

2022-2027年中国大众酒行业市场全景评估及发展战略规划报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2022-2027年中国大众酒行业市场全景评估及发展战略规划报告》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.huaon.com/channel/wine/826467.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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

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 2021年中国大众酒所属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 2021年中国大众酒所属行业市场运行分析

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、大众酒市场分析

四、大众酒市场进入壁垒与赢利模式分析

第二节 2021年大众酒市场发展情况分析

第三节 2022-2027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 2021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 2017-2021年中国大众酒所属行业主要数据监测分析

第一节 2017-2021年中国大众酒所属行业规模分析

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 2017-2021年中国大众酒所属行业结构分析

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 2017-2021年中国大众酒所属行业产值分析

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 2017-2021年中国大众酒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 2017-2021年中国大众酒所属行业盈利能力分析

一、主要盈利分析

二、主要盈利能力指标分析

第五章 2017-2021年中国大众酒（折65度，商品量）所属行业统计分析

第一节 2017-2021年全国大众酒（折65度，商品量）产量分析

第二节 2021年主要省份大众酒（折65度，商品量）产量分析

第三节 2021年大众酒（折65度，商品量）产量集中度分析

第六章

2017-2021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 2017-2021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 2017-2021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

2017-2021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

2017-2021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 2021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 2021年中国大众酒消费者分析

第一节 2021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 2021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 2021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

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 2021年中国大众酒市场竞争新格局透析

第一节 2021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 2021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 2021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 2022-2027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

第十一章 2021年中国大众酒行业运行环境

第一节 2021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 2021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 2021年中国大众酒行业景气度分析

第十二章 2022-2027年中国大众酒行业发展趋势分析

第一节 2022-2027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 2022-2027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 2022-2027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 2022-2027年中国大众酒行业产销预测分析

第十三章 2022-2027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「HJ LT」

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

图表目录：

图表：2017-2021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：2017-2021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：2017-2021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：2017-2021年中国大众酒制造企业总资产分析单位：亿元

图表：2021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：2021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：2021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：2021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：2017-2021年中国大众酒制造产成品及增长分析单位：亿元

图表：2017-2021年中国大众酒制造工业销售产值分析单位：亿元

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/wine/826467.html>