

中国竹筒酒行业市场深度调研及竞争格局与发展前景展望预测研究报告(2024-2029版)

报告简介

竹筒酒作为白酒行业特色鲜明的组成部分，是众多白酒爱好者非常喜爱的对象。竹筒酒不仅口味好，给予消费者味觉上的享受，且还可以用作比较高档的礼品。随着国务院发布健康中国2030规划纲要后，迅速在全国掀起了“大健康”的热潮，而借此大势，作为白酒行业的垂直细分品品类，竹筒酒在这几年扶摇直上发展迅猛!已经诞生了众多具有影响力和深受消费者喜欢的竹筒酒明星品牌。

《中国养生酒发展白皮书》数据显示：国际上，保健酒、养生酒及营养酒的消费量约占酒类(含白酒、葡萄酒、果酒等)消费总量的12%。目前，我国保健酒在行业销售总规模中占比不足5%。行业数据显示，截至2021年，我国保健酒市场规模达467亿元，预计2024年有望达到580亿元。竹筒酒作为一款具有保健效果的酒类，符合大健康时代下的发展需求，目前已经得到了政府和相关部门的高度认可和支持，市场发展前景被看好。

在品牌影响力方面，花瑶竹筒酒作为前两届的竹筒酒第一品牌，依然遥遥领先其他竹筒酒品牌。惊喜点是，黑马品牌三杯富硒竹筒酒取得了第二名的成绩，这跟三杯富硒竹筒酒这两年的品牌建设、模式创新、产品创新有重大关系。第三名君玉竹筒酒作为后起之秀，产品丰富，价格涵盖从低到高，在南方市场有不俗的影响力。产自福建的客家醉竹筒酒，以线下渠道为主，在东南沿海拥有众多消费者。

竹筒酒作为一款健康特色的农产品，已经得到了政府和相关部门的高度认可和支持，顺应大健康时代的发展需求，在国家对竹筒酒行业高度重视和扶持下，相信竹筒酒行业定会继续朝着健康正规的方向，迎来更快更稳的高速发展期。

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、国家食品药品监督管理局、国务院发展研究中心、中国竹筒酒业协会、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，对中国竹筒酒行业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、新产品与技术等进行了分析，并重点分析了中国竹筒酒行业发展状况和特点，以及中国竹筒酒行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球竹筒酒行业发展态势作了详细分析，并对竹筒酒行业进行了趋向研判，是竹筒酒生产、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前竹筒酒行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分 产业环境透视

第一章 竹筒酒行业发展综述

第一节 竹筒酒行业定义及特征

一、竹筒酒定义

二、竹筒酒分类

三、竹筒酒功效

第二节 竹筒酒行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

三、行业产业链上游相关行业分析

四、行业下游产业链相关行业分析

五、上下游行业影响及风险提示

第二章 竹筒酒行业市场环境及影响分析 (pest)

第一节 竹筒酒行业政治法律环境(p)

一、行业管理体制分析

二、行业主要法律法规

三、竹筒酒行业标准

四、行业相关发展规划

五、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析(e)

一、国内宏观经济形势分析

二、未来五年中国经济形势预测

三、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 行业社会环境分析(s)

一、竹筒酒产业社会环境

二、社会环境对行业的影响

三、竹筒酒产业发展对社会发展的影响

第四节 行业技术环境分析(t)

