

# 2023-2029年中国白酒市场 深度研究与投资方向研究报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

## 一、报告报价

《2023-2029年中国白酒市场深度研究与投资方向研究报告》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.chinairr.org/report/R07/R0701/202309/19-563290.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: [sales@chyxx.com](mailto:sales@chyxx.com)

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

我国白酒生产企业众多，根据国家统计局发布的我国白酒行业数据，纳入到国家统计局范畴的规模以上白酒企业1578家，全国规模以上白酒企业完成酿酒总产量1,358.36万千升；规模以上白酒企业累计完成销售收入6,125.74亿元；累计实现利润总额797.15亿元。白酒行业属于完全竞争性行业，行业的市场化程度高、市场竞争激烈，行业调整不断深化。从全国市场来看，企业竞争优势来源于自身品牌的影响力、产品风格以及营销运作模式。在单一区域市场，企业的竞争优势则取决于企业在该区域的品牌影响力、区域消费者的认同度和综合营销能力。

目前中国白酒主要香型的市场竞争格局为：浓香型白酒继续保持主导的市场地位，酱香、清香、凤香和兼香白酒具有各自的消费群体和市场。由于浓香型白酒历史悠久，风格特点在广大白酒消费群体中有较高的接受度，加之浓香型白酒的名优酒较多，产品供应充足，市场普及度较高，因此，浓香型白酒依然占据白酒市场的主导地位。

受行业环境的影响，白酒行业产品结构开始出现调整。公务消费和商务消费明显减少，高档白酒需求量的降低难以在短期内恢复；同时婚庆和宴请等大众消费仍保持稳定增长，消费升级趋势明显。随着部分白酒企业下调高档白酒产品的零售指导价格，越来越多的白酒产品加入到中档白酒市场的竞争，白酒行业的竞争趋于激烈。

产业研究报告网发布的《2023-2029年中国白酒市场深度研究与投资方向研究报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。

