

# 2022-2028年中国大众酒行业市场调研分析及发展前景展望报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2022-2028年中国大众酒行业市场调研分析及发展前景展望报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/202106/956891.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

智研咨询发布的《2022-2028年中国大众酒行业市场调研分析及发展前景展望报告》共十四章。首先介绍了大众酒行业市场发展环境、大众酒整体运行态势等，接着分析了大众酒行业市场运行的现状，然后介绍了大众酒市场竞争格局。随后，报告对大众酒做了重点企业经营状况分析，最后分析了大众酒行业发展趋势与投资预测。您若想对大众酒产业有个系统的了解或者想投资大众酒行业，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 2021年中国大众酒行业整体运行情况分析

#### 第一节 中国大众酒行业相关要述

- 一、大众酒的分类
- 二、大众酒香型介绍
- 三、大众酒生产的特性

#### 第二节 中国大众酒行业运行简况

- 一、大众酒行业发展的历程
- 二、大众酒酿造技术现状
- 三、大众酒行业规模和地位
- 四、中国大众酒发展路径的9种深化

#### 第三节 2017-2021年中国大众酒行业运行情况分析

- 一、中国大众酒行业产销情况
- 二、中国大众酒市场价格情况
- 三、大众酒上市公司业绩良好
- 四、大众酒业掀起新一轮“资本潮”