一、竹筒酒行业技术发展现状

二、竹筒酒行业技术人才现状

三、竹筒酒行业技术发展动态

四、行业主要技术发展趋势

五、技术环境对行业的影响

第三章 竹筒酒消费者行为分析

第一节 消费人群构成分析

一、消费者年龄结构

二、消费者收入水平

三、消费者学历水平

四、消费者性别比例

五、消费者职业结构

第二节 消费者主要目的

一、自己品尝

二、赠送礼品

三、收藏储存

第三节 消费的季节性特点分析

一、各季节消费量结构分析

二、节假日消费特点分析

三、不同季节消费产品结构

第四节 消费市场的地域特点分析

一、不同地域产品消费特点

二、不同地域季节消费特点

三、不同地域消费价格特点

第五节 消费者购买渠道分析

一、厂家直销

二、专卖店

三、商超

四、网购

第六节 消费者购买影响因素分析

一、品牌

二、产地

三、质量

四、包装

五、服务

第二部分 市场深度调研

第四章 中国竹筒酒行业运行现状分析

第一节 中国竹筒酒行业发展状况分析

一、行业发展历程和阶段

二、行业发展概况及特点

三、行业发展存在的问题及对策

四、行业商业模式分析

第二节 2019-2023年竹筒酒行业运行现状分析

一、行业市场规模分析

二、行业销售额分析

三、行业产销量分析

四、行业利润总额分析

五、行业产品市场结构分析

第四节 2019-2023年中国竹筒酒行业企业分析

一、企业数量变化分析

二、不同规模企业结构分析

第五节 中国竹筒酒市场价格走势分析

一、竹筒酒市场定价机制组成

二、竹筒酒市场价格影响因素

三、2022-2023年竹筒酒价格走势分析

四、2023-2027年竹筒酒价格走势预测

第五章 中国竹筒酒行业市场供需形势及进出口分析

第一节 中国竹筒酒行业市场供需平衡分析

一、中国竹筒酒行业市场供给分析

1、中国竹子种植面积

2、中国竹筒酒行业产品产量分析

3、重点企业产能及占有份额

二、中国竹筒酒行业市场需求分析

1、竹筒酒行业需求市场

2、竹筒酒行业客户结构

3、竹筒酒行业需求的地区差异

三、中国竹筒酒行业市场供需平衡分析

第二节 中国竹筒酒行业进出口分析

一、竹筒酒行业出口市场分析

1、行业出口整体情况

2、行业出口总额分析

3、行业出口产品结构

二、竹筒酒行业进口市场分析

1、行业进口整体情况

2、行业进口总额分析

3、行业进口产品结构

三、中国竹筒酒出口面临的挑战及对策

四、竹筒酒行业进出口前景及建议

第三部分 市场全景调研

第六章 竹筒酒行业十大品牌发展模式分析

第一节 花瑶竹酒发展模式分析

一、生产模式分析

二、经营模式分析

三、渠道模式分析

四、盈利模式分析

第二节 三杯富硒竹酒发展模式分析

一、生产模式分析

二、经营模式分析

三、渠道模式分析

四、盈利模式分析

第三节 君玉竹酒发展模式分析

一、生产模式分析

二、经营模式分析

三、渠道模式分析

四、盈利模式分析

第四节 客家醉竹酒发展模式分析

一、生产模式分析

二、经营模式分析

三、渠道模式分析

四、盈利模式分析

第五节 天然香竹酒发展模式分析

一、生产模式分析

二、经营模式分析

三、渠道模式分析

四、盈利模式分析

第六节 牙梳山竹酒发展模式分析

一、生产模式分析

二、经营模式分析

三、渠道模式分析

四、盈利模式分析

第七节 竹酒坊竹酒发展模式分析

一、生产模式分析

二、经营模式分析

三、渠道模式分析

四、盈利模式分析

第八节 林天露竹酒发展模式分析

一、生产模式分析

二、经营模式分析

三、渠道模式分析

四、盈利模式分析

第九节 品竹仙竹酒发展模式分析

一、生产模式分析

二、经营模式分析

三、渠道模式分析

四、盈利模式分析

第十节 醉翁仙竹酒发展模式分析

一、生产模式分析

二、经营模式分析

三、渠道模式分析

四、盈利模式分析

第七章 中国竹筒酒行业营销趋势及策略分析

第一节 疫情影响下中国竹筒酒营销的发展状况

一、中国竹筒酒营销的发展阶段

1、品牌认识的简单化

2、竹筒酒品牌定位模糊

3、竹筒酒品牌传播影响力不够

4、品牌保护意识淡薄

二、中国竹筒酒营销模式分析

三、中国竹筒酒营销亟待解决的问题

第二节 中国竹筒酒渠道营销途径状况分析

一、竹筒酒企业的渠道困境

二、竹筒酒市场渠道商状况

三、竹筒酒渠道商之间的博弈

四、竹筒酒渠道困境的根本原因

第四节 竹筒酒文化营销的探析

一、竹酒文化是竹筒酒行业的核心竞争力

二、竹筒酒文化营销的现存方式

三、竹筒酒文化营销的不成熟表现

四、竹筒酒文化营销的误区及对策

第五节 中国竹筒酒行业营销策略

一、竹筒酒行业营销误区的对策

二、竹筒酒营销的创新策略

三、竹筒酒行业淡季营销策略分析

四、竹筒酒营销的盈利模式探索

第六节 区域强势竹筒酒品牌的营销战略

一、差异化营销战略

二、生动化营销战略

三、人性化营销战略

第四部分 竞争格局分析

第八章 2023-2027年竹筒酒行业竞争形势分析

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、竹筒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、竹筒酒行业swot分析

1、竹筒酒行业优势分析

2、竹筒酒行业劣势分析

3、竹筒酒行业机会分析

4、竹筒酒行业威胁分析

第二节 竹筒酒行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 中国竹筒酒行业竞争格局综述

一、行业品牌竞争格局

二、行业企业竞争格局

三、行业产品竞争格局

第九章 竹筒酒行业区域市场分析

第一节 行业总体区域结构特征分析

一、行业区域结构总体特征

二、行业企业区域集分布

三、行业区域市场分布特点

第二节 云南竹筒酒行业发展分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第三节 湖南竹筒酒行业发展分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第四节 贵州竹筒酒行业发展分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第五节 福建竹筒酒行业发展分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第六节 湖北竹筒酒行业发展分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第七节 江西竹筒酒行业发展分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第十章 中国竹筒酒行业重点企业经营分析

第一节 邵阳花瑶人家农业发展有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业品牌建设分析
- 四、企业销售渠道与网络
- 五、企业主要市场分布

第二节 龙酒(福建)酒业有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业品牌建设分析
- 四、企业销售渠道与网络
- 五、企业主要市场分布

