

# 2020-2026年中国白酒市场 前景展望与市场运营趋势报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2020-2026年中国白酒市场前景展望与市场运营趋势报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/baijiu/441043EWA5.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

## 二、说明、目录、图表目录

白酒（外文名：Liquor and Spirits），以粮谷为主要原料，以大曲、小曲或麸曲及酒母等为糖化发酵剂，经蒸煮、糖化、发酵、蒸馏而制成的蒸馏酒。又称烧酒、老白干、烧刀子等。酒质无色（或微黄）透明，气味芳香纯正，入口绵甜爽净，酒精含量较高，经贮存老熟后，具有以酯类为主体的复合香味。以曲类、酒母为糖化发酵剂，利用淀粉质（糖质）原料，经蒸煮、糖化、发酵、蒸馏、陈酿和勾兑而酿制而成的各类酒。而严格意义上讲，由食用酒精和食用香料勾兑而成的配制酒则不能算做是白酒。白酒主集中在长江上游和赤水河流域的贵州仁怀、四川宜宾、四川泸州三角地带有全球规模最大、质量最优的蒸馏酒产区，分别为中国三大名酒的茅五泸，其白酒产业集群扛起中国白酒产业的半壁河山。

白酒为中国特有的一种蒸馏酒，是世界六大蒸馏酒（白兰地Brandy、威士忌Whisky、伏特加Vodka、金酒Gin、朗姆酒Rum、中国白酒Liquor and Spirits）之一，由淀粉或糖质原料制成酒醅或发酵后经蒸馏而得。

白酒又名烧酒、白干，是中国的传统饮料酒。据《本草纲目》记载：“烧酒非古法也，自元时创始，其法用浓酒和糟入甑（指蒸锅），蒸令气上，用器承滴露。”由此可以得出，我国白酒的生产已有很长的历史。

优质白酒必须有适当的贮存期。泸型酒至少贮存3~6个月，多在一年以上；汾型酒贮存期为一年左右，茅型酒要求贮存三年以上。酒度一般都在40度以上，40度以下为低度酒。

智研数据研究中心发布的《2020-2026年中国白酒市场前景展望与市场运营趋势报告》共十二章。首先介绍了白酒行业市场发展环境、白酒整体运行态势等，接着分析了白酒行业市场运行的现状，然后介绍了白酒市场竞争格局。随后，报告对白酒做了重点企业经营状况分析，最后分析了白酒行业发展趋势与投资预测。您若想对白酒产业有个系统的了解或者想投资白酒行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章2016-2019年中国白酒市场现状分析

第一节2019年中国白酒市场运行分析

一、2019年中国白酒产量

二、2019年中国白酒制造工业总产值

三、2019年中国白酒市场特点

四、2019年我国白酒产业显著发展的原因

第二节2019年中国白酒市场运行分析

一、2019年中国白酒产量

二、2019年中国白酒产值情况

三、2019年白酒收入与利润情况

四、2019年度中国白酒十大新闻事件

五、2019年全国白酒销量排行

六、2019年白酒发展总结

第三节2019年部分

一、2019年四川白酒市场运行

二、2019年河北白酒实现利润情况

三、2019年湖南省酒产量突破百万吨大关

第四节2020-2026年中国白酒市场运行及预测分析

一、2019年二线白酒销售回暖

二、2020-2026年白酒行业面临的机遇与挑战

三、2020-2026年白酒发展预测

第五节2020-2026年中国白酒期待与隐忧

一、期待：资本整合白酒行业

二、隐忧：年份酒会不会成白酒行业的三聚氰胺

第二章中国白酒业竞争格局分析

第一节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

第二节白酒后竞争阶段的特点分析

第三节白酒竞争格局分析

- 一、白酒进入竞争新阶段
- 二、中国白酒市场竞争加剧
- 三、高端白酒寡头格局已经形成
- 四、洋巨头绕过外资控股禁令扰动白酒市场格局

#### 第四节白酒文化竞争的战略制高点分析

- 一、白酒全球化的战略制高点
- 二、白酒行业竞争的战略制高点
- 三、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2020-2026年中国白酒发展格局分析

- 一、2020-2026年白酒行业“新”挑战
- 二、2020-2026年白酒行业发展“新”格局

### 第三章中国白酒业发展趋势

#### 第一节2020-2026年白酒产业的发展趋势

- 一、白酒高端化进一步明显
- 二、二线区域品牌将成主角

#### 第二节白酒业规模化、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

### 第四节中国白酒品牌发展趋势

## 第四章中国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

### 第二节贵州省白酒行业发展分析及预测

#### 1、贵州省白酒所属行业产销情况分析

#### 2、贵州省白酒行业市场竞争格局分析

#### 3、贵州省白酒行业市场集中度分析

#### 4、贵州省白酒行业发展趋势预测

### 第三节贵州省高端白酒市场分析

#### 一、贵州省高端白酒行业市场需求分析

##### 1、贵州省高端白酒行业销售收入分析

##### 2、贵州省高端白酒行业销售产品结构分析

#### 二、贵州省高端白酒行业市场竞争格局分析

#### 三、贵州省高端白酒行业消费集中度分析

#### 四、贵州省高端白酒行业发展前景预测

## 第五章白酒行业消费者分析

### 第一节消费者的白酒需求分析及消费群体的构成

#### 一、白酒主力消费群分析

#### 二、白酒主力消费群消费需求价值分析

### 第二节“80后”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

### 第三节我国白酒行业消费特征

- 一、渠道价值不可低估
- 二、中档酒是新生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、白酒消费更趋理性

