

中国大众白酒行业市场前景及趋势预测与投资分析研究报告(2026-2031版)

报告简介

大众白酒是指价格在100元至300元之间的白酒产品，这类产品主要面向普通消费者，注重性价比和日常饮用需求。

目前，大众白酒市场呈现出快速增长的趋势。高端白酒市场面临库存高企和价格倒挂的问题，而大众价格带的白酒产品销量较好。300元以下的价格带成为市场动销最好的前三名之一，显示出消费者在选择白酒时更加注重性价比，不再盲目追求高端品牌或昂贵价格。此外，低度酒在大众白酒市场中也逐渐受到认可，解决了消费疲软下的“性价比”问题。

大众白酒的趋势：

性价比提升：消费者在选择白酒时更加注重性价比，不再盲目追求高端品牌或昂贵价格。大众价格带的白酒产品销量较好，显示出消费者对性价比的重视。

低度酒兴起：低度酒在市场中逐渐崭露头角，以其不易造成负担、口感柔和等特点吸引了大量新饮酒者和女性消费群体的青睐。

品质提升：随着消费理性化的趋势，消费者开始追求品质与文化内涵的结合。许多酒企注重原材料的优化和生产工艺的严格把控，以确保大众白酒的品质。

多样化发展：酒企推出多样化的产品线，包括低度、健康的白酒产品，以适应健康饮酒的趋势。光瓶酒也在品质和包装设计上不断创新，满足现代消费者对美酒的更高追求。

大众白酒的前景：

未来，大众白酒市场将继续保持增长态势。随着消费理性化的进一步发展，消费者对性价比的追求将更加明确。同时，低度酒和健康饮酒的趋势也将推动大众白酒市场的进一步发展。酒企需要通过优化产品

品质、推出多样化的产品线来满足市场需求，从而在竞争激烈的市场中脱颖而出。

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、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、全国及海外相关报刊杂志的基础信息以及大众白酒行业研究单位等公布和提供的大量资料。报告对我国大众白酒行业的供需状况、发展现状、子行业发展变化等进行了分析，重点分析了国内外大众白酒行业的发展现状、如何面对行业的发展挑战、行业的发展建议、行业竞争力，以及行业的投资分析和趋势预测等等。报告还综合了大众白酒行业的整体发展动态，对行业在产品方面提供了参考建议和具体解决办法。报告对于大众白酒产品生产企业、经销商、行业管理部门以及拟进入该行业的投资者具有重要的参考价值，对于研究我国大众白酒行业发展规律、提高企业的运营效率、促进企业的发展壮大有学术和实践的双重意义。

本报告也可以用于专精特新“小巨人”申请申报。

报告目录

第一章 2021-2026年中国大众白酒市场现状分析

第一节 2021-2026年中国大众白酒市场运行分析

- 一、2021-2026年中国大众白酒产量
- 二、2021-2026年中国大众白酒制造工业总产值
- 三、2021-2026年中国大众白酒市场特点
- 四、2021-2026年我国大众白酒产业显着发展的原因

