

2022-2028年中国白酒市场 分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2022-2028年中国白酒市场分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/report/167198A3OU.html>

【报告价格】纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8200元

【出版日期】2021-11-08

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2022-2028年中国白酒市场分析与投资前景研究报告》介绍了白酒行业相关概述、中国白酒产业运行环境、分析了中国白酒行业的现状、中国白酒行业竞争格局、对中国白酒行业做了重点企业经营状况分析及中国白酒产业发展前景与投资预测。您若想对白酒产业有个系统的了解或者想投资白酒行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

白酒（外文名：Liquor and Spirits），是中国酒类（除了果酒、米酒外）的统称，又称烧酒、老白干、烧刀子等。

未显示数据请查阅正文

据博思数据发布的《2022-2028年中国白酒市场分析与投资前景研究报告》表明：2021年我国白酒产量累计值达715.6万千升，期末产量比上年累计下降0.6%。

指标

	2021年12月	2021年11月	2021年10月	2021年9月	2021年8月	2021年7月	白酒（折65度，商品量）产量当期值(万千升)	83.8	71.5	59.2	56.9	39.8	41	白酒（折65度，商品量）产量累计值(万千升)	715.6	632.4	558.2	501.2	445.5	407.6	白酒（折65度，商品量）产量同比增长(%)	-12.3	0.3	-0.2	-4.7	-2	-4.4	白酒（折65度，商品量）产量累计增长(%)	-0.65	45.56	57.79	2
--	----------	----------	----------	---------	---------	---------	------------------------	------	------	------	------	------	----	------------------------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-----------------------	-------	-----	------	------	----	------	-----------------------	-------	-------	-------	---

报告目录：

第一章 白酒行业发展概述

第一节 白酒的定义及分类

一、白酒的成分

二、白酒的分类

三、白酒的香味种类

第二节 白酒的其他概述

一、白酒新工艺

二、白酒灌装

三、白酒的食疗作用

四、白酒的营养分析

五、我国白酒文化

第二章 2021年中国白酒行业投资环境分析

第一节 2021年中国经济发展环境分析

- 一、扩大内需保增长政策解析
- 二、中国GDP分析
- 三、中国汇率调整分析
- 四、中国CPI指数分析
- 五、中国城镇居民家庭人均可支配收入分析

第二节 中国白酒行业政策环境及影响分析

- 一、浓香型白酒有望出台行业标准
- 二、中酒协制订酿酒行业振兴规划
- 三、我国白酒消费税调整及其影响分析
- 四、我国白酒消费税制调整及其影响
- 五、公务开支削减对白酒业的影响

