

# 2020年中国白酒行业分析报告- 行业运营态势与发展前景预测

报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国白酒行业分析报告-行业运营态势与发展前景预测》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/473249473249.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

2020年一季度，我国酒类线上销售额、销售量及销售均价呈增长态势。从阿里平台各品牌销售额来看，2020年Q1茅台、五粮液、洋河占据前三，名酒均价仍有提升，茅台增速领先。具体来看，2020年Q1茅台销售额为3.99亿元，同比增长141.99%，位居行业首位，均价为1279.99元，同比增长104.80%；五粮液销售额为2.72亿元，同比增长50.89%，均价为694.17元，同比增长78.84%；洋河销售额为2.36亿元，同比增长16.38%，均价为584.94元，同比增长12.77%；泸州老窖销售额为2.20亿元，同比增长81.45%，均价为489.42元，同比增长28.84%。

从消费者市场调查来看，2020年主流白酒市场竞争中，泸州老窖与五粮醇地位与上年持平，稳居一、二名。茅台迎宾酒上升两个名次，位居第三。如下表：

### 2020年中国主流白酒品牌消费市场竞争力排名

2020排名

排名变化

品牌

品牌发源地

综合得分

品牌认知

品牌关系

第一提及(%)

未提示(%)

有提示(%)

品牌联想(%)

品牌忠诚(%)

品牌偏好(%)

