

2023-2029年中国低度酒市场 评估与产业竞争格局报告

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年中国低度酒市场评估与产业竞争格局报告》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/202304/354030.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

中企顾问网发布的《2023-2029年中国低度酒市场评估与产业竞争格局报告》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：

第一部分 低度酒产业经营情况

第一章 2022-2023年世界低度酒行业发展态势分析

第一节 2022-2023年世界低度酒市场发展状况分析

一、世界低度酒行业特点分析

二、世界低度酒市场需求分析

第二节 2022-2023年国际低度酒市场分析

一、2022-2023年国际低度酒需求分析

二、2022-2023年国际低度酒产销分析

三、2022-2023年中外低度酒市场对比

第二章 我国低度酒行业发展现状

第一节 我国低度酒行业发展现状

一、低度酒行业品牌发展现状

二、低度酒行业消费市场现状

三、低度酒市场消费层次分析

四、我国低度酒市场走向分析

第二节 2022-2023年低度酒行业发展情况分析

一、2022-2023年低度酒行业发展特点分析

二、2022-2023年低度酒行业发展情况

第三节 2022-2023年低度酒行业运行分析

一、2022-2023年低度酒行业产销运行分析

二、2022-2023年低度酒行业利润情况分析

三、2022-2023年低度酒行业发展周期分析

四、2023-2029年低度酒行业利润增速预测

第四节 对中国低度酒市场的分析及思考

一、低度酒市场特点

二、低度酒市场分析

三、低度酒市场变化的方向

四、中国低度酒产业发展的新思路

五、对中国低度酒产业发展的思考

第三章 2022-2023年中国低度酒市场运行态势剖析

第一节 2022-2023年中国低度酒市场动态分析

一、低度酒行业新动态

二、低度酒主要品牌动态

三、低度酒行业消费者需求新动态

第二节 2022-2023年中国低度酒市场运营格局分析

一、市场供给情况分析

二、市场需求情况分析

三、影响市场供需的因素分析

第三节 2022-2023年中国低度酒市场进、出口形式综述

第四节 2022-2023年中国低度酒市场价格分析

一、热销品牌产品价格走势分析

二、影响价格的主要因素分析

第二部分 低度酒行业运营分析

第四章 低度酒行业经济运行分析

第一节 2022-2023年低度酒行业主要经济指标分析

第二节 2022-2023年我国低度酒行业绩效分析

一、2022-2023年行业产销能力

二、2022-2023年行业规模情况

三、2022-2023年行业盈利能力

四、2022-2023年行业经营发展能力

五、2022-2023年行业偿债能力分析

第五章 中国低度酒行业消费市场分析

第一节 低度酒市场消费需求分析

- 一、低度酒市场的消费需求变化
- 二、低度酒行业的需求情况分析
- 三、2022-2023年低度酒品牌市场消费需求分析

第二节 低度酒消费市场状况分析

- 一、低度酒行业消费特点
- 二、低度酒行业消费分析
- 三、低度酒行业消费结构分析
- 四、低度酒行业消费的市场变化
- 五、低度酒市场的消费方向

第三节 低度酒市场消费者调研分析

- 一、低度酒市场各年龄层（老、中、青）消费规模及比例分析
- 二、低度酒市场消费者收入结构调研分析

第四节 低度酒行业产品的品牌市场调查

- 一、消费者对行业品牌认知度宏观调查
- 二、消费者对行业产品的品牌偏好调查
- 三、消费者对行业品牌的首要认知渠道
- 四、消费者经常购买的品牌调查
- 五、低度酒行业品牌忠诚度调查
- 六、低度酒行业品牌市场占有率调查
- 七、消费者的消费理念调研