### 第二章 2021年中国大众酒行业市场运行分析

#### 第一节 大众酒市场特征分析

- 一、高档酒市场特征
- 二、大众酒的消费特征
- 三、大众酒市场调查

#### 四、大众酒市场进入壁垒与赢利模式分析

##### 第二节 2021年大众酒市场发展情况分析

###### 一、前期调整主要源自需求下滑和库存消化

###### 二、2021年大众酒市场价格情况分析

##### 第三节 2022-2028年大众酒市场预测分析

###### 一、高档大众酒进入平稳增长期

###### 二、当前影响中国大众酒发展的因素

#### 第三章 2021年中国大众酒产业技术研发分析

##### 第一节 生物工程技术的研究

###### 一、窖泥微生物研究

###### 二、酱香功能菌的研究

##### 第二节 酿酒发酵机理的研究

##### 第三节 大众酒香味成分剖析

##### 第四节 生产工艺的改革与创新

###### 一、麸曲酱香大众酒工艺创新

###### 二、复式发酵

###### 三、分层发酵

###### 四、夹泥发酵

###### 五、汾酒发酵的最高品温控制

###### 六、将先进的纳米技术引入大众酒行业

##### 第五节 大众酒贮存研究

##### 第六节 新型大众酒的发展

##### 第七节 低度酒的生产与发展

#### 第四章 2017-2021年中国大众酒制造所属行业主要数据监测分析

##### 第一节 2017-2021年中国大众酒制造所属行业规模分析

###### 一、企业数量增长分析

###### 二、从业人数增长分析

###### 三、资产规模增长分析

##### 第二节 2017-2021年中国大众酒制造所属行业结构分析

###### 一、企业数量结构分析

###### 1、不同类型分析

###### 2、不同所有制分析

###### 二、销售收入结构分析

## 1、不同类型分析

## 2、不同所有制分析

### 第三节 2017-2021年中国大众酒制造所属行业产值分析

#### 一、产成品增长分析

#### 二、工业销售产值分析

#### 三、出口交货值分析

### 第四节 2017-2021年中国大众酒制造所属行业成本费用分析

#### 一、销售成本分析

#### 二、费用分析

### 第五节 2017-2021年中国大众酒制造所属行业盈利能力分析

#### 一、主要盈利指标分析

#### 二、主要盈利能力指标分析

## 第五章 2017-2021年中国大众酒（折65度，商品量）行业产量统计分析

### 第一节 2017-2021年全国大众酒（折65度，商品量）产量分析

### 第二节 2021年主要省份大众酒（折65度，商品量）产量分析

### 第三节 2021年大众酒（折65度，商品量）产量集中度分析

## 第六章

### 2017-2021年中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料所属行业进出口数据监测

#### 第一节 2017-2021年中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进口数据分析

##### 一、进口数量分析

##### 二、进口金额分析

#### 第二节 2017-2021年中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料出口数据分析

##### 一、出口数量分析

##### 二、出口金额分析

#### 第三节

#### 2017-2021年中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进出口平均单价分析

#### 第四节

#### 2017-2021年中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进出口国家及地区分析

##### 一、进口国家及地区分析

##### 二、出口国家及地区分析

## 第七章 2021年中国大众酒分区域市场运行分析

### 第一节 华北地区大众酒市场

## 第二节 华东地区大众酒市场

## 第三节 华南地区大众酒市场

## 第四节 华中地区大众酒市场

## 第五节 东北地区大众酒市场

## 第六节 西北地区大众酒市场

## 第七节 西南地区大众酒市场

# 第八章 2021年中国大众酒消费者分析

## 第一节 2021年中国大众酒消费者需求分析

### 一、现阶段我国大众酒消费特点

### 二、商务消费回暖和再库存化预期带动行业反弹

### 三、私人消费回暖带动大众酒复苏

### 四、长期：商务和私人消费是未来持续增长动力

### 五、大众酒市场具有收入和利润的高弹性

### 六、大众酒厂商盈利具有高弹性

### 七、我国大众酒各主要细分市场消费占比测算

## 第二节 2021年中国大众酒消费者购买行为分析

### 一、大众酒消费者购买行为类型分析

### 二、大众酒消费者购买动机分析

### 三、大众酒消费者购买方式分析

### 四、大众酒消费者购买目分析

### 五、大众酒消费者对广告促销的态度分析

## 第三节 2021年中国中产阶级大众酒消费群体分析

### 一、中产阶级扩大带来的机会

### 二、中产阶级的消费特征

### 三、中产阶级市场竞争策略

## 第四节 “80后”大众酒消费群体分析

### 一、“80后”未来的主流消费群体

### 二、“80后”群体的消费特征分析

### 三、针对“80后”群体大众酒企业的创新策略

## 第五节 大众酒消费行为的价值体现及营销启示

### 一、大众酒消费行为特点

### 二、大众酒消费行为的价值体现

### 三、大众酒消费行为价值体现的营销启示

## 第九章 2021年中国大众酒营销策略分析

### 第一节 2021年中国大众酒营销形势分析

一、大众酒营销模式及其发展趋势

二、中国大众酒营销的四种形式

三、大众酒营销的分层化趋势

### 第二节 2021年中国大众酒营销渠道分析

一、大众酒终端现状与策略分析

二、电子商务对大众酒营销渠道的发展

三、贸易战下大众酒销售渠道分析

### 第三节 2021年中国大众酒营销策略分析

一、大众酒营销规律分析

二、大众酒淡季营销策略分析

三、大众酒企业促销攻略

四、大众酒企业三、四级市场攻略

五、大众酒价格营销策略分析

六、大众酒招商策略

七、关于贸易战时期大众酒市场出路的分析

### 第四节 大众酒广告策略分析

### 第五节 大众酒文化营销策略分析

一、大众酒：中国酒文化的宏大叙事

二、大众酒业：契合文化的品牌想象力

三、浅析大众酒如何注入新文化

### 第六节 大众酒营销策略分析

一、浅谈大众酒的营销定位

二、专业酒展推动大众酒营销

三、大众酒营销的根据地之战

### 第七节 大众酒买断品牌需求创新的驱动战略

## 第十章 2021年中国大众酒市场竞争新格局透析

### 第一节 2021年中国大众酒行业竞争总况

一、大众酒五强格局初成型

二、浓香型大众酒竞争格局

三、中国大众酒市场场竞争加剧

### 第二节 2021年中国大众酒品牌生存发展情况分析

一、品牌竞争格局

