

2020年中国低端白酒市场分析报告- 市场竞争格局与发展趋势研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国低端白酒市场分析报告-市场竞争格局与发展趋势研究》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：<http://baogao.chinabaogao.com/jiulei/482734482734.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

我国白酒按价格来分，可分为高端白酒、中高端白酒、中端白酒、低端白酒。其中，低端白酒是指低于50元/500ml的白酒，代表品牌包括牛栏山二锅头、老村长、龙江家园以及地产名酒的中低档产品等。其市场定位于底层消费，饮用场景以日常消费为主，消费频次较高，产品周转较快，具有快消品属性。

中国白酒价格带划分情况

档次

价位

代表品牌

市场定位

高端

600元以上

茅台、五粮液、国窖1573

政商务、礼品、收藏

中高端

300-600元

洋河、酒鬼酒、水井坊、山西汾酒、剑南春、沱牌舍得、郎酒

政商务、婚宴、家宴、礼品

中端

50-300元

古井贡酒、老白干、金种子、伊力特等

自饮等大众消费

低端

50元以下

牛栏山、老村长、龙江家园、尖庄等

底层消费数据来源：公开资料整理

目前我国低端白酒市场呈现空间大、集中度低的特征。根据数据显示，我国低端白酒市场空间超过2000亿，但CR3仅为12%，远低于高端白酒CR3的95%、次高端白酒CR3的49%。

中国各档次白酒市场集中度占比情况

数据来源：中国酒业协会

从低端白酒品牌对比情况来看，牛栏山综合实力较为突出，二锅头陈酿宣传力度广，产品在香型、口感上与其他品牌相比有差异，能有效利用当地经销商推广。红星虽为二锅头宗师，品牌知名度也比较高，但由于体制僵化而导致运作效率较低。

中国低端白酒品牌比较情况

品牌

产品

优势地区

竞争优势

牛栏山

牛栏山二锅头陈酿

北京、河北、河南、山东、天津、苏北

二锅头宣传力度广，产品在香型、口感上有差异，大商制模式，有效利用当地经销商推广

老村长

老村长

东北、河南、山东、江苏

低成本竞争，异地灌装节省运费、税费，营销能力突出，品牌底蕴不足

红星

红星小二

北京、河北、广东、山东、浙江、江苏、上海

二锅头宗师，品牌知名度较高，但由于体制僵化运作效率较低

龙江家园

珍品高粱

东北、河南、河北、山东

营销能力突出，分销体系强，产品力较差资料来源：公开资料整理（CT）

【报告大纲】

第一章 中低端白酒行业的界定

第一节 中低端白酒的定义和分类

一、中低端白酒的定义

二、中低端白酒的分类

三、发展历程

四、主要技术

第二节 中低端白酒产业链分析

一、上游产业

1、高粱

2、大米

3、小麦

4、其他

二、下游产业

1、白酒包装行业

2、经销商

第三节 中低端白酒行业发展成熟度

一、行业发展周期分析

二、行业中外市场成熟度对比

第二章 我国经济以及社会环境

第一节 2017-2020年我国宏观经济环境分析

一、国民经济运行情况

二、全国居民收入情况

三、工业发展形势

四、固定资产投资情况

五、对外贸易&进出口

第二节 2017-2020年我国社会环境分析

一、人口环境状况

二、教育、科学技术和文化

三、卫生和社会服务

四、资源、环境和安全生产

五、中国城镇化率

六、买方市场背景下消费观念的快速进化

七、知识经济背景下消费观念的发展趋向

第三节 我国宏观经济以及社会环境对于行业的影响

第三章 中低端白酒行业政策环境

第一节 中低端白酒行业相关政策法规

第二节 中低端白酒行业“十三五”发展结果

第三节 中低端白酒行业“十三五”政策趋势预测

第四节 政策法规对于行业的影响

第二部分 行业现状分析

第四章 全球中低端白酒行业发展现状分析

第一节 全球中低端白酒行业发展现状

一、全球中低端白酒行业发展概况

二、全球中低端白酒行业区域市场结构

第二节 我国中低端白酒行业在全球市场的地位

一、我国中低端白酒行业进出口现状

1、我国中低端白酒行业进口现状

2、我国中低端白酒行业出口现状

二、2021-2026年我国中低端白酒进出口预测

三、我国中低端白酒行业在全球市场的地位分析

第五章 中国中低端白酒所属行业运行数据监测

第一节 中国中低端白酒所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国中低端白酒所属行业产销与费用分析

一、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节 中国中低端白酒所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 我国中低端白酒行业消费者属性分析

