白酒企业总销量

图表：白酒进出口税率

图表：安徽市场部分白酒企业品牌形象分析

图表：2021-2026年北京市白酒销售收入

图表：2021-2026年北京白酒行业产品结构占比

图表：2021-2026年上海市白酒销售收入

图表：2021-2026年上海白酒行业产品结构占比

图表：2021-2026年山东省白酒行业产品结构占比

图表：2021-2026年四川省白酒产品结构占比

图表：2021-2026年贵州省白酒行业产品结构占比

图表：2021-2026年江苏省白酒行业产品结构占比

图表：2021-2026年浙江省白酒行业产品结构占比

图表：2021-2026年湖北省白酒行业产品结构占比

图表：2021-2026年福建省白酒行业产品结构占比

图表：2021-2026年我国白酒行业企业集中度

图表：中国贵州茅台酒厂(集团)有限责任公司分销渠道层次

图表：2021-2026年贵州茅台主要财务指标情况

图表：2021-2026年五粮液主要财务指标情况

图表：2021-2026年洋河酒厂主要财务指标情况

图表：2021-2026年泸州老窖主要财务指标情况

图表：2021-2026年古井贡酒主要财务指标情况

图表：2021-2026年杏花村汾酒主要财务指标情况

图表：剑南春集团有限责任公司营销网络分布

图表：2021-2026年水井坊主要财务指标情况

图表：2026-2031年白酒市场容量预测

图表：2026-2031年中国白酒行业规模以上企业数量

图表：2026-2031年中国白酒行业产量预测

图表：2026-2031年中国白酒消费量预测

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：253515

本文地址：https://www.51baogao.cn/baogao/20220326/253515.shtml

在线订购：点击这里