第1名

--

泸州老窖

四川

455.2

14.2

65.2

73.5

76.2

53.2

18.5

第2名

--

五粮春

四川

411.9

10.0

54.0

65.6

76.8

55.4

9.6

第3名

+2

茅台迎宾酒

贵州

387.6

11.8

48.3

59.7

70.2

53.7

8.9

第4名

-1

金六福

四川

352.3

7.7

45.2

55.4

63.3

52.4

6.8

第5名

-1

茅台王子酒

贵州

351.4

6.9

40.4

51.5

68.8

54.2

6.8

第6名

+1

汾酒

山西

338.8

3.7

40.1

52.8

70.0

52.7

4.2

第7名

+4

海之蓝

江苏

320.6

3.0

35.8

45.9

69.1

51.4

4.6

第8名

+1

牛栏山

北京

312.2

3.6

32.7

43.2

71.7

48.4

4.4

第9名

-3

五粮醇

四川

307.3

2.9

35.8

49.1

63.0

48.9

3.3

第10名

+5

天之蓝

江苏

302.7

1.1

29.0

39.6

68.8

54.9

2.5

第11名

new

衡水老白干

河北

299.5

0.6

21.7

29.0

82.2

55.6

1.3

第12名

+6

洋河大曲

江苏

296.3

1.7

29.8

40.7

71.5

48.7

1.4

第13名

-3

红花郎

294.0

0.9

20.6

28.9

85.9

50.9

0.9

第14名

+3

郎牌特曲

四川

293.2

2.5

27.1

37.2

65.4

54.4

1.5

第15名

-7

杏花村

山西

287.8

1.0

35.4

47.5

59.6

46.7

1.3

第16名

--

江小白

重庆

285.0

3.0

29.2

36.1

63.3

48.8

3.5

第17名

new

杜康

陕西

277.3

0.7

19.3

28.8

80.4

47.9

0.9

第18名

-5

劲酒

275.1

0.6

27.7

37.0

63.4

49.2

1.0

第19名

-7

老白汾酒

山西

255.9

1.0

19.7

28.2

60.4

51.7

1.1

第20名

new

小糊涂仙

广东

252.6

0.4

16.0

22.7

63.2

54.6

0.7

注： 品牌上榜条件是“未提示提及率 7%”； 得分基于1000分制

资料来源：中国品牌调研

## 【报告大纲】

### 第一部分白酒行业发展分析

#### 第一章 中国白酒行业发展概述

##### 第一节 中国白酒行业的分类与特性

###### 一、白酒的分类

###### 二、白酒香型介绍

###### 三、白酒行业的特征

##### 第二节 白酒的其他知识

###### 一、白酒的度及其测定方法

###### 二、白酒的勾兑和调味

###### 三、白酒的各种成分

##### 第三节 中国白酒行业发展历程与现状

###### 一、白酒行业发展的历程

###### 二、白酒酿造技术现状

###### 三、白酒行业发展现状

###### 四、白酒行业规模和地位

###### 五、中国白酒发展路径的9种深化

### 第二章 中国白酒行业运行情况分析

#### 第一节 中国白酒产业结构分析

##### 一、中国酒精饮品市场

##### 二、中国烈酒消费分析

##### 三、中国烈酒市场分析

##### 四、中国烈酒高端市场分析

##### 五、中国白酒细分市场分析

##### 六、中国不同香型白酒市场分析

#### 第二节 2017-2020年中国白酒行业运行情况分析

##### 一、2017-2020年中国白酒行业运行情况

##### 二、2017-2020年中国白酒行业规模分析

##### 三、2017-2020年中国白酒行业资本劳动密集度

##### 四、2017-2020年中国白酒行业产销情况

五、2017-2020年中国白酒行业成本费用结构

六、2017-2020年中国白酒行业盈利情况

七、2017-2020年中国白酒行业运营绩效

第三节 2017-2020年中国白酒行业运行情况分析

一、2017-2020年我国白酒行业生产情况分析

二、2017-2020年我国白酒行业盈利情况分析

三、2017-2020年我国白酒上市公司经营情况分析

第四节 2017-2020年白酒产品产量分地区统计数据

第五节 中国白酒行业存在的问题

一、中国白酒企业六大硬伤

二、2017-2020年中国白酒行业发展存在的问题

三、中国白酒行业自身的问题

四、中国白酒行业的发展对策

五、中国白酒品牌创新发展策略

第三章 中国白酒制造业经济运行数据分析

第一节 中国白酒制造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 中国白酒制造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 中国白酒制造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

## 第二部分白酒市场分析

### 第四章 中国白酒市场分析

#### 第一节 中国白酒市场状况分析

- 一、2017-2020年中国白酒市场结构
- 二、2017-2020年白酒市场涨价情况分析
- 三、2017-2020年中国白酒出口市场分析
- 四、2017-2020年塑化剂事件对白酒行业的影响

#### 第二节 高端白酒市场分析及预测

- 一、高端白酒的消费特征
- 二、2017-2020高档白酒市场分析

#### 第三节 中档白酒市场分析

- 一、中档酒将成激烈争夺领域
- 二、中档酒市场发展特点分析
- 三、2017-2020年中档白酒发展进快车道
- 四、中档酒或成未来白酒发展主力

#### 第四节 白酒团购市场分析

- 一、白酒团购模式
- 二、白酒团购模式进程
- 三、白酒团购未来展望

#### 第五节 中国白酒终端市场的运作解析

- 一、产品选择和客户管理
- 二、公关和培训
- 三、促销和服务客户
- 四、激励政策和物流管理
- 五、理货管理和回款管理

#### 第六节 中国白酒市场的同质化现象

- 一、浓香型白酒占据较大市场份额
- 二、品牌泛滥导致名酒形象淡化
- 三、价格体系紊乱及终端不良竞争加剧
- 四、白酒外包装雷同及广告宣传浮夸
- 五、白酒市场发展方向与消费需求脱节

## 第五章 中国白酒分区域市场分析

### 第一节 华北地区高端白酒市场

## 一、华北市场概述

### 二、北京白酒市场

### 三、天津白酒市场

### 四、河北白酒市场

### 五、山西白酒市场

### 六、内蒙古白酒市场

## 第二节 华东地区高端白酒市场

### 一、华东地区市场概述

### 二、上海白酒市场

### 三、山东白酒市场

### 四、江苏白酒市场

### 五、浙江白酒市场

### 六、安徽白酒市场

### 七、江西白酒市场

### 八、福建白酒市场

## 第三节 华南地区高端白酒市场

### 一、华南市场概述

### 二、广东白酒市场

### 三、广西白酒市场

### 四、海南白酒市场

## 第四节 华中地区高端白酒市场

### 一、华中市场概述

### 二、河南白酒市场

### 三、湖南白酒市场

### 四、湖北白酒市场

## 第五节 东北地区高端白酒市场

### 一、东北地区概述

### 二、黑龙江白酒市场

### 三、吉林白酒市场

### 四、辽宁白酒市场

## 第六节 西北地区高端白酒市场

### 一、西北地区市场概述

### 二、陕西白酒市场

### 三、甘肃白酒市场

## 第七节 西南地区高端白酒市场

- 一、西南市场概述
- 二、四川白酒市场
- 三、重庆白酒市场
- 四、贵州白酒市场
- 五、云南白酒市场

### 第三部分白酒消费者及营销策略

#### 第六章 白酒消费者分析

##### 第一节 白酒消费需求分析

- 一、白酒消费主流及趋势分析
- 二、现阶段我国高端白酒消费特点
- 三、2017-2020年我国白酒市场销量分析
- 四、白酒市场状况与潜在消费需求分析

##### 第二节 白酒消费者购买行为分析

- 一、白酒消费者购买行为类型分析
- 二、白酒消费者购买动机分析
- 三、白酒消费者购买方式分析
- 四、白酒消费者购买目分析
- 五、白酒消费者对广告促销的态度分析

