|  |
| --- |
| [2024-2030年中国大众酒行业现状调研分析与发展趋势预测报告](https://www.20087.com/5/99/DaZhongJiuShiChangJingZhengYuFaZ.html) |



#### [中国市场调研网](https://www.20087.com/)

[www.20087.com](https://www.20087.com/)

一、基本信息

|  |  |
| --- | --- |
| 名称： | [2024-2030年中国大众酒行业现状调研分析与发展趋势预测报告](https://www.20087.com/5/99/DaZhongJiuShiChangJingZhengYuFaZ.html) |
| 报告编号： | 2197995　　←电话咨询时，请说明该编号。 |
| 市场价： | 电子版：9000 元　　纸介＋电子版：9200 元 |
| 优惠价： | 电子版：8000 元　　纸介＋电子版：8300 元　　可提供增值税专用发票 |
| 咨询电话： | 400 612 8668、010-66181099、010-66182099、010-66183099 |
| Email： | Kf@20087.com |
| 在线阅读： | [<https://www.20087.com/5/99/DaZhongJiuShiChangJingZhengYuFaZ.html>](https://www.20087.com/2/95/ZhiNengXiWanJiShiChangQianJingYuCe.html) |
| 温馨提示： | 订购英文、日文等版本报告，请拨打订购咨询电话或发邮件咨询。 |

二、内容简介

　　大众酒市场近年来呈现出多元化和品质化的趋势。消费者对酒类的选择不再仅限于价格，而是更加注重口感、健康和文化内涵。白酒、啤酒、葡萄酒等不同类型的酒品，通过改良酿造工艺和包装设计，以满足不同年龄层和消费场景的需求。同时，线上营销和新零售模式的兴起，为大众酒品牌提供了与消费者直接沟通的机会，增强了品牌的影响力和市场渗透力。  
　　未来，大众酒市场将更加注重健康饮酒文化和品牌体验。低酒精度、无糖或低糖的酒品将受到更多消费者的青睐，反映出健康生活方式的流行趋势。同时，酒类企业将加大在品牌故事和地域文化方面的挖掘，通过举办品鉴会、酿酒体验等活动，增强消费者的品牌忠诚度。此外，跨界合作和联名产品将为大众酒市场注入新鲜活力，吸引年轻一代的消费者。  
　　《[2024-2030年中国大众酒行业现状调研分析与发展趋势预测报告](https://www.20087.com/5/99/DaZhongJiuShiChangJingZhengYuFaZ.html)》基于对大众酒行业的深入研究和市场监测数据，全面分析了大众酒行业现状、市场需求与市场规模。大众酒报告详细探讨了产业链结构，价格动态，以及大众酒各细分市场的特点。同时，还科学预测了市场前景与发展趋势，深入剖析了大众酒品牌竞争格局，市场集中度，以及重点企业的经营状况。大众酒报告旨在挖掘行业投资价值，揭示潜在风险与机遇，为投资者和决策者提供专业、科学、客观的战略建议，是了解大众酒行业不可或缺的权威参考资料。  
  
第一章 2024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 近三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 2024年中国大众酒市场运行分析  
　　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 2024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、2024年大众酒市场价格情况分析  
　　第三节 2018-2023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 2024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 2024-2030年中国大众酒制造行业主要数据监测分析  
　　第一节 2024-2030年中国大众酒制造行业规模分析  
　　　　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 2024-2030年中国大众酒制造行业结构分析  
　　　　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 2024-2030年中国大众酒制造行业产值分析  
　　　　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 2024-2030年中国大众酒制造行业成本费用分析  
　　　　一、销售成本分析  
　　　　二、费用分析  
　　第五节 2024-2030年中国大众酒制造行业盈利能力分析  
　　　　一、主要盈利指标分析  
　　　　二、主要盈利能力指标分析  
  
第五章 中国大众酒（折65度，商品量）产量统计分析  
　　第一节 全国大众酒（折65度，商品量）产量分析  
　　第二节 主要省份大众酒（折65度，商品量）产量分析  
　　第三节 大众酒（折65度，商品量）产量集中度分析  
  
