

2024-2030年中国大众白酒行业市场行情动态及竞争战略分析报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2024-2030年中国大众白酒行业市场行情动态及竞争战略分析报告》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/202110/977971.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

在当下高度信息化的社会背景下，精准的数据分析与深入的行业研究已成为企业战略规划、市场拓展以及投资决策不可或缺的指南针。智研咨询研究团队经过长期的市场调研与数据分析，重磅推出《2024-2030年中国大众白酒行业市场行情动态及竞争战略分析报告》，以期为业界提供一份高质量、专业化的行业分析。

本研究报告基于智研团队对行业的深刻理解与精准把握，通过采集全球范围内的行业数据，运用先进的数据分析模型，对行业的过去、现在与未来进行了全面、系统的剖析。深入挖掘了各个细分市场的运行规律，对市场容量、增长速度、竞争格局以及盈利模式等关键指标进行了详尽的量化分析与质性解读。

报告内容不仅涵盖了宏观经济的走势分析、产业政策的深度解读，还包括了买方行为的细致刻画、技术创新的趋势预测。我们综合运用了定量分析与定性访谈等多种研究方法，力求在确保数据精确性的同时，也能捕捉到市场动态中的微妙变化。

此外，我们还特别关注了全球范围内的行业领先企业，通过对比分析它们的经营策略、市场布局以及创新能力，为业界读者提供了宝贵的行业洞察与经营启示。

作为业内知名的研究机构，智研研究团队深知高质量的研究报告对于企业决策的重要性。因此，在编撰本报告的过程中，我们始终坚持科学、严谨的研究态度，力求通过详实的数据、深入的分析以及研判性的观点，为读者提供一份真正有价值的行业指南。

大众白酒是一个消费群体和价格带的泛概念，主要指100元/瓶以下（因地区经济水平不同有明显的价格浮动差异）的光瓶酒及盒装酒的总和。从市场消费趋势看，目前国内大众酒消费市场正在加速释放，行业规模不断增长，但从产品产量看，受我国白酒生产规模下滑影响，大众酒行业产量规模下滑态势明显。据统计，2023年，我国大众白酒产量约为575.28万千升，同比降幅为6.26%。未来，随着大众酒消费市场持续放量，大众酒占全国白酒生产规模比例或将进一步提升。

从产业链的角度来看，大众白酒行业的上游主要包括原料种植和包装材料制造等环节，中游则是各类大众白酒生产商，下游则是销售渠道和消费者。在上游领域，我国大众白酒生产主要原料为高粱、大米、玉米等谷物农产品，相关原料供应充足。同时，大众白酒包装材料也是上游的重要组成部分，包括纸制品包装制造以及玻璃陶瓷瓶制造等领域。

目前我国白酒产业已从增量发展进入存量竞争时代，市场竞争越发激烈。2018年至2023年，全国规模以上白酒企业数量已从1445家下降到了983家。同时，受市场动销缓慢、库存高企的影响，白酒行业价格倒挂现象进一步加剧，大众酒市场加速放量，越来越多白酒企业开始布局百元档大众酒市场。

我们坚信，《2024-2030年中国大众白酒行业市场行情动态及竞争战略分析报告》将成为您洞悉市场动态、把握行业趋势的重要工具。无论您是企业决策者、市场分析师还是相关主管部门，本报告都将为您提供宝贵的信息支持与决策依据，助力您在复杂多变的市场环境中稳健前行。

报告目录：

第一章 2019-2023年中国大众白酒市场现状分析

第一节 2023年中国大众白酒市场运行分析

- 一、2023年中国大众白酒产量
- 二、2023年中国大众白酒制造工业总产值
- 三、2023年中国大众白酒市场特点
- 四、2023年我国大众白酒产业显著发展的原因

第二节 2023年中国大众白酒市场运行分析

- 一、2023年中国大众白酒产量
- 二、2023年中国大众白酒产值情况
- 三、2023年大众白酒收入与利润情况
- 四、2023年度中国大众白酒十大新闻事件
- 五、2023年全国大众白酒销量排行
- 六、2023年大众白酒发展总结

第三节 2023年部分地区市场运营分析

- 一、2023年四川大众白酒市场运行
- 二、2023年河北大众白酒实现利润情况
- 三、2023年湖南省酒产量突破百万吨大关

第四节 2024-2030年中国大众白酒市场运行及预测分析

- 一、2023年二线大众白酒销售回暖
- 二、2024-2030年大众白酒行业面临的机遇与挑战
- 三、2024-2030年大众白酒发展预测

第五节 2024-2030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 2024-2030年中国大众白酒发展格局分析

一、2024-2030年大众白酒行业“新”挑战

二、2024-2030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 2024-2030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 2019-2023年中国大众白酒市场现状分析

第一节 2023年中国大众白酒市场运行分析

一、2023年中国大众白酒产量

二、2023年中国大众白酒制造工业总产值

三、2023年中国大众白酒市场特点

四、2023年我国大众白酒产业显著发展的原因

第二节 2023年中国大众白酒市场运行分析

一、2023年中国大众白酒产量

二、2023年中国大众白酒产值情况

三、2023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、2023年全国大众白酒品牌排行

六、2023年各季度大众白酒发展总结

第三节 2023年部分

第四节 2024-2030年中国大众白酒市场运行及预测分析

一、2023年大众白酒产量

二、2024-2030年大众白酒行业面临的机遇与挑战

三、2024-2030年大众白酒发展预测

第五节 2024-2030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 2024-2030年中国大众白酒发展格局分析

一、2024-2030年大众白酒行业“新”挑战

二、2024-2030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 2024-2030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

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：2019-2023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

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202110/977971.html>