第三节 2021年中国白酒业社会发展环境分析

- 一、2021年居民生活水平分析
- 二、2021年零售市场情况分析
- 三、中国酒文化源远流长

第三章 2021年中国白酒行业产业运行形势透析

第一节 2021年中国白酒行业运行总况

- 一、白酒行业步入调整期
- 二、经济周期催生新一轮洗牌
- 三、传统利润模式将被颠覆
- 四、业外资本将进入白酒行业
- 五、多样发展并存

第二节 2021年中国白酒业面临的难题分析

- 一、产品缺乏创新
- 二、营销秩序混乱
- 三、地方过分保护

第三节 2021年中国白酒行业发展思路

- 一、白酒工业发展需依靠科技的推动
- 二、探索白酒行业发展方向
- 三、中国白酒工业发展的对策

四、白酒行业发展需注意的问题

五、中国白酒业宏观层面的投资前景

第四章 2017-2021年中国白酒制造所属行业主要指标监测分析

第一节 2017-2021年中国白酒制造所属行业数据统计与监测分析

一、2017-2021年中国白酒制造所属行业企业数量增长分析

二、2017-2021年中国白酒制造所属行业从业人数调查分析

三、2017-2021年中国白酒制造所属行业总销售收入分析

四、2017-2021年中国白酒制造所属行业利润总额分析

五、2017-2021年中国白酒制造所属行业投资资产增长性分析

第二节 2021年中国白酒制造所属行业最新数据统计与监测分析

一、企业数量与分布

二、销售收入

三、利润总额

四、从业人数

第三节 2021年中国白酒制造行业投资状况监测

一、行业资产区域分布

二、主要省市投资增速对比

第五章 2021年中国白酒主要替代产品分析

第一节 啤酒

一、中国啤酒品牌市场探究

二、中国啤酒业的发展特点

三、2017-2021年啤酒产量分析

四、透视啤酒市场竞争行为的演化方向

五、未来中国啤酒行业发展趋势预测

第二节 葡萄酒

一、中国葡萄酒发展特点

二、2021年我国葡萄酒市场发展状况

三、葡萄酒行业发展空间巨大

四、2017-2021年葡萄酒产量分析

五、2022-2028年我国葡萄酒消费量预测

六、中国葡萄酒产业的发展趋势分析

第三节 黄酒

一、黄酒扩张颠覆酒业市场格局

二、2017-2021年黄酒产量分析

三、中国黄酒市场的发展对策分析

四、黄酒业复兴“文化牌”很重要

第四节 洋酒

一、2021年洋酒市场现状与前景

二、2021年高端酒类市场格局分析

三、洋酒在中国销售渠道发展问题

四、洋酒市场竞争格局

五、未来洋酒在中国的发展趋势

第五节 保健酒

一、保健酒行业发展历程与现状

二、2017-2021年保健酒市场现状

三、保健酒行业发展问题

四、2022-2028年保健酒市场预测

五、保健酒品牌投资策略

第六章 2021年中国白酒行业消费市场调研

第一节 中国人口结构及消费者信心指数

一、人口规模与年龄结构分析

二、学历结构分析

三、2017-2021年我国居民收入水平

四、2021年消费者信心指数分析

第二节 不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、广告的影响程度

四、包装的影响程度

第三节 2017-2021年中国白酒消费市场调研

一、中国白酒消费特征

二、白酒消费的内在核心

三、消费者选择品牌白酒决定因素分析

第四节 未来中国白酒消费趋势

一、中国白酒时尚化、年轻化消费趋势

二、中国白酒国际化消费趋势

三、名酒品牌整合趋势

第七章 2021年中国白酒品牌发展研究

第一节 2021年中国白酒品牌发展研究

一、白酒的门槛

二、品牌营销基础

三、品牌游戏规则

四、品牌市场关系

五、未来中国市场白酒品牌容量预测

第二节 2021年中国两大白酒品牌战略的比较与分析

一、白酒品牌竞争概述

二、五粮液、茅台品牌战略的比较

三、五粮液、茅台品牌战略成果的评价

四、五粮液、茅台品牌战略的风险分析

五、五粮液、茅台品牌战略综述

第三节 2022-2028年中国白酒品牌发展趋势探析

第八章 中国高端白酒市场运行动态分析

第一节 中国高端白酒运行总况

一、高端白酒的崛起

二、白酒市场向高端品牌集中

三、高端白酒品牌的市场布局

第二节 中国高端白酒市场动态分析

一、高端白酒寡头格局基本形成

二、高端白酒与烈性洋酒博弈正式展开

三、中国白酒力拓高端产品产量加快上升

四、中国高端白酒市场刮起商务旋风

五、中国高端白酒消费走入黄金时代

六、中国高端白酒市场演绎个性化色彩

第三节 中国高端白酒发展强劲的原因剖析

一、消费升级注入高端白酒持续动力

二、龙头企业具备品牌号召力

三、定价权优势是核心竞争力

四、抗通胀能力最强

第四节 中国高端白酒发展误区分析

一、贪多求全品牌只是表层延伸

二、重外轻内打造有价无值品牌

三、无论大小企业都欲突击高端市场

四、单纯依靠终端成就不了高端品牌

第九章 2021年中国白酒行业营销策略分析

第一节 2021年中国白酒营销的形式研究

一、基础性营销

二、结构化营销

三、商业模式营销

四、资本化营销

五、沱牌曲酒营销战略研究