第六章 中国浓度＜80％的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进出口数据监测  
　　第一节 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（2208）  
　　　　二、进口金额分析  
　　第二节 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 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 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 2024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  
　　　　一、华北市场概述  
　　　　二、北京大众酒市场  
　　　　三、天津大众酒市场  
　　　　四、河北大众酒市场  
　　　　五、山西大众酒市场  
　　　　六、内蒙古大众酒市场  
　　第二节 华东地区大众酒市场  
　　　　一、华东地区市场概述  
　　　　二、上海大众酒市场  
　　　　三、山东大众酒市场  
　　　　四、江苏大众酒市场  
　　　　五、浙江大众酒市场  
　　　　六、安徽大众酒市场  
　　　　七、江西大众酒市场  
　　　　八、福建大众酒市场  
　　第三节 华南地区大众酒市场  
　　　　一、华南市场概述  
　　　　二、广东大众酒市场  
　　　　三、广西大众酒市场  
　　　　四、海南大众酒市场  
　　第四节 华中地区大众酒市场  
　　　　一、华中市场概述  
　　　　二、河南大众酒市场  
　　　　三、湖南大众酒市场  
　　　　四、湖北大众酒市场  
　　第五节 东北地区大众酒市场  
　　　　一、东北地区概述  
　　　　二、黑龙江大众酒市场  
　　　　三、吉林大众酒市场  
　　　　四、辽宁大众酒市场  
　　第六节 西北地区大众酒市场  
　　　　一、西北地区市场概述  
　　　　二、陕西大众酒市场  
　　　　三、甘肃大众酒市场  
　　第七节 西南地区大众酒市场  
　　　　一、西南市场概述  
　　　　二、四川大众酒市场  
　　　　三、重庆大众酒市场  
　　　　四、贵州大众酒市场  
　　　　五、云南大众酒市场  
  
第八章 2024年中国大众酒消费者分析  
　　第一节 2024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 2024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 2024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  
　　　　大众酒消费结构有两类：一类为大众宴请，主要为大众面子消费，其价格升级趋势明显；一类为自饮消费，表现为降级与升级的双重特性。  
　　　　自饮酒向性价比更高的光瓶酒集中，如汾酒玻汾在期间销售额年复合增速达到37%；江小白短短5年销售额从0到突破3亿，每年销售同比增长100%。另一方面，光瓶酒从过去10元以下往20元的价格带升级，部分小酒均价更高，比如江小白和小郎酒折合500毫升的价格均为80元，小酒升级更显着.  
　　　　光瓶酒的主要品牌汇总  
　　　　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 2024年中国大众酒营销策略分析  
　　第一节 2024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 2024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、金融危机下大众酒销售渠道分析  
　　第三节 2024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、关于金融危机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 2024年中国大众酒市场竞争新格局透析  
　　第一节 2024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 2024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 2024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 2018-2023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 2024年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  
　　　　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 2024年中国大众酒行业运行环境  
　　第一节 2024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 2024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》国家标准通过专家组审定  
　　第三节 2024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 2018-2023年中国大众酒行业发展趋势分析  
　　第一节 2018-2023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 2018-2023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 2018-2023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 2018-2023年中国大众酒行业产销预测分析  
  
第十四章 2018-2023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 中^智林 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  
  
图表目录  
　　图表 2024-2030年中国大众酒制造行业企业数量及增长率分析 单位：个  
　　图表 2024-2030年中国大众酒制造行业亏损企业数量及增长率分析 单位：个  
　　图表 2024-2030年中国大众酒制造行业从业人数及同比增长分析 单位：个  
　　图表 2024-2030年中国大众酒制造企业总资产分析 单位：亿元  
　　图表 2024年中国大众酒制造行业不同类型企业数量 单位：个  
　　图表 2024年中国大众酒制造行业不同所有制企业数量 单位：个  
　　图表 2024年中国大众酒制造行业不同类型销售收入 单位：千元  
　　图表 2024年中国大众酒制造行业不同所有制销售收入 单位：千元  
　　图表 2024-2030年中国大众酒制造产成品及增长分析 单位：亿元  
　　图表 2024-2030年中国大众酒制造工业销售产值分析 单位：亿元  
　　图表 2024-2030年中国大众酒制造出口交货值分析 单位：亿元  
　　图表 2024-2030年中国大众酒制造行业销售成本分析 单位：亿元  
　　图表 2024-2030年中国大众酒制造行业费用分析 单位：亿元  
　　图表 2024-2030年中国大众酒制造行业主要盈利指标分析 单位：亿元  
　　图表 2024-2030年中国大众酒制造行业主要盈利能力指标分析  
　　图表 全国大众酒（折65度，商品量）产量分析  
　　图表 主要省份大众酒（折65度，商品量）产量分析  
　　图表 大众酒（折65度，商品量）产量集中度分析  
　　图表 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 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 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 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 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 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 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  
略……

了解《[2024-2030年中国大众酒行业现状调研分析与发展趋势预测报告](https://www.20087.com/5/99/DaZhongJiuShiChangJingZhengYuFaZ.html)》，报告编号：2197995，

请致电：400-612-8668、010-66181099、66182099、66183099，

Email邮箱：[Kf@20087.com](mailto:Kf@20087.com)

详细介绍：<https://www.20087.com/5/99/DaZhongJiuShiChangJingZhengYuFaZ.html>

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！