### 报告目录

#### 第一部分 发展现状与前景分析

##### 第一章 中国白酒行业概况

###### 第一节 白酒的基本知识

###### 一、白酒的名称

###### 二、白酒的概述

###### 三、白酒的成分

###### 四、白酒的香味

###### 第二节 白酒行业分类

###### 一、按所用酒曲和主要工艺分类

二、按酒的香型分

三、按酒质分

四、按酒度的高低分

第三节 白酒文化特点分析

一、白酒行业的“夕阳产业”背景

二、白酒文化是一种先进的文化代表

三、白酒文化受到了严峻的挑战

四、白酒行业的核心竞争力是酒文化

五、白酒行业应该迅速行动起来打造自己的核心竞争力

六、白酒行业将要进行的几项工作

七、白酒核心竞争力形成中白酒企业所面临的挑战和机遇

第二章 2022-2023年我国白酒行业发展现状

第一节 我国白酒行业发展现状

一、白酒行业品牌发展现状

二、白酒行业消费市场现状

三、白酒市场消费层次分析

四、我国白酒市场走向分析

第二节 白酒行业结构调整分析

一、行业结构的调整

二、企业结构的调整

三、产品结构的调整

第三章 2019-2022年中国白酒行业经济运行分析

第一节 2019-2022年白酒行业运行情况分析

第二节 2019-2022年白酒行业产量分析

第四章 中国白酒消费市场分析

第一节 白酒行业消费者分析

一、白酒度数偏好

二、使用频率

第二节 消费者行为分析

一、品牌选择

二、使用场合分析

第三节 影响购买的因素

一、价格

二、品牌

三、口味

四、包装

第五章 2019-2022年中国白酒行业区域市场分析

第一节 华北地区白酒行业分析

第二节 东北地区白酒行业分析

第三节 华东地区白酒行业分析

第四节 华南地区白酒行业分析

第五节 华中地区白酒行业分析

第六节 西南地区白酒行业分析

第七节 西北地区白酒行业分析

第六章 白酒行业投资与发展前景分析

第一节 白酒行业投资情况分析

第二节 白酒行业资本运作模式分析

第三节 白酒行业发展前景分析

第二部分 市场竞争格局与形势

第七章 白酒行业竞争格局分析

第一节 白酒行业集中度分析

第二节 白酒行业主要企业竞争力分析

第三节 白酒行业竞争格局分析

一、2022-2023年中外白酒产品竞争分析

二、2023-2029年我国白酒市场竞争趋势

第八章 中国白酒行业发展形势分析

## 第一节 白酒行业发展概况

### 一、白酒行业发展特点分析

### 二、白酒行业投资现状分析

### 三、白酒行业技术发展分析

## 第二节 高端白酒行业市场情况分析

## 第三节 2023-2029年白酒产销状况预测

## 第四节 2023-2029年产品发展趋势预测

## 第三部分 赢利水平与企业分析

## 第九章 中国白酒行业整体运行指标分析

### 第一节 行业盈利能力分析

### 第二节 行业偿债能力分析

### 第三节 行业营运能力分析

### 第四节 行业发展能力分析

## 第十章 白酒行业赢利水平分析

### 第一节 成本分析

### 第二节 资本/劳动密集度分析

### 第三节 盈利水平分析

## 第十一章 白酒行业竞争财务指标分析

### 第一节 2019-2022年中国白酒企业规模结构

#### 一、产品销售收入

#### 二、利润

#### 三、亏损企业亏损额

#### 四、亏损面

### 第二节 2019-2022年中国白酒经济类型结构

#### 一、产品销售收入

#### 二、利润

#### 三、亏损企业亏损额

#### 四、亏损面

## 第十二章 白酒重点企业发展分析

### 第一节 五粮液集团有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、2019-2022年经营状况

#### 三、2023-2029年公司发展

### 第二节 贵州茅台酒股份有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、2019-2022年经营状况

#### 三、2023-2029年公司发展

### 第三节 四川剑南春集团有限责任公司

#### 一、企业概况

#### 二、2019-2022年经营状况

#### 三、企业竞争力

### 第四节 泸州老窖股份有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、2019-2022年经营状况

#### 三、2023-2029年公司发展

### 第五节 山西杏花村汾酒集团有限责任公司

#### 一、企业概况

#### 二、2019-2022年经营状况

#### 三、2023-2029年公司发展

### 第六节 安徽古井贡酒股份有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、2019-2022年经营状况

#### 三、2023-2029年公司发展

### 第七节 四川沱牌曲酒股份有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、公司未来发展战略

### 第八节 四川水井坊股份有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、2019-2022年经营状况

#### 三、2023-2029年公司风险

## 第四部分 投资策略与风险预警

### 第十三章 2020-2025白酒行业投资策略分析

#### 第一节 行业发展特征

一、行业的周期性

二、行业的区域性

三、行业经营模式

#### 第二节 行业投资形势分析

#### 第三节 白酒行业投资效益分析

#### 第四节 白酒行业投资策略研究

### 第十四章 2023-2029年中国白酒行业投资风险预警

#### 第一节 影响白酒行业发展的主要因素

一、影响白酒行业运行的有利因素

二、影响白酒行业运行的稳定因素

三、影响白酒行业运行的不利因素

四、我国白酒行业发展面临的挑战

五、我国白酒行业发展面临的机遇

#### 第二节 白酒行业投资风险预警

一、2023-2029年白酒行业市场风险预测

二、2023-2029年白酒行业政策风险预测

三、2023-2029年白酒行业技术风险预测

## 第五部分 发展趋势与规划建议

### 第十五章 白酒行业发展趋势分析

#### 第一节 2023-2029年中国白酒市场趋势分析

#### 第二节 2023-2029年中国白酒价格带竞争趋势

#### 第三节 2023-2029年白酒行业规划建议

### 第十六章 白酒企业管理策略建议

#### 第一节 市场策略分析



- 一、白酒价格策略分析
- 二、白酒渠道策略分析
- 第二节 销售策略分析
  - 一、媒介选择策略分析
  - 二、产品定位策略分析
  - 三、企业宣传策略分析
- 第三节 提高白酒企业竞争力的策略
  - 一、提高中国白酒企业核心竞争力的对策
  - 二、白酒企业提升竞争力的主要方向
  - 三、提高白酒企业竞争力的策略
- 第四节 对我国白酒品牌的战略思考
  - 一、白酒实施品牌战略的意义
  - 二、白酒企业品牌的现状分析
  - 三、我国白酒企业的品牌战略
  - 四、白酒品牌战略管理的策略

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R07/R0701/202309/19-563290.html>