第二节 2021-2026年中国大众白酒市场运行分析

- 一、2021-2026年中国大众白酒产量
- 二、2021-2026年中国大众白酒产值情况
- 三、2021-2026年大众白酒收入与利润情况

四、2021-2026年度中国大众白酒十大新闻事件

五、2021-2026年全国大众白酒销量排行

六、2021-2026年大众白酒发展总结

第三节 2021-2026年部分地区市场运营分析

一、2021-2026年四川大众白酒市场运行

二、2021-2026年河北大众白酒实现利润情况

三、2021-2026年湖南省酒产量突破百万吨大关

第四节 2026-2031年中国大众白酒市场运行及预测分析

一、2021-2026年二线大众白酒销售回暖

二、2026-2031年大众白酒行业面临的机遇与挑战

三、2026-2031年大众白酒发展预测

第五节 2026-2031年中国大众白酒期待与隐忧

一、期待：资本整合大众白酒行业

二、隐忧：年份酒会不会成大众白酒行业的三聚氰胺

第二章 中国大众白酒业竞争格局分析

第一节 大众白酒市场竞争特点分析

一、餐饮终端是酒类产品的竞争焦点

二、中档酒是新生大众白酒品牌的最佳立足空间

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、商务用酒占有很大的消费比例

六、地域市场品牌仍占消费主流

第二节 大众白酒后竞争阶段的特点分析

第三节 大众白酒竞争格局分析

一、大众白酒进入竞争新阶段

二、中国大众白酒市场竞争加剧

三、大众白酒寡头格局已经形成

四、洋巨头绕过外资控股禁令扰动大众白酒市场格局

第四节 大众白酒文化竞争的战略制高点分析

一、大众白酒全球化的战略制高点

二、大众白酒行业竞争的战略制高点

三、大众白酒企业在两个战略制高点中寻找自己的定位

第五节 中小大众白酒企业相对竞争力分析

一、相对竞争力分析

二、业务专注就是竞争力

三、执行力就是竞争力

第六节 2026-2031年中国大众白酒发展格局分析

一、2026-2031年大众白酒行业“新”挑战

二、2026-2031年大众白酒行业发展“新”格局

第三章 中国大众白酒业发展趋势

第一节 2026-2031年大众白酒产业的发展趋势

一、大众白酒化进一步明显

二、二线区域品牌将成主角

第二节 大众白酒业规模化、跨地域化的发展趋势

一、规模化趋势

二、跨地域化趋势

第三节 中国大众白酒行业的未来发展趋势

一、发展品牌是关键

二、理念和思路是成功的基石

三、诸侯割据、区域为王

四、消费档次趋向中、高档化

五、高度酒回流

六、贴牌、买断产品将继续冲击市场

七、消费者消费越来越趋向名酒化

八、重点市场或区域中心直营

九、市场多元化细分

十、品质的返璞归真

第四节 中国大众白酒品牌发展趋势

第四章 中国大众白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

1、行业区域分布总体特征

2、行业企业区域分布

3、行业区域销售收入分析

二、行业区域集中度分析

第二节 贵州省大众白酒行业发展分析及预测

- 1、贵州省大众白酒行业产销情况分析
- 2、贵州省大众白酒行业市场竞争格局分析
- 3、贵州省大众白酒行业市场集中度分析
- 4、贵州省大众白酒行业发展趋势预测

第三节 贵州省大众白酒市场分析

一、贵州省大众白酒行业市场需求分析

- 1、贵州省大众白酒行业销售收入分析
 - 2、贵州省大众白酒行业销售产品结构分析
- #### 二、贵州省大众白酒行业市场竞争格局分析
- 三、贵州省大众白酒行业消费集中度分析
- #### 四、贵州省大众白酒行业发展前景预测