第六章 我国低度酒行业市场调查分析

第一节 2022-2023年我国低度酒行业市场宏观分析

- 一、主要观点
- 二、市场结构分析
- 三、整体市场关注度
- 四、厂商分析

第二节 2022-2023年中国低度酒行业市场微观分析

- 一、品牌关注度格局
- 二、产品关注度调查

三、不同价位关注度

第七章 低度酒行业上、下游产业分析

第一节 上游产业分析

一、发展现状

（一）高粱市场分析

（二）大米市场分析

（三）小麦市场分析

（四）玉米市场分析

（五）水果

二、发展趋势预测

（一）高粱

（二）大米

（三）小麦

（四）玉米

（五）水果

三、市场现状分析

（一）2022-2023年高粱价格波动

（二）2022-2023年大米价格波动

（三）2022-2023年小麦价格波动

（四）2022-2023年玉米价格波动

（五）水果价格波动

四、行业竞争状况及其对低度酒行业的意义

第二节 下游产业分析

一、发展现状

（一）餐饮

（二）酒店

（三）零售

二、发展趋势预测

（一）餐饮

（二）酒店

（三）零售

三、市场现状分析

（一）餐饮

（二）酒店

（三）零售

四、行业新动态及其对低度酒行业的影响

五、行业竞争状况及其对低度酒行业的意义

第三部分 低度酒行业竞争格局

第八章 低度酒行业竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

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、供应商议价能力分析

五、客户议价能力分析

第二节 行业集中度分析

一、企业集中度分析

二、区域集中度分析

第三节 中国低度酒行业竞争格局综述

一、2022-2023年低度酒行业集中度

二、2022-2023年低度酒行业竞争程度

三、2022-2023年低度酒企业与品牌数量

四、2022-2023年低度酒行业竞争格局分析

第四节 2022-2023年低度酒行业竞争格局分析

一、2022-2023年国内外低度酒行业竞争分析

二、2022-2023年我国低度酒市场竞争分析

第九章 低度酒企业竞争策略分析

第一节 低度酒市场竞争策略分析

一、2022-2023年低度酒市场增长潜力分析

二、2022-2023年低度酒主要潜力品种分析

三、现有低度酒市场竞争策略分析

四、潜力低度酒竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 低度酒企业竞争策略分析

一、2023-2029年我国低度酒市场竞争趋势

二、2023-2029年低度酒行业竞争格局展望

三、2023-2029年低度酒行业竞争策略分析

第三节 低度酒行业发展机会分析

第十章 2019-2022年重点低度白酒企业竞争分析

第一节 宜宾五粮液股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

第二节 贵州茅台酒股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

第三节 泸州老窖股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

第四节 江苏洋河酒厂股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

第十一章 我国低度酒主要品牌分析

第一节 华润啤酒

- 一、生产厂家介绍
- 二、（华润雪花）产量及销售额
- 三、在低度酒市场占有率统计
- 四、主要消费群体统计

第二节 青岛啤酒

- 一、生产厂家介绍
- 二、（青岛啤酒）产量及销售额
- 三、在低度酒市场占有率统计
- 四、主要消费群体统计

第三节 燕京啤酒

- 一、生产厂家介绍
- 二、（燕京啤酒）产量及销售额
- 三、在低度酒市场占有率统计
- 四、主要消费群体统计

第四节 张裕葡萄酒

- 一、生产厂家介绍
- 二、（张裕葡萄酒）产量及销售额
- 三、在低度酒市场占有率统计
- 四、主要消费群体统计

第五节 长城葡萄酒

- 一、生产厂家介绍
- 二、（长城葡萄酒）销售额
- 三、在低度酒市场占有率统计
- 四、主要消费群体统计

第六节 古越龙山

- 一、生产厂家介绍
- 二、（古越龙山）产量及销售额
- 三、在低度酒市场占有率统计

第七节 金枫酒业

- 一、生产厂家介绍
- 二、金枫）产量及销售额

第八节 会稽山

一、生产厂家介绍

二、（会稽山）销售额

第九节 通化葡萄酒

一、生产厂家介绍

二、（通化葡萄酒）销售额

第十节 劲酒

一、生产厂家介绍

二、（劲酒）销售额

第十二章 低度白酒主要品牌及市场情况分析

第一节 玉冰烧

一、生产厂家介绍

二、（石湾玉冰烧）产量及销售额

三、在低度白酒市场占有率统计

四、主要消费群体统计

第二节 张弓酒

一、生产厂家介绍

二、（张弓酒）产量及销售额

三、在低度白酒市场占有率统计

四、主要消费群体统计

第三节 双沟特液

一、生产厂家介绍

二、（双沟特液）产量及销售额

三、在低度白酒市场占有率统计

四、主要消费群体统计

第四节 洋河微分子酒

一、生产厂家介绍

二、（洋河微分子酒）产量及销售额

三、在低度白酒市场占有率统计

四、主要消费群体统计

第五节 五粮液低度酒

一、生产厂家介绍

二、（五粮液低度酒）产量及销售额

三、在低度白酒市场占有率统计

四、主要消费群体统计

第六节 沱牌曲低度酒

一、生产厂家介绍

二、（沱牌低度酒）产量及销售额

三、在低度白酒市场占有率统计

四、主要消费群体统计

第七节 郎酒低度酒

一、生产厂家介绍

二、（郎酒低度酒）产量及销售额

三、在低度白酒市场占有率统计

四、主要消费群体统计

第八节 汾酒低度酒

一、生产厂家介绍

二、（汾酒低度酒）产量及销售额

三、在低度白酒市场占有率统计

四、主要消费群体统计

第九节 泸州老窖低度酒

一、生产厂家介绍

二、产量及销售额

三、在低度白酒市场占有率统计

四、主要消费群体统计

第十节 水井坊低度酒

一、生产厂家介绍