## 二、品牌竞争力体现

### 第三节 2021年中国大众酒行业集中度分析

#### 一、市场集中度分析

#### 二、生产企业的集中分布

### 第四节 2022-2028年中国大众酒行业竞争趋势分析

#### 一、大众酒提价或导致行业洗牌

#### 二、品牌决定未来格局

#### 三、大众酒行业市场竞争中的四大关键因素

## 第十一章 中国大众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

#### 五、企业运营能力分析

#### 六、企业成长能力分析

### 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

#### 五、企业运营能力分析

#### 六、企业成长能力分析

### 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

#### 五、企业运营能力分析

#### 六、企业成长能力分析

### 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

#### 五、企业运营能力分析

#### 六、企业成长能力分析

### 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

#### 五、企业运营能力分析

#### 六、企业成长能力分析

### 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

#### 五、企业运营能力分析

#### 六、企业成长能力分析

## 第十二章 2021年中国大众酒行业运行环境

### 第一节 2021年中国大众酒行业经济环境分析

#### 一、中国GDP分析

#### 二、酒的制造在国民经济中的地位

#### 三、城乡居民家庭人均可支配收入分析

#### 四、中国CPI分析

#### 五、进出口总额及增长率分析

#### 六、社会消费品零售总额

### 第二节 2021年中国大众酒行业运行政策环境分析

### 第三节 2021年中国大众酒行业景气度分析

#### 一、类消费品受益于经济的复苏

#### 二、大众酒提价能力分析

#### 三、品牌基础和消费升级促大众酒销量增长

#### 四、大众酒公司2-15%提价就可完全抵消消费税征收

## 第十三章 2022-2028年中国大众酒行业发展趋势分析

### 第一节 2022-2028年中国大众酒行业发展方向分析

- 一、大众酒收入和利润总额在规模和增速上均领先行业
- 二、大众酒行业税前利润率持续提升并领先行业
- 三、大众酒产量增速数据和稳定性强于其他子行业
- 四、四次政策调整促使大众酒行业出现两个发展方向
- 五、行业格局在政策的引导下出现两个发展方向
- 六、消费升级和城镇化率提升是大众酒行业发展的驱动因素

## 第二节 2022-2028年中国大众酒行业发展趋势

- 一、未来行业发展趋势
- 二、大众酒低度化趋势
- 三、大众酒包装发展趋势分析
- 四、大众酒消费可延续到年

## 第三节 2022-2028年中国大众酒市场消费趋势分析

- 一、消费需求市场趋势
- 二、集中度仍将稳步提高
- 三、业外资本不断涌入对大众酒行业形成冲击
- 四、大众酒消费不断朝品牌化靠近
- 五、低度酒、高档化大众酒将成为发展趋势

## 第四节 2022-2028年中国大众酒行业产销预测分析

# 第十四章 2022-2028年中国大众酒行业发展战略分析

## 第一节 中国大众酒行业新盈利模式探析

## 第二节 大众酒品牌发展策略分析

- 一、建设大众酒品牌的十大法则
- 二、大众酒品牌布局策略
- 三、大众酒品牌客户资源的战略整合
- 四、中小大众酒企业的品牌经营
- 五、大众酒品牌传播如何诠释自己的卖点
- 六、成功创建大众酒品牌的关键

## 第三节 大众酒品牌发展策略分析

- 一、大众酒品牌竞争策略
- 二、浅析高档大众酒品牌的发展思路
- 三、打造高档大众酒品牌的四大法则
- 四、中国大众酒“功能价值”救赎之路
- 五、大众酒正确把握价值与理性的相融

## 第四节 中国大众酒的蓝海战略

## 一、大众酒企业寻找蓝海十个命题的判断

## 二、大众酒企业开辟蓝海的方向

### 第五节 大众酒海外市场攻略

#### 一、区域的选择

#### 二、模式的选择

#### 三、时机与方式的选择 (ZY TL)

### 图表目录：

图表：2017-2021年中国大众酒制造所属行业企业数量及增长率分析 单位：个

图表：2017-2021年中国大众酒制造所属行业亏损企业数量及增长率分析 单位：个

图表：2017-2021年中国大众酒制造所属行业从业人数及同比增长分析 单位：个

图表：2017-2021年中国大众酒制造所属行业企业总资产分析 单位：亿元

图表：2021年中国大众酒制造所属行业不同类型企业数量 单位：个

图表：2021年中国大众酒制造所属行业不同所有制企业数量 单位：个

图表：2021年中国大众酒制造所属行业不同类型销售收入 单位：千元

图表：2021年中国大众酒制造所属行业不同所有制销售收入 单位：千元

图表：2017-2021年中国大众酒制造所属行业产成品及增长分析 单位：亿元

图表：2017-2021年中国大众酒制造所属行业工业销售产值分析 单位：亿元

图表：2017-2021年中国大众酒制造所属行业出口交货值分析 单位：亿元

图表：2017-2021年中国大众酒制造所属行业销售成本分析 单位：亿元

图表：2017-2021年中国大众酒制造所属行业费用分析 单位：亿元

图表：2017-2021年中国大众酒制造所属行业主要盈利指标分析 单位：亿元

图表：2017-2021年中国大众酒制造所属行业主要盈利能力指标分析

图表：2017-2021年全国大众酒（折65度，商品量）产量分析

图表：2021年主要省份大众酒（折65度，商品量）产量分析

图表：2021年大众酒（折65度，商品量）产量集中度分析

图表：2017-2021年中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进口数量分析

图表：2017-2021年中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进口金额分析

图表：2017-2021年中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料出口数量分析

图表：2017-2021年中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料出口金额分析

图表：2017-2021年中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进出口平均单价分析

图表：2017-2021年中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进口国家及地区分析

图表：2017-2021年中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料出口国家及地区分析

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202106/956891.html>