第二节 2021年中国白酒营销问题探讨

一、白酒营销问题概述

二、假货负面影响问题

三、利润下降问题

四、营销团队的升级问题

第三节 2021年中国白酒品牌区域化与区域市场深度营销策略

一、白酒品牌区域化

二、白酒市场的区域化深度营销

三、“深度分销”对企业营销战略的作用与意义

四、白酒区域市场的有效“深度分销”与“终端生动化”策略

第十章 2021年中国白酒行业竞争新格局透析

第一节 2021年中国白酒市场格局分析

一、2021年白酒市场的割据与格局

二、2021年中国白酒企业产量排名

三、2021年高端白酒市场格局分析

第二节 2021年白酒制造行业主要企业竞争力指标对比分析

一、盈利指标对比

二、资产负债指标对比

三、运营能力指标对比

四、主要企业成本费用构成情况及对比

第三节 2021年中国白酒业集中度分析

一、产品产量区域分布

二、生产企业的集中分布

三、市场集中度分析

第四节中国白酒业竞争趋势探析

第十一章白酒重点企业竞争力及关键性财务数据分析

第一节 贵州茅台酒股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

五、企业盈利能力及偿债能力分析

第二节 宜宾五粮液股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

五、企业盈利能力及偿债能力分析

第三节 泸州老窖股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

五、企业盈利能力及偿债能力分析

第四节 四川沱牌曲酒股份有限公司（600702）

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

五、企业盈利能力及偿债能力分析

第五节 四川水井坊股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

五、企业盈利能力及偿债能力分析

第六节 山西杏花村汾酒厂股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

五、企业盈利能力及偿债能力分析

第七节 安徽古井贡酒股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

五、企业盈利能力及偿债能力分析

第八节 酒鬼酒股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

五、企业盈利能力及偿债能力分析

第十二章 2022-2028年中国白酒市场前景调查与趋势展望

第一节 2022-2028年中国白酒市场发展趋势分析

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

第二节 2022-2028年中国高端白酒行业前景依旧看好

第三节 2022-2028年中国白酒行业市场预测分析

- 一、白酒产量预测分析
- 二、白酒市场销售情况预测分析
- 三、白酒进出口贸易预测分析

第十三章 2022-2028年中国白酒行业投资机会与风险预警

第一节 2021年白酒制造行业投资特性分析

第二节 2022-2028年中国白酒制造行业投资机会分析

- 一、区域投资前景分析
- 二、与产业链相关的投资机会分析

第三节 2022-2028年中国白酒制造行业投资前景分析

- 一、政策风险
- 二、技术风险
- 三、竞争风险

部分图表目录：

图表：2017-2021年中国白酒制造行业企业数量统计

图表：2021年中国白酒制造行业企业数量分布图

图表：2017-2021年中国白酒制造从业人数状况统计

图表：2021年中国白酒制造行业不同所有制企业从业人员数据

图表：2017-2021年中国白酒制造行业不同规模企业总销售收入情况

图表：2017-2021年中国白酒制造所属行业不同规模企业销售收入所占比例图

图表：2017-2021年中国白酒制造行业总销售收入情况

图表：2017-2021年中国白酒制造行业不同所有制企业总销售收入比例图

图表：2017-2021年中国白酒制造行业不同所有制企业总销售收入对比图

图表：2021年中国白酒制造所属行业不同所有制企业总销售收入对比图

图表：2017-2021年中国白酒制造行业利润总额情况数据统计

图表：2017-2021年中国白酒制造行业不同规模企业利润总额情况

图表：2021年中国白酒制造行业不同规模企业利润总额所占比例

图表：2017-2021年中国白酒制造所属行业不同所有制企业利润总额情况

图表：2017-2021年中国白酒制造所属行业不同所有制企业利润总额对比图

图表：2021年中国白酒制造行业不同所有制企业利润总额对比图

图表：2017-2021年中国白酒制造所属行业销售毛利率情况统计

图表：2017-2021年中国白酒制造所属行业不同规模企业销售毛利率情况

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/167198A3OU.html>