

# 2023-2029年中国大众酒行业分析与市场调查预测报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

## 一、报告报价

《2023-2029年中国大众酒行业分析与市场调查预测报告》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.cction.com/report/202212/333892.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

中企顾问网发布的《2023-2029年中国大众酒行业分析与市场调查预测报告》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 2022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 2017-2022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 2022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 2022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、2022年大众酒市场价格情况分析

第三节 2023-2029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 2022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 2017-2022年中国大众酒制造所属行业主要数据监测分析

第一节 2017-2022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 2017-2022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 2017-2022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 2017-2022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 2017-2022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 2017-2022年中国大众酒（折65度，商品量）行业产量统计分析

### 第一节 2017-2022年全国大众酒（折65度，商品量）产量分析

### 第二节 2022年主要省份大众酒（折65度，商品量）产量分析

### 第三节 2022年大众酒（折65度，商品量）产量集中度分析

## 第六章 2017-2022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 2017-2022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 2017-2022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 2017-2022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 2017-2022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 2022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 2022年中国大众酒消费者分析

##### 第一节 2022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 2022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 2022年中国中产阶层大众酒消费群体分析

###### 一、中产阶层扩大带来的机会

###### 二、中产阶层的消费特征

###### 三、中产阶层市场竞争策略

#### 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 2022年中国大众酒营销策略分析

#### 第一节 2022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 2022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 2022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 2022年中国大众酒市场竞争新格局透析

### 第一节 2022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 2022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 2022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 2023-2029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 2022年中国大众酒行业运行环境

### 第一节 2022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 2022年中国大众酒行业运行政策环境分析

- 一、大众酒税收调整促使我国大众酒发展更加规范化
- 二、严查酒后驾驶对大众酒的影响
- 三、《酱香型大众酒》国家标准通过组审定

### 第三节 2022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 2023-2029年中国大众酒行业发展趋势分析

### 第一节 2023-2029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 2023-2029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 2023-2029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 2023-2029年中国大众酒行业产销预测分析

## 第十四章 2023-2029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

部分图表目录：

图表：2017-2022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：2017-2022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：2017-2022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：2017-2022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：2022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：2022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：2022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：2022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：2017-2022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：2017-2022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：2017-2022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：2017-2022年中国大众酒制造所属行业销售成本分析 单位：亿元

图表：2017-2022年中国大众酒制造所属行业费用分析 单位：亿元

图表：2017-2022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：2017-2022年中国大众酒制造所属行业主要盈利能力指标分析

图表：2017-2022年全国大众酒（折65度，商品量）产量分析

图表：2022年主要省份大众酒（折65度，商品量）产量分析

图表：2022年大众酒（折65度，商品量）产量集中度分析

图表：2017-2022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：2017-2022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：2017-2022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：2017-2022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：2017-2022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：2017-2022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：2017-2022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&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202212/333892.html>