

2026-2031年中国大众白酒行业发展趋势分析及投资前景预测研究报告

报告简介

大众白酒是白酒产业面向普通消费群体的主流细分领域，主打高性价比与亲民定位，依托传统酿造工艺生产，适配日常饮用、家庭聚餐、大众宴席等基础消费场景。作为白酒市场的基本盘，行业产业链衔接原料供应、酿造生产、区域分销与终端零售，兼顾民生消费属性与区域文化属性，也是白酒产业体量最大、受众最广的核心板块。

当前国内大众白酒行业正处在需求稳步迭代、市场竞争加剧、渠道持续变革的发展阶段。消费群体的饮用偏好、品质诉求不断转变，大众消费不再单纯关注价格，对口感、酒体品质、品牌口碑的重视程度持续提升。市场主体数量众多，区域品牌割据特征明显，同时线上零售、社区渠道、便民终端等新型流通形态快速发展，传统经销体系面临转型调整，行业整体进入以产品优化、渠道深耕为核心的竞争阶段。未来，大众白酒行业将朝着品质精细化、品牌区域化、渠道多元化、产品场景化方向演进。生产端不断强化工艺管控与品质升级，差异化风味、轻量化产品逐步丰富；市场格局进一步优化，具备区域根基与稳定渠道的品牌优势持续凸显。线上线下融合的流通模式成为主流，精准适配日常、宴席、礼赠等不同场景的产品布局，将成为企业突破发展的重要方向。

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 2023-2025年中国大众白酒市场现状分析

第一节 2025年中国大众白酒市场运行分析

- 一、2025年中国大众白酒产量
- 二、2025年中国大众白酒制造工业总产值
- 三、2025年中国大众白酒市场特点
- 四、2025年我国大众白酒产业显著发展的原因

第二节 2025年中国大众白酒市场综合分析

- 一、2025年中国大众白酒产量
- 二、2025年中国大众白酒产值情况
- 三、2025年大众白酒收入与利润情况
- 四、2025年度中国大众白酒十大新闻事件
- 五、2025年全国大众白酒销量排行
- 六、2025年大众白酒发展总结

第三节 2025年部分地区市场运营分析

- 一、2025年四川大众白酒市场运行
- 二、2025年河北大众白酒实现利润情况
- 三、2025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、2025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

七、大众白酒得到越来越多人的认可

八、中国酱酒正式进入位次重构期

九、消费结构从倒金字塔转向橄榄型

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

第三节 中国大众白酒营销结构分析

第四节 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

第五节 中国大众白酒营销策略建议

第七章 中国大众白酒标杆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

第八章 大众白酒行业投资环境及风险分析

第一节 大众白酒行业投资特性分析

一、大众白酒行业进入壁垒分析

二、大众白酒行业盈利因素分析

三、大众白酒行业盈利模式分析

第二节 大众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年大众白酒行业投资机会

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、大众白酒行业投资机遇

第四节 2026-2031年大众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 中国大众白酒行业投资建议

一、大众白酒行业未来发展方向

二、大众白酒行业主要投资建议

第九章 大众白酒行业营销模式演变与创新

第一节 大众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 大众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 大众白酒产品营销策略

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 大众白酒企业全渠道营销模式构建

一、大众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、大众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 大众白酒营销渠道模式及优化作用机制分析

一、大众白酒营销渠道模式构成要素

1、大众白酒营销渠道成员组织组成分析

2、大众白酒营销渠道结构

3、准确认识大众白酒营销渠道成员组织之间的关系

二、全面分析大众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大众白酒营销渠道模式优化的分析

2、大众白酒营销渠道模式优化受制于经济因素

3、社会文化因对大众白酒营销渠道模式优化产生影响

4、信息技术飞速发展对大众白酒营销渠道模式优化产生影响

三、系统介绍大众白酒营销渠道模式优化内部作用机制

1、大众白酒营销渠道动力机制需要与时俱进

2、对大众白酒营销渠道权力机制变革的分析

3、新时期大众白酒营销渠道信息机制的变革

四、对大众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、关系型的大众白酒营销渠道模式彰显优势

3、大众白酒营销渠道模式凸显多元化特征

第十章 2026-2031年中国大众白酒行业前景展望与投资建议

第一节 2026-2031年大众白酒市场发展前景

一、2026-2031年大众白酒市场发展潜力

二、2026-2031年大众白酒市场发展前景展望

三、2026-2031年大众白酒细分行业发展前景分析

第二节 2026-2031年大众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年大众白酒市场发展趋势预测

一、2026-2031年大众白酒行业发展趋势

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年大众白酒市场规模预测

三、2026-2031年大众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年中国大众白酒行业供需预测

一、2026-2031年中国大众白酒企业数量预测

二、2026-2031年中国大众白酒行业产量预测

三、2026-2031年中国大众白酒消费量预测

四、2026-2031年中国大众白酒行业需求预测

五、2026-2031年中国大众白酒行业供需平衡预测

第五节 中国大众白酒行业投资建议

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：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

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：2023-2025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：2026-2031年大众白酒市场容量预测(亿元)

图表：2026-2031年中国大众白酒行业产量预测(万吨)

图表：2026-2031年中国大众白酒消费量预测(万吨)

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：4068116

本文地址：<https://www.51baogao.cn/baogao/20260529/4068116.shtml>

在线订购：[点击这里](#)