

2020年中国光瓶酒市场前景研究报告- 市场供需现状与未来趋势预测

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年中国光瓶酒市场前景研究报告-市场供需现状与未来趋势预测》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/505495505495.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

面对光瓶酒日渐高端化的趋势，泸州老窖、舍得酒业、五粮液、郎酒等知名酒企纷纷布局高线光瓶酒市场，还有部分的区域性白酒企业也开始“涉猎”高线光瓶酒，例如金种子酒、古井贡酒。可以看出，无论是一二线名酒，还是区域强势酒企都加速布局光瓶酒，以便实现对高线光瓶酒市场的占位，光瓶酒或许是当下最火的白酒品类。

据了解，光瓶酒行业发展到现在共经历了三个阶段，如今已进入快速发展阶段。长久以来，光瓶酒是低端、廉价的代名词，在低端酒市场占比约30%。但随着消费理性化发展，光瓶酒价格不断提升，而且疫情期间光瓶酒逆势前行，更是给行业注入一针兴奋剂，进入光瓶酒市场的企业越来越多。

光瓶酒行业不同发展阶段

发展阶段

缓慢发展期（70s-90s）

探索期（2000-2012）

快速成长期（2012-？）

行业特征

光瓶酒占主流地位，但酒厂“以产定销”，营销、产品比较简单，光瓶酒发展较为缓慢

部分品牌开始专注于光瓶酒产品，厂家品牌意识与营销意识觉醒，光瓶酒行业进入了专业化、规模化的发展阶段

2012年八项规定成为光瓶酒行业的拐点，主流酒企纷纷重返光瓶酒领域，行业迎来快速发展阶段，品牌百花齐放

消费者特征

收入有限，可选择范围有限，自饮为主，诉求简单

生活水平改善，主要考虑性价比，消费受厂家促销等活动影响大

居民品牌意识崛起，追求品质、品牌，90后更加注重颜值、表达与内涵

价格体系

售价1-1.5元为主，渠道利润0.1-0.2元

单价逐步提升(从初期3-4元，到5-7元，再到10元以上)

牛二为代表的15元价位带成为主流，不断向高线光瓶酒升级

渠道特征

以大流通为主，经销商向厂家订货，市场无相应的服务人员和配套组织

一、开拓餐饮店渠道；二、开始深度分销；三、重视和大商合作

一、运作更加精细；二、渠道进一步扁平化；三、重视新型电商渠道

主流品牌

光瓶酒行业名酒盛行，泸州特曲、玻汾等是老一代名酒

以老村长为代表的东北品牌崛起，老村长凭借其性价比与营销手段完成全国化牛栏山引领的京味品牌成为第一阵营；同时江小白等青春小酒开始脱颖而出资料来源：公开资料整理

光瓶酒在低端酒市场占比

数据来源：公开资料整理

目前光瓶酒主要分为三类，一是30元/瓶上下的大众刚需酒，二是50-100元/瓶的高线光瓶酒，三是100元/瓶以上的高端光瓶酒。相比其他两类，高线光瓶酒以性价比高，适用性强，贴合品质消费理念等特征成为光瓶酒市场中最受瞩目的类别，或将成为行业破局利器。

伴随着我国酒类消费主权意识的崛起，特别是年轻群体对于高品质白酒的追求，进一步释放了市场的长尾需求，高端光瓶酒将迎来新的发展机遇。据相关数据显示，我国光瓶酒消费者结构与中高端酒具备显著差异，70后、80后、90后占比分别约为29%、42%、23%，且正从80后向90后、95后过渡，年轻群体占比持续提升，正成为光瓶酒新一代意见领袖。

我国光瓶酒消费结构

数据来源：公开资料整理

由于各主流酒企纷纷推出光瓶酒产品，使得一大波市场走俏的光瓶酒纷纷提价，量价齐升共同驱动光瓶酒行业处于高景气的成长期，光瓶酒不再仅仅是低端白酒的象征。数据显示，2018年我国光瓶酒市场规模为960亿元左右，业内预判，未来增速将保持在15%-30%，光瓶酒规模有望扩容至1200亿元。未来是更加注重品牌及品质的消费时代，消费追求逐渐向品牌和品质的认同转变，几大名酒酒企正是抓住了这一时机布局高线光瓶酒，并且获得良好的市场成绩。

2016-2018年我国光瓶酒行业市场规模

数据来源：公开资料整理（CT）

中国报告网是观研天下集团旗下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年中国光瓶酒市场前景研究报告-市场供需现状与未来趋势预测》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。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国光瓶酒行业发展概述

第一节 光瓶酒行业发展情况概述

- 一、光瓶酒行业相关定义
- 二、光瓶酒行业基本情况介绍
- 三、光瓶酒行业发展特点分析
- 四、光瓶酒行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、光瓶酒行业需求主体分析

第二节 中国光瓶酒行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、光瓶酒行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - 1、沟通协调机制
 - 2、风险分配机制
 - 3、竞争协调机制
- 四、中国光瓶酒行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国光瓶酒行业生命周期分析