#### 第四节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

#### 第五节白酒消费者行为分析

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

#### 第六节经销商白酒市场调查

- 一、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、白酒品牌发展前景

#### 第七节白酒消费趋势分析

- 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、高端产品区域化

## 第六章中国白酒业营销分析

### 第一节酱香时代白酒品牌营销对策

### 第二节中国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2016-2019年中国酱香型白酒市场现状分析

### 第一节2019年中国酱香型白酒市场运行分析

- 一、2019年中国酱香型白酒产量
- 二、2019年中国酱香型白酒制造工业总产值
- 三、2019年中国酱香型白酒市场特点
- 四、2019年我国酱香型白酒产业显著发展的原因

### 第二节2019年中国酱香型白酒市场运行分析

- 一、2019年中国酱香型白酒产量
- 二、2019年中国酱香型白酒产值情况
- 三、2019年酱香型白酒收入与利润情况
- 四、中国酱香型白酒重大新闻事件
- 五、2019年全国酱香型白酒品牌排行
- 六、2019年酱香型白酒发展总结

### 第三节2019年部分

### 第四节2020-2026年中国酱香型白酒市场运行及预测分析

- 一、2019年酱香型白酒产量
- 二、2020-2026年酱香型白酒行业面临的机遇与挑战



### 三、2020-2026年酱香型白酒发展预测

#### 第五节2020-2026年中国酱香型白酒期待与隐忧

##### 一、期待

##### 二、隐忧

### 第八章中国酱香型白酒业竞争格局分析

#### 第一节酱香型白酒市场竞争特点分析

- 一、酱香型白酒得到越来越多人的认可
- 二、中档酒是新生酱香型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

#### 第二节酱香型白酒后竞争阶段的特点分析

#### 第三节酱香型白酒竞争格局分析

- 一、酱香型白酒竞争格局依旧
- 二、中国酱香型白酒市场竞争加剧
- 三、高端酱香型白酒寡头格局已经稳定

#### 第四节酱香型白酒文化竞争的战略制高点分析

- 一、酱香型白酒全球化的战略制高点
- 二、酱香型白酒行业竞争的战略制高点

#### 第五节中小酱香型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2020-2026年中国酱香型白酒发展格局分析

- 一、2020-2026年酱香型白酒行业“新”挑战
- 二、2020-2026年酱香型白酒行业发展“新”格局

### 第九章中国酱香型白酒业发展趋势

#### 第一节2020-2026年酱香型白酒产业的发展趋势

## 第二节酱香型白酒业规模化、跨地域化的发展趋势

## 第三节中国酱香型白酒行业的未来发展趋势

## 第四节中国酱香型白酒品牌发展趋势

## 第十章中国酱香型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

### 第二节贵州省酱香型白酒行业发展分析及预测

#### 一、贵州省酱香型白酒所属行业产销情况分析

#### 二、贵州省酱香型白酒行业市场竞争格局分析

#### 三、贵州省酱香型白酒行业市场集中度分析

#### 四、贵州省酱香型白酒行业发展趋势预测

### 第三节贵州省高端酱香型白酒市场分析

#### 一、贵州省高端酱香型白酒行业市场需求分析

##### 1、贵州省高端酱香型白酒行业销售收入分析

##### 2、贵州省高端酱香型白酒行业销售产品结构分析

#### 二、贵州省高端酱香型白酒行业市场竞争格局分析

#### 三、贵州省高端酱香型白酒行业消费集中度分析

#### 四、贵州省高端酱香型白酒行业发展前景预测

## 第十一章酱香型白酒行业消费者分析

### 第一节消费者的酱香型白酒需求分析及消费群体的构成

#### 一、酱香型白酒主力消费群分析

#### 二、酱香型白酒主力消费群消费需求价值分析

### 第二节“80后”酱香型白酒消费群体分析

#### 一、“80后”群体的特征

#### 二、企业面对“80后”的对策

### 第三节我国酱香型白酒行业消费特征

#### 第四节酱香型白酒消费行为特点分析

#### 第五节酱香型白酒消费者行为分析

#### 第五节酱香型白酒消费者行为分析

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

### 第十二章中国酱香型白酒业营销分析()

#### 第一节中国酱香型白酒营销结构分析

#### 第二节中国酱香型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

#### 第三节中国酱香型白酒营销策略建议

#### 图表目录：

图表：2016-2019年 我国白酒所属行业工业总产值

图表：2019年 我国白酒行业需求市场分析（按量统计）

图表：2019年我国白酒细分市场规模分布

图表：2016-2019年贵州省内高端白酒行业销售收入分析

图表：2019年 贵州省高端白酒行业销售产品结构分析

图表：中国500元以上白酒市场前五品牌市场份额分析

图表：白酒主力消费群消费需求价值图解

图表：白酒消费群消费场合

图表：消费者喝的最多的白酒品牌

图表：消费者最喜欢喝哪种香型的白酒

图表：消费者喝的最多的白酒产品是哪个度数

图表：消费者认为购买自己喝的白酒多少钱一瓶最合适

图表：消费者认为购买礼品白酒多钱一瓶最合适

图表：消费者平均每月自己喝白酒的花费

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/baijiu/441043EWA5.html>