二、（水井坊低度酒）产量及销售额

三、在低度白酒市场占有率统计

四、主要消费群体统计

第十三章 花香型低度酒主要品牌及市场分析

第一节 “桂花乡”桂花酒

一、品牌及生产厂家介绍

二、主要产品介绍

三、产量统计

四、销售额统计

第二节 七必坊玫瑰酒

一、品牌及生产厂家介绍

二、主要产品介绍

三、产量统计

四、销售额统计

第三节 古越龙山桂花酒

一、品牌及生产厂家介绍

二、主要产品介绍

三、产量统计

四、销售额统计

第四节 女儿红桂花酒

一、品牌及生产厂家介绍

二、主要产品介绍

三、产量统计

四、销售额统计

第五节 花香型低度酒市场分析

一、花香型低度酒市场现状

二、花香型低度酒市场前景预测

三、花香型低度酒市场缺口

第四部分 低度酒行业发展预测

第十四章 低度酒行业发展趋势分析

第一节 我国低度酒行业前景与机遇分析

一、我国低度酒行业发展前景

二、低度白酒发展前景分析

三、花香型低度酒发展前景分析

第二节 2023-2029年中国低度酒市场趋势分析

一、低度酒市场趋势总结

二、低度酒行业发展趋势分析

- 三、2023-2029年低度酒产业政策趋向
- 四、2023-2029年低度酒行业技术革新趋势
- 五、2023-2029年国际环境对低度酒行业的影响

第十五章 低度酒行业发展趋势与投资战略研究

第一节 低度酒市场发展潜力分析

- 一、市场空间广阔
- 二、竞争格局变化
- 三、高科技应用带来新生机

第二节 低度酒行业发展趋势分析

- 一、品牌格局趋势
- 二、渠道分布趋势
- 三、消费趋势分析

第三节 低度酒行业发展战略研究

- 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 对我国低度酒品牌的战略思考

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

第十六章 2023-2029年低度酒行业发展预测

第一节 未来低度酒需求与消费预测

- 一、2023-2029年低度酒产品消费预测
- 二、2023-2029年低度酒市场规模预测

三、2023-2029年低度酒行业销售收入预测

四、2023-2029年低度酒行业总资产预测

第二节 2023-2029年中国低度酒行业供需预测

一、2023-2029年中国低度酒供给预测

二、2023-2029年中国低度酒需求预测

三、2023-2029年中国低度酒供需平衡预测

四、2023-2029年中国低度酒产品价格预测

第三节 影响低度酒行业发展的主要因素

一、2023-2029年影响低度酒行业运行的有利因素分析

二、2023-2029年影响低度酒行业运行的稳定因素分析

三、2023-2029年影响低度酒行业运行的不利因素分析

四、2023-2029年我国低度酒行业发展面临的挑战分析

五、2023-2029年我国低度酒行业发展面临的机遇分析

第四节 低度酒行业投资风险及控制策略分析

一、2023-2029年低度酒行业市场风险及控制策略

二、2023-2029年低度酒行业政策风险及控制策略

三、2023-2029年低度酒行业经营风险及控制策略

四、2023-2029年低度酒行业技术风险及控制策略

五、2023-2029年低度酒行业同业竞争风险及控制策略

六、2023-2029年低度酒行业其他风险及控制策略

第十七章 投资建议

第一节 行业研究结论

第二节 行业发展建议

部分图表目录

图表：2022-2023年国际低度酒产量统计

图表：2022-2023年国际低度酒销量统计

图表：2022-2023年中国低度酒行业产量统计

图表：2022-2023年中国低度酒行业销量统计

图表：2022-2023年中国低度酒行业利润总额统计

图表：2023-2029年低度酒行业利润增速预测

图表：华润雪花啤酒（中国）有限公司啤酒价格

图表：2022-2023年张裕葡萄酒价格一览表

图表：2022-2023年会稽山&古越龙山酒品价格

图表：2022-2023年低度酒行业主要经济指标

图表：2022-2023年低度酒行业产销率

图表：2022-2023年中国低度酒行业规模统计

图表：2022-2023年中国低度酒行业盈利能力

图表：2022-2023年中国低度酒行业运营能力和发展能力

图表：2022-2023年中国低度酒行业偿债能力

图表：2022-2023年低度酒行业消费结构

图表：2022-2023年低度酒市场各年龄层（老、中、青）消费规模及比例

图表：2022-2023年我国低度酒行业市场结构

图表：2019-2022年我国葡萄酒行业企业数量

图表：2019-2022年我国黄酒行业企业数量

图表：2019-2022年我国啤酒行业企业数量

图表：2022-2023年中国苹果价格走势

图表：2022-2023年中国香蕉价格走势

图表：2022-2023年中国柑橘类水果价格走势

图表：2019-2022年我国餐饮行业O2O市场规模及增长率

图表：2022-2023年各线城市五星级酒店可租客房平均收入（已作季节性调整）

图表：2022-2023年中国酒店市场关键指标

图表：2022-2023年一线城市五星级酒店指标

图表：2022-2023年一、二线城市酒店关键指标

图表：2022-2023年第三季度十大五星级酒店市场可租客房平均收入

图表：2022-2023年中国五星级酒店客房平均收入同比增幅

图表：2022-2023年中国低度酒行业市场集中度

图表：2022-2023年低度酒企业与品牌数量

图表：确定公司战略目标的步骤

图表：制定公司战略规划的步骤

图表：2023-2029年中国低度酒市场规模预测

图表：2023-2029年中国低度酒行业销售收入预测

图表：2023-2029年中国低度酒行业总资产预测

图表：2023-2029年中国低度酒行业产量预测

图表：2023-2029年中国低度酒行业销量预测

图表：2023-2029年中国低度酒行业产销平衡预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202304/354030.html>