- 一、光瓶酒行业生命周期理论概述

二、光瓶酒行业所属的生命周期分析

第四节 光瓶酒行业经济指标分析

一、光瓶酒行业的赢利性分析

二、光瓶酒行业的经济周期分析

三、光瓶酒行业附加值的提升空间分析

第五节 中国光瓶酒行业进入壁垒分析

一、光瓶酒行业资金壁垒分析

二、光瓶酒行业技术壁垒分析

三、光瓶酒行业人才壁垒分析

四、光瓶酒行业品牌壁垒分析

五、光瓶酒行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球光瓶酒行业市场发展现状分析

第一节 全球光瓶酒行业发展历程回顾

第二节 全球光瓶酒行业市场区域分布情况

第三节 亚洲光瓶酒行业地区市场分析

一、亚洲光瓶酒行业市场现状分析

二、亚洲光瓶酒行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲光瓶酒行业市场前景分析

第四节 北美光瓶酒行业地区市场分析

一、北美光瓶酒行业市场现状分析

二、北美光瓶酒行业市场规模与市场需求分析

三、北美光瓶酒行业市场前景分析

第五节 欧盟光瓶酒行业地区市场分析

一、欧盟光瓶酒行业市场现状分析

二、欧盟光瓶酒行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟光瓶酒行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界光瓶酒行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球光瓶酒行业市场规模预测

第三章 中国光瓶酒产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品光瓶酒总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国光瓶酒行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国光瓶酒产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国光瓶酒行业运行情况

第一节 中国光瓶酒行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

1、行业技术发展现状

2、行业技术专利情况

3、技术发展趋势分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国光瓶酒行业市场规模分析

第三节 中国光瓶酒行业供应情况分析

第四节 中国光瓶酒行业需求情况分析

第五节 我国光瓶酒行业进出口形势分析

一、进口形势分析

二、出口形势分析

三、进出口价格对比分析

第六节 我国光瓶酒行业细分市场分析（2015-2019年）

一、细分市场一

二、细分市场二

三、其它细分市场

第七节 中国光瓶酒行业供需平衡分析

第八节 中国光瓶酒行业发展趋势分析

第五章 中国光瓶酒所属行业运行数据监测

第一节 中国光瓶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 中国光瓶酒所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国光瓶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 2017-2020年中国光瓶酒市场格局分析

第一节 中国光瓶酒行业竞争现状分析

一、中国光瓶酒行业竞争情况分析

二、中国光瓶酒行业主要品牌分析

第二节 中国光瓶酒行业集中度分析

一、中国光瓶酒行业市场集中度分析

二、中国光瓶酒行业企业集中度分析

第三节 中国光瓶酒行业存在的问题

第四节 中国光瓶酒行业解决问题的策略分析

第五节 中国光瓶酒行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国光瓶酒行业需求特点与动态分析

第一节 中国光瓶酒行业消费市场动态情况

第二节 中国光瓶酒行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节 光瓶酒行业成本分析

第四节 光瓶酒行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、渠道因素
- 四、其他因素

第五节 中国光瓶酒行业价格现状分析

第六节 中国光瓶酒行业平均价格走势预测

- 一、中国光瓶酒行业价格影响因素
- 二、中国光瓶酒行业平均价格走势预测
- 三、中国光瓶酒行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国光瓶酒行业区域市场现状分析

第一节 中国光瓶酒行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区光瓶酒市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区光瓶酒市场规模分析
- 四、华东地区光瓶酒市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区光瓶酒市场规模分析
- 四、华中地区光瓶酒市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区光瓶酒市场规模分析
- 四、华南地区光瓶酒市场规模预测

第九章 2017-2020年中国光瓶酒行业竞争情况

第一节 中国光瓶酒行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国光瓶酒行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国光瓶酒行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第四节 中国光瓶酒行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 光瓶酒行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业1

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业2

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业3

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业4

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业5

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国光瓶酒行业发展前景分析与预测

第一节 中国光瓶酒行业未来发展前景分析

一、光瓶酒行业国内投资环境分析

二、中国光瓶酒行业市场机会分析

三、中国光瓶酒行业投资增速预测

第二节 中国光瓶酒行业未来发展趋势预测

第三节 中国光瓶酒行业市场发展预测

一、中国光瓶酒行业市场规模预测

二、中国光瓶酒行业市场规模增速预测

三、中国光瓶酒行业产值规模预测

四、中国光瓶酒行业产值增速预测

五、中国光瓶酒行业供需情况预测

第四节 中国光瓶酒行业盈利走势预测

一、中国光瓶酒行业毛利润同比增速预测

二、中国光瓶酒行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国光瓶酒行业投资风险与营销分析

第一节 光瓶酒行业投资风险分析

一、光瓶酒行业政策风险分析

二、光瓶酒行业技术风险分析

三、光瓶酒行业竞争风险分析

四、光瓶酒行业其他风险分析

第二节 光瓶酒行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国光瓶酒行业发展战略及规划建议

第一节 中国光瓶酒行业品牌战略分析

- 一、光瓶酒企业品牌的重要性
- 二、光瓶酒企业实施品牌战略的意义
- 三、光瓶酒企业品牌的现状分析
- 四、光瓶酒企业的品牌战略
- 五、光瓶酒品牌战略管理的策略

第二节 中国光瓶酒行业市场的重点客户战略实施

- 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 中国光瓶酒行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第四节 光瓶酒行业竞争力提升策略

- 一、光瓶酒行业产品差异性策略
- 二、光瓶酒行业个性化服务策略
- 三、光瓶酒行业的促销宣传策略
- 四、光瓶酒行业信息智能化策略
- 五、光瓶酒行业品牌化建设策略
- 六、光瓶酒行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国光瓶酒行业发展策略及投资建议

第一节 中国光瓶酒行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国光瓶酒行业定价策略分析

第三节 中国光瓶酒行业营销渠道策略

一、光瓶酒行业渠道选择策略

二、光瓶酒行业营销策略

第四节 中国光瓶酒行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国光瓶酒行业重点投资区域分析

二、中国光瓶酒行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiulei/505495505495.html>