第五章 大众白酒行业消费者分析

第一节 消费者的大众白酒需求分析及消费群体的构成

- 一、大众白酒主力消费群分析
- 二、大众白酒主力消费群消费需求价值分析

第二节 “80后”大众白酒消费群体分析

- 一、“80后”群体的特征
- 二、企业面对“80后”的对策

第三节 我国大众白酒行业消费特征

- 一、渠道价值不可低估
- 二、中档酒是新生大众白酒品牌的最佳立足空间
- 三、餐饮终端是酒类竞争焦点

四、促销方式以单纯产品为主

五、地域市场品牌占消费主流

六、商务用酒消费比例

七、高档大众白酒品牌竞争

八、竞争格局多级化发展

九、行业集中度提高

十、大众白酒消费更趋理性

第四节 大众白酒消费行为特点分析

一、群体性

二、层次性

三、从众性

四、特定的时间性

五、地域差异性

第五节 大众白酒消费者行为分析

一、消费者喝的最多的大众白酒品牌

二、消费者最喜欢喝哪种香型的大众白酒

三、消费者喝的最多的大众白酒产品是哪个度数

四、消费者认为好的大众白酒产品应具备的核心条件

五、消费者在家里和饭馆喝大众白酒哪个多

六、消费者认为购买自己喝的大众白酒多少钱一瓶最合适

七、消费者认为购买礼品大众白酒多钱一瓶最合适

八、消费者平均每月自己喝大众白酒的花费

九、消费者一般是在什么地点购买大众白酒产品

第六节 经销商大众白酒市场调查

一、大众白酒产品市场现状

二、主流品牌市场现状

三、消费者行为现状

四、大众白酒品牌发展前景

第七节 大众白酒消费趋势分析

一、消费群体年轻化

二、消费需求个性化

三、产品和饮用方式健康化

四、低端产品品牌化

五、产品区域化

第六章 中国大众白酒业营销分析

第一节 酱香时代大众白酒品牌营销对策

第二节 中国大众白酒企业的渠道策略

一、何谓渠道精耕

二、渠道精耕的内容与表现形式

三、渠道精耕的实施

四、渠道精耕的组织、实施及检查

五、渠道精耕的实施条件

第七章 2021-2026年中国大众白酒市场现状分析

第一节 2021-2026年中国大众白酒市场运行分析

一、2021-2026年中国大众白酒产量

二、2021-2026年中国大众白酒制造工业总产值

三、2021-2026年中国大众白酒市场特点

四、2021-2026年我国大众白酒产业显着发展的原因

第二节 2021-2026年中国大众白酒市场运行分析

一、2021-2026年中国大众白酒产量

二、2021-2026年中国大众白酒产值情况

三、2021-2026年大众白酒收入与利润情况

四、中国大众白酒重大新闻事件

五、2021-2026年全国大众白酒品牌排行

六、2021-2026年各季度大众白酒发展总结

第三节 2021-2026年部分

第四节 2026-2031年中国大众白酒市场运行及预测分析

一、2021-2026年大众白酒产量

二、2026-2031年大众白酒行业面临的机遇与挑战

三、2026-2031年大众白酒发展预测

第五节 2026-2031年中国大众白酒期待与隐忧

一、期待

二、隐忧

第八章 中国大众酒标竿企业竞争对比及关键性财务数据分析

第一节 枝江

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

第二节 丰谷

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

第三节 迎驾

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

第四节 沱牌

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

第五节 洋河

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

第六节 杏花村汾酒

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

第九章 中国大众白酒业竞争格局分析

第一节 大众白酒市场竞争特点分析

一、大众白酒得到越来越多人的认可

二、中档酒是新生大众白酒品牌的最佳立足空间

三、中国酱酒正式进入位次重构期

四、消费结构从倒金字塔转向橄榄型

五、产品结构和组织结构面临双重调整

六、缩小与浓香品类的规模差距和消费差距

七、品牌混乱，标准不清

第二节 大众白酒后竞争阶段的特点分析

第三节 大众白酒竞争格局分析

一、大众白酒竞争格局依旧

二、中国大众白酒市场竞争加剧

三、大众白酒寡头格局已经稳定

第四节 大众白酒文化竞争的战略制高点分析

一、大众白酒全球化的战略制高点

二、大众白酒行业竞争的战略制高点

第五节 中小大众白酒企业相对竞争力分析

一、相对竞争力分析

二、业务专注就是竞争力

三、执行力就是竞争力

第六节 2026-2031年中国大众白酒发展格局分析

一、2026-2031年大众白酒行业“新”挑战

二、2026-2031年大众白酒行业发展“新”格局

第十章 中国大众白酒业发展趋势

第一节 2026-2031年大众白酒产业的发展趋势

第二节 大众白酒业规模化、跨地域化的发展趋势

第三节 中国大众白酒行业的未来发展趋势

第四节 中国大众白酒品牌发展趋势

第十一章 中国大众白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

1、行业区域分布总体特征

2、行业企业区域分布

3、行业区域资产规模分析

二、行业区域集中度分析

中国大众白酒产地集中度分析

第二节 贵州省大众白酒行业发展分析及预测

- 一、贵州省大众白酒行业产销情况分析
- 二、贵州省大众白酒行业市场竞争格局分析
- 三、贵州省大众白酒行业市场集中度分析
- 四、贵州省大众白酒行业发展趋势预测

第三节 贵州省大众白酒市场分析

- 一、贵州省大众白酒行业市场需求分析
 - 1、贵州省大众白酒行业销售收入分析
 - 2、贵州省大众白酒行业销售产品结构分析
- 二、贵州省大众白酒行业市场竞争格局分析
- 三、贵州省大众白酒行业消费集中度分析
- 四、贵州省大众白酒行业发展前景预测

第十二章 大众白酒行业消费者分析

第一节 消费者的大众白酒需求分析及消费群体的构成

- 一、大众白酒主力消费群分析
- 二、大众白酒主力消费群消费需求价值分析

第二节 “80后”大众白酒消费群体分析

- 一、“80后”群体的特征
- 二、企业面对“80后”的对策

第三节 我国大众白酒行业消费特征

第四节 大众白酒消费行为特点分析

第五节 大众白酒消费者行为分析

- 一、消费者喝的最多的大众白酒品牌

- 二、消费者最喜欢喝哪个品牌的大众白酒
- 三、消费者喝的最多的大众白酒产品是哪个度数
- 四、消费者认为好的大众白酒产品应具备的核心条件
- 五、消费者在家里和饭馆喝大众白酒哪个多
- 六、消费者认为购买自己喝的大众白酒多少钱一瓶最合适
- 七、消费者认为购买礼品大众白酒多钱一瓶最合适
- 八、消费者平均每月自己喝大众白酒的花费
- 九、消费者一般是在什么地点购买大众白酒产品

第十三章 中国大众白酒业营销分析

第一节 中国大众白酒营销结构分析

第二节 中国大众白酒网络营销渠道分析

- 一、网络营销渠道的优势
- 二、网络营销渠道的份额
- 三、网络营销渠道的发展潜力

第三节 中国大众白酒营销策略建议

图表目录

图表：消费者认为购买自己喝的大众白酒多少钱一瓶最合适

图表：消费者认为购买礼品大众白酒多钱一瓶最合适

图表：消费者平均每月自己喝大众白酒的花费

图表：行业区域资产规模分析

图表：中国大众白酒产地集中度分析

图表：2021-2026年贵州省大众白酒所属行业产销率分析

图表：贵州省大众白酒行业销售收入(贵州省内)

图表：消费者最喜欢喝哪个品牌的大众白酒

图表：消费者喝的最多的大众白酒产品是哪个度数

图表：消费者在家里和饭馆喝大众白酒哪个次数多

图表：消费者认为购买自己喝的大众白酒多少钱一瓶最合适

图表：消费者认为购买礼品大众白酒多钱一瓶最合适

图表：消费者平均每月自己喝大众白酒的花费

图表：消费者一般是在什么地点购买大众白酒产品

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

报告编号：1552231

本文地址：<https://www.51baogao.cn/baogao/20250108/1552231.shtml>

在线订购：[点击这里](#)