第一节 我国中低端白酒行业消费者主要属性分析

一、消费者性别结构

二、消费者年龄结构

三、消费者收入结构

四、消费者受教育程度构成

第二节 消费者属性对于中低端白酒行业的影响

第七章 我国中低端白酒消费者购买渠道分析

第一节 我国中低端白酒行业销售渠道分析

一、线下渠道分析

二、线上渠道分析

第二节 我国中低端白酒消费者购买中低端白酒的渠道结构

一、消费者购买中低端白酒主要渠道结构

二、未来渠道发展预测

第三节 “互联网”时代为中低端白酒行业渠道变革提供了契机

第八章 我国中低端白酒行业竞争格局与消费者关联分析

第一节 我国中低端白酒行业品牌构成

第二节 影响我国消费者选择中低端白酒品牌的因素分析

一、价格

二、种类

三、品牌

四、产地

五、年份

六、口感

七、包装

八、其他

第三节 中低端白酒消费者对中低端白酒品牌拥有自主选择权

第九章 全国各区域消费者品牌偏好分析

第一节 华北地区市场分析

一、市场规模分析

二、中低端白酒产量分析

三、品牌结构分析

四、消费者对于高占有率品牌的偏好分析

五、前景预测分析

第二节 华东地区市场分析

一、市场规模分析

二、中低端白酒产量分析

三、品牌结构分析

四、消费者对于高占有率品牌的偏好分析

五、前景预测分析

第三节 华南地区市场分析

一、市场规模分析

二、中低端白酒产量分析

三、品牌结构分析

四、消费者对于高占有率品牌的偏好分析

五、前景预测分析

第四节 华中地区市场分析

一、市场规模分析

二、中低端白酒产量分析

三、品牌结构分析

四、消费者对于高占有率品牌的偏好分析

五、前景预测分析

第五节 东北地区市场分析

一、市场规模分析

二、中低端白酒产量分析

三、品牌结构分析

四、消费者对于高占有率品牌的偏好分析

五、前景预测分析

第四部分 竞争格局分析

第十章 国内外品牌竞争格局

第一节 国内外品牌市场占比分析

一、国内外品牌市场占比对比分析

二、国内消费者认可国外品牌的因素分析

第二节 国内外品牌竞争优势劣势分析

一、国外品牌优势劣势分析

1、国外品牌优势分析

2、国外品牌劣势分析

二、国内品牌优势劣势分析

1、国外品牌优势分析

2、国外品牌劣势分析

第三节 国内品牌出口现状

一、国内中低端白酒出口品牌结构

二、国外消费者认可国内品牌的因素分析

第十一章 国内中低端白酒行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 贵州茅台酒股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第二节 宜宾五粮液股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第三节 江苏洋河酒厂股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第四节 湖北稻花香集团

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第五节 泸州老窖股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第六节 湖北枝江酒业集团

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第七节 四川剑南春集团有限责任公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第八节 江苏双沟酒业股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第九节 四川郎酒集团有限责任公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第十节 山西杏花村汾酒厂股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第五部分 投资风险与建议

第十二章 2021-2026年我国中低端白酒行业上下游发展预测

第一节 2021-2026年我国中低端白酒行业上游发展预测

一、2017-2020年我国中低端白酒行业上游发展状况

二、2021-2026年我国中低端白酒行业上游发展预测

三、2021-2026年上游行业发展对中低端白酒行业的影响

第一节 2021-2026年我国中低端白酒行业下游发展预测

一、2017-2020年我国中低端白酒行业下游发展状况

二、2021-2026年我国中低端白酒行业下游发展预测

三、2021-2026年下游行业发展对中低端白酒行业的影响

第十三章 2021-2026年我国中低端白酒行业投资风险分析

第一节 影响我国中低端白酒行业发展的主要因素分析

第二节 我国中低端白酒消费者偏好变化趋势

第三节 主要投资风险

一、政策和体制风险

二、技术风险

三、市场竞争风险

四、原材料压力风险

五、进入退出风险

六、经营管理风险

第四节 应对投资风险的对策分析

第十四章 2021-2026年中国中低端白酒行业发展策略及投资建议分析

第一节 中低端白酒行业发展策略分析

第二节 中低端白酒行业市场的关键客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 2021-2026年中国中低端白酒生产及销售投资运作模式探讨

一、国内生产企业投资运作模式

二、国内营销企业投资运作模式

三、外销与内销优势分析

1、外销优势

2、内销优势

第十五章 专家建议

第一节 专家投资项目建议

第二节 专家投资方式建议

图表详见报告正文.....（GY SYL）

【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业前景分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国中低端白酒市场分析报告-市场竞争格局与发展趋势研究》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。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业前景分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiulei/482734482734.html>