第三节 深圳市醉竹居士酒业有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业品牌建设分析
- 四、企业销售渠道与网络
- 五、企业主要市场分布

第四节 汾阳市杏宇酒业有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业品牌建设分析
- 四、企业销售渠道与网络
- 五、企业主要市场分布

第五节 安徽省大别山竹筒酒业有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业品牌建设分析

四、企业销售渠道与网络

五、企业主要市场分布

第六节 武夷山竹娘酒业有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业品牌建设分析

四、企业销售渠道与网络

五、企业主要市场分布

第七节 江西井冈酒业有限责任公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业品牌建设分析

四、企业销售渠道与网络

五、企业主要市场分布

第八节 咸宁隽州篁酒业有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业品牌建设分析

四、企业销售渠道与网络

五、企业主要市场分布

第九节 湖南九霄酒业有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业品牌建设分析

四、企业销售渠道与网络

五、企业主要市场分布

第十节 福建漳州绿之韵生物科技有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业品牌建设分析

四、企业销售渠道与网络

五、企业主要市场分布

第五部分 发展前景展望

第十一章 2023-2027年竹筒酒行业前景及趋势预测

第一节 2023-2027年竹筒酒市场发展前景

一、竹筒酒市场发展潜力

二、竹筒酒市场发展前景展望

三、竹筒酒细分行业发展前景分析

第二节 2023-2027年竹筒酒市场发展趋势预测

一、2023-2027年竹筒酒行业发展趋势

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、2023-2027年竹筒酒市场规模预测

1、竹筒酒行业市场容量预测

2、竹筒酒行业销售收入预测

三、2023-2027年竹筒酒行业应用趋势预测

四、2023-2027年细分市场发展趋势预测

第三节 2023-2027年中国竹筒酒行业供需预测

一、2023-2027年中国竹筒酒企业数量预测

二、2023-2027年中国竹筒酒行业产量预测

三、2023-2027年中国竹筒酒市场销量预测

四、2023-2027年中国竹筒酒行业需求预测

五、2023-2027年中国竹筒酒行业供需平衡预测

第十二章 2023-2027年竹筒酒行业投资机会与风险防范

第一节 中国竹筒酒行业投资特性分析

一、竹筒酒行业进入壁垒分析

二、竹筒酒行业盈利模式分析

三、竹筒酒行业盈利因素分析

第二节 中国竹筒酒行业投资情况分析

一、竹筒酒行业总体投资及结构

二、竹筒酒行业投资规模情况

三、竹筒酒行业投资项目分析

第三节 中国竹筒酒行业投资风险

一、竹筒酒行业供求风险

二、竹筒酒行业关联产业风险

三、竹筒酒行业产品结构风险

四、竹筒酒行业技术风险

第四节 竹筒酒行业投资机会

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、竹筒酒行业投资机遇

第六部分 发展战略研究

第十三章 竹筒酒行业发展战略研究

第一节 竹筒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 对中国竹筒酒品牌的战略思考

一、竹筒酒品牌的重要性

二、竹筒酒实施品牌战略的意义

三、竹筒酒企业品牌的现状分析

四、中国竹筒酒企业的品牌战略

五、竹筒酒品牌战略管理的策略

第三节 竹筒酒行业经营策略分析

一、竹筒酒市场细分策略

二、竹筒酒市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、竹筒酒新产品差异化战略

第四节 竹筒酒行业投资战略研究

一、后疫情时代竹筒酒企业投资战略

二、2023-2027年竹筒酒行业投资战略

三、2023-2027年细分行业投资战略

图表目录

图表：竹筒酒行业生命周期

图表：竹筒酒行业产业链结构

图表：竹筒酒行业消费者年龄结构

图表：竹筒酒行业消费者收入水平

图表：竹筒酒行业消费者性别比例

图表：2019-2023年竹筒酒行业产品市场结构分析

图表：2019-2023年竹筒酒行业企业数量变化分析

图表：2019-2023年竹筒酒行业不同规模企业结构分析

图表：2019-2023年竹筒酒行业不同性质企业结构分析

图表：2019-2023年竹筒酒行业从业人员数量分析

图表：2019-2023年竹筒酒价格走势分析

图表：2023-2027年竹筒酒价格走势预测

图表：2019-2023年中国竹筒酒行业市场规模

图表：2019-2023年竹筒酒行业销售额

图表：2019-2023年竹筒酒行业利润总额

图表：2019-2023年竹筒酒行业产销量

图表：2019-2023年竹筒酒市场价格走势

图表：2019-2023年竹筒酒行业产能分析

图表：2019-2023年竹筒酒行业产量分析

图表：2019-2023年竹筒酒行业需求总量分析

图表：2019-2023年竹筒酒行业进口数据

图表：2019-2023年竹筒酒行业出口数据

图表：2023-2027年竹筒酒行业市场规模预测

图表：2023-2027年竹筒酒行业销售收入预测

图表：2023-2027年竹筒酒行业产量预测

把握投资 决策经营！

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

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/baogao/20230908/455327.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)