

2023-2029年中国低度白酒 行业发展态势与市场需求预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2023-2029年中国低度白酒行业发展态势与市场需求预测报告》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.cction.com/report/202304/354081.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

目前，中国消费形态出现了很大变化，个体饮用比例下降，社交饮用提高。社交饮酒需要现场气氛热烈，因此消费者更希望酒入口顺、柔，喝得多而不醉，而低度白酒正适合这样的诉求。

韩国烧酒刚上市时酒度为35%vol，后降至30%vol，到2006年时再降至20.1%vol，这与现代韩国人重视健康及女性参与社会活动的比例增加有关。可见，消费方式的变化将使白酒的低度化趋势更加明显。

白酒产业的产品、技术、工艺没有根本性的变化，或者说变化很小，但是消费却出现了巨大变化，对于白酒企业来说，最重要的是把握这一趋势，开发更有生命力的产品。可见，高度酒向低度酒发展已成为趋势。目前，白酒行业在调整产品结构、发展低度白酒、降低粮食消耗等方面均取得重大进展，这也预示着低度白酒今后的发展前景。

中企顾问网发布的《2023-2029年中国低度白酒行业发展态势与市场需求预测报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：

第一章 低度白酒行业相关概述

第一节 低度白酒行业定义

第二节 低度白酒发展历程

第二章 中国低度白酒行业运行环境分析

第一节 中国宏观经济环境分析

第二节 2022年中国低度白酒行业社会环境分析

第三节 2022年低度白酒技术环境

第三章 全球低度白酒行业发展分析

第一节 2022-2023年全球低度白酒市场分析

一、全球低度白酒市场分析

二、全球低度白酒市场需求分析

第二节 2022-2023年全球部分地区低度白酒市场发展分析

第四章 中国低度白酒行业发展现状分析

第一节 2022-2023年低度白酒行业发展现状

一、低度白酒行业发展概况

二、低度白酒行业生产状况分析

第二节 2022-2023年低度白酒企业发展分析

第三节 2022-2023年低度白酒行业经济运行分析

第四节 2022-2023年低度白酒市场发展分析

第五节 低度白酒行业面临的挑战及发展建议

第五章 中国低度白酒消费市场分析

第一节 2022-2023年低度白酒客户特征分析

第二节 2022-2023年低度白酒客户对低度白酒选择的调查

第三节 2022-2023年低度白酒行业影响客户选购因素分析

一、价格因素

二、质量因素

三、品牌的影响

第四节 2022-2023年低度白酒市场客户费渠道分析

第六章 中国低度白酒行业市场营销战略分析

第一节 低度白酒企业营销分析

一、低度白酒市场营销现状

二、低度白酒品牌成功因素分析

三、低度白酒企业营销战略研究

第二节 低度白酒营销渠道分析

一、低度白酒销售渠道构成

二、低度白酒营销渠道策略分析

第三节 低度白酒行业营销策略分析

第七章 2018-2022年中国低度白酒行业数据监测

第一节 2018-2022年行业偿债能力分析

第二节 2018-2022年行业盈利能力分析

第三节 2018-2022年行业发展能力分析

第四节 2018-2022年行业企业数量及变化趋势

第八章 中国低度白酒行业发展分析

第一节 2022-2023年低度白酒行业发展现状

第二节 2022-2023年低度白酒市场供需分析

第九章 中国低度白酒行业发展分析

第一节 2022-2023年低度白酒市场发展分析

一、低度白酒发展分析

二、低度白酒市场发展有利因素分析

三、低度白酒市场消费特点分析

第二节 2022-2023年低度白酒行业存在的问题及对策

第十章 中国低度白酒行业竞争格局分析

第一节 2022-2023年低度白酒行业竞争结构分析

一、低度白酒种类品牌竞争

二、低度白酒技术工艺创新竞争

三、低度白酒销售渠道竞争

第二节 2022-2023年低度白酒区域市场格局分析

第十一章 中国低度白酒主要企业分析

第一节 重庆江小白酒业

一、公司概况

二、公司经营分析

三、公司发展战略

第二节 北京牛栏山二锅头

一、公司概况

二、公司经营分析

三、公司发展战略

第三节 青岛琅琊台集团股份

一、公司概况

二、公司经营分析

三、公司发展战略

第四节 宜宾五粮液股份有限公司

一、公司概况

二、公司经营分析

三、公司发展战略

第五节 山西杏花村汾酒厂股份

一、公司概况

二、公司经营分析

三、公司发展战略

第六节 剑南春集团

一、公司概况

二、公司经营分析

三、公司发展战略

第十二章 中国低度白酒行业发展前景分析

第一节 2023-2029年低度白酒市场发展前景分析

一、2023-2029年低度白酒市场发展潜力分析

二、2023-2029年低度白酒市场发展前景分析

第二节 2023-2029年低度白酒产品市场发展前景分析

第十三章 中国低度白酒行业发展趋势分析

第一节 对低度白酒市场发展预测

第二节 2023-2029年低度白酒市场发展趋势

第十四章 中国低度白酒行业发展战略研究

第一节 市场策略分析

一、低度白酒价格策略分析

二、低度白酒渠道策略分析

第二节 销售策略分析

一、媒介选择策略分析

二、产品定位策略分析

三、企业宣传策略分析

第三节 对我国低度白酒品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性分析

二、低度白酒实施品牌战略的意义

三、低度白酒企业品牌的现状分析

四、我国低度白酒企业的品牌战略

五、低度白酒品牌战略管理的策略

第四节 低度白酒企业经营管理策略

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202304/354081.html>