##### 第三节 “80后”白酒消费群体分析

- 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”群体白酒企业的创新策略

##### 第四节 白酒消费行为的价值体现及营销启示

- 一、白酒消费行为特点
- 二、白酒消费行为的价值体现
- 三、白酒消费行为价值体现的营销启示

#### 第七章 白酒营销策略分析

##### 第一节 2017-2020年白酒的需求特质与渠道

- 一、2017-2020年白酒的需求特质
- 二、需求特质影响下的白酒营销模式、渠道方式
- 三、需求特质与白酒企业的战略选择

##### 第二节 白酒营销形势分析

- 一、白酒营销模式及其发展趋势

## 二、中国白酒营销的四种形式

## 三、白酒营销的分层化趋势

### 第三节 白酒营销渠道分析

#### 一、白酒终端现状与策略分析

#### 二、电子商务对白酒营销渠道的发展

#### 三、2017-2020年地方白酒企业借道电商突围谋全国扩张

#### 四、白酒电商化大势所趋

### 第四节 白酒营销策略分析

#### 一、白酒营销规律分析

#### 二、白酒淡季营销策略分析

#### 三、白酒企业促销攻略

#### 四、白酒企业三、四级市场攻略

#### 五、白酒价格营销策略分析

#### 六、高端白酒招商策略

### 第五节 白酒广告策略分析

### 第六节 中国白酒市场的分层化营销分析

#### 一、分层营销终结盘中盘模式

#### 二、高档酒营销产地化

#### 三、低档酒营销大市场化

#### 四、中档酒区域化布局及产地化加市场化营销

## 第四部分白酒行业竞争格局

### 第八章 白酒行业竞争状况分析

#### 第一节 白酒市场竞争特点

##### 一、中档酒是新生白酒品牌的最佳立足空间

##### 二、渠道价值仍然不可低估

##### 三、餐饮终端是酒类产品的竞争焦点

##### 四、促销方式以单纯产品促销为主

##### 五、地域市场品牌仍占消费主流

##### 六、商务用酒的消费比例

#### 第二节 2017-2020年白酒行业竞争格局

##### 一、中国白酒行业新竞争格局

##### 二、浓香型高端白酒竞争格局

##### 三、2017-2020年白酒行业并购整合“提速”

##### 四、2017-2020年市场压力加速行业洗牌

五、2017-2020年中国白酒借势进军国际市场

六、未来5年中国白酒市场竞争加剧

第三节 中国白酒品牌生存发展情况分析

一、品牌格局

二、品牌发展战略

三、品牌发展趋势

第四节 业外资本积极涌入白酒市场分析

一、2017-2020年业外资本积极涌入

二、2017-2020年外资涌入白酒区域品牌迅速崛起

三、2017-2020年中国白酒业发展路径生变

四、2017-2020年业外资本挺入白酒业三大路径

第五节 高端白酒行业竞争趋势分析

一、中国白酒主流趋势的预判

二、品牌决定未来格局

三、白酒行业市场竞争中的四大关键因素

第九章 白酒替代品行业竞争分析

第一节 啤酒行业

一、2017-2020年全球啤酒销量分析

二、2017-2020年我国啤酒产量分析

三、2017-2020年中国啤酒行业运行分析

第二节 葡萄酒行业

一、2017-2020年中国葡萄酒产量

二、2017-2020年中国葡萄酒消费量

三、2017-2020年我国葡萄酒产量分析

四、2017-2020年中国葡萄酒行业运行分析

五、2017-2020年白酒企业纷纷布局葡萄酒版图

第三节 黄酒行业

一、2017-2020年黄酒行业发展分析

二、2017-2020年中国黄酒行业展望

第四节 保健酒行业

一、保健酒发展分析

二、中国保健酒行业发展趋势

第五节 烈性洋酒在中国的发展

一、2017-2020年国人境外消费洋酒情况

## 二、高端洋酒品牌的中国式营销

### 第十章 中国白酒重点企业分析

#### 第一节 五粮液

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 贵州茅台

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 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

#### 第四节 四川水井坊股份有限公司

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

#### 第五节 四川沱牌舍得酒业股份有限公司

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

#### 第六节 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

#### 第七节 安徽古井贡酒股份有限公司

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

第八节 酒鬼酒股份有限公司

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

第九节 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

第十节 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

第十一章 中国白酒中小企业发展分析

第一节 中小品牌白酒面临的问题

一、资金短缺

二、融资能力低

三、市场竞争力低

四、人才短缺

五、做品牌与销量的“夹缝生存困惑”

六、市场狭窄

第二节 中小白酒企业的竞争定位

一、基于地缘优势上的盘整

二、基于产品包装上的优势

三、基于产品品质上的定位

四、基础促销创新上的差异

五、基于品牌传播上的突破

第三节 2017-2020年中小品牌白酒突围之道

一、区域抢跑

二、市场卡位

三、差异领先

四、资源聚焦

第四节 招商性中小企业攻略

一、招商性中小企业现状及发展瓶颈

二、招商性中小企业成功方略

第五部分 白酒行业发展趋势及战略

第十二章 2021-2026年中国白酒行业发展环境与趋势分析

第一节 中国白酒行业经济环境分析与预测

一、宏观环境对白酒市场的推动作用分析

二、2017-2020年宏观环境对白酒市场的影响分析

三、2017-2020年我国经济前景分析与预测

第二节 2017-2020年中国白酒行业发展环境分析与预测

一、2017-2020年中国白酒行业发展环境

二、2017-2020年中国白酒行业发展预测

第三节 2021-2026年我国白酒行业发展预测

一、2021-2026年我国白酒行业发展预测

二、2021-2026年我国白酒行业发展趋势

三、白酒产业园是白酒行业的未来趋势

第四节 高端白酒行业景气度分析及预测

一、一线超高端白酒“十三五”生存环境无虞

二、高档白酒终端需求预测模型

三、2017-2020年高档白酒及茅台终端需求测算

第五节 未来高端白酒行业发展趋势

一、高端白酒消费结构转化

二、超高端阵营增速加快

三、高端阵营稳步扩

四、次高端阵营较快速发展

五、高端白酒正在从“品牌梯队模式向“多香并立模式转型

第十三章 2021-2026年中国白酒包装发展现状与趋势

第一节 中国白酒包装现状分析

一、白酒包装现状

二、白酒的包装与设计

三、白酒包装的理性回归

四、浅析激光全息材料在白酒纸包装上的应用

第二节 白酒包装发展策略

一、白酒包装设计需个性化发展

二、白酒包装需要推陈出新

三、白酒包装如何打出品牌

四、白酒包装应该以实用为风向标

第三节 白酒包装发展趋势

一、追求高档化

二、崇尚个性化

三、包装材料的变化

四、包装色调上的变化

五、容量上的变化

第十四章 2021-2026年中国白酒行业发展战略分析

第一节 中国白酒行业新盈利模式探析

第二节 白酒企业的利润点

一、高端市场的利润点

二、终端渠道的利润点

三、酒文化的利润点

四、品牌是实在的利润点

第三节 白酒企业的招商策略

一、品牌规划策略

二、市场规划策略

三、招商启动策略

四、白酒企业招商应注意的问题

第四节 白酒海外市场攻略

一、区域的选择

二、模式的选择

三、时机与方式的选择

第五节 二线白酒企业突围的关键要素

一、战略企图

二、声誉产品

三、市场板块

四、团队整合

## 五、资源匹配度

### 图表目录

图表：2017-2020年白酒行业主要指标

图表：2017-2020年重点省份白酒行业规模以上企业指标占比情况(%)

图表：2017-2020年白酒行业不同规模企业各项指标占比情况(%)

图表：2017-2020年不同控股类型规模以上白酒企业各项指标占比情况(%)

图表：现阶段白酒行业的8个特点

图表：2017-2020年各国酒精饮品零售市场规模及过去十年年均增速

图表：2017-2020年世界人均纯酒精消费量

图表：2017-2020年世界人均酒精消费额对比人均GDP

图表：2017-2020年各国烈酒零售市场规模及过去十年增速

图表：2017-2020年各国酒精饮品零售额细分

图表：2017-2020年白酒销售额同比增长率

图表：2017-2020年白酒平均售价同比增长率

图表：2017-2020年白酒销量同比增长率

图表：2017-2020年白酒国内各酒精饮品占比变化

图表：2017-2020年白酒国内主要白酒生产商市场份额(以出厂价计算)

图表：2017-2020年白酒中国白酒市场细分变化(以销量计)

图表：2017-2020年中国白酒市场细分变化(以销售额计)

图表：2017-2020年中国白酒细分市场销量变化

图表：2017-2020年中国白酒细分市场销售额变化

图表：2017-2020年中国高端白酒细分市场销量占有率情况

图表：2017-2020年中国中高端白酒细分市场销量占有率情况

图表：2017-2020年中国低端白酒市场销量占有率情况

图表：2017-2020年中国中低端白酒细分市场销量占有率情况

图表：不同香型白酒工艺比较

图表详见报告正文..... (GY YX)

### 【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国白酒行业分析报告-行业运营态势与发展前景预测》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/473249473249.html>