

# 2024-2030年中国酒市场深度分析与前景趋势报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

# 一、报告报价

《2024-2030年中国酒市场深度分析与前景趋势报告》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/202310/414852.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

简单的说“酒”是一种有机化合物，可自然生成，它由含有足够糖分的水果、植物根茎或含有足够淀粉质的谷物或食物等材料通过发酵、蒸馏或勾兑等方法生产出含有食用酒精（乙醇）的饮料。

2020年受新冠疫情的冲击，我国酒业产量大幅下滑，根据国家统计局公布的数据显示，2020年我国白酒（65度，商品量）产量为740.7万千升，累计下降2.5%，是继2019年以来连续第二年产量下滑。2020年我国啤酒产量为3411.1万千升，累计下降7.0%，啤酒产量大幅下降。2020年我国葡萄酒产量为41.3万千升，累计下降6.3%，啤酒产量已经连续多年下滑。根据工业和信息化部公布酿酒行业生产情况。2022年，全国规模以上酿酒企业白酒产量671.2万千升，同比下降5.6%；啤酒产量3568.7万千升，同比增长1.1%；葡萄酒产量21.4万千升，同比下降21.9%。2020年10月30日，中国酒业协会颁布《中国酒业“十四五”发展指导意见（征求意见稿）》。“十四五”发展目标规划在“十四五”末的2025年，中国酒类产业实现酿酒总产量7010万千升，同比增长20.7%，年复合增长3.8%；实现销售收入达到12130亿元，同比增长41.2%，年复合增长7.1%；实现利润2600亿元，同比增长51.5%，年复合增长8.7%。其中，白酒产量800万千升，同比增长6.7%，年复合增长1.3%；销售收入将达到8000亿元，同比增长35.6%，年复合增长6.3%；实现利润2000亿元，同比增长37.0%，年复合增长6.5%。2021年1月22日，为了规范混合戊醇市场，对促进我国混合戊醇产业正规化发展起到积极的促进作用，根据《中国酒业协会团体标准管理办法（试行）》的规定，中国酒业协会批准T/CBJ 7102-2020《混合戊醇》团体标准，并予发布。2021年5月20日，全国酿酒标准化技术委员会发布关于征求《威士忌》《白兰地》《伏特加》《奶酒》四项国家标准外文版（征求意见稿）意见的通知，按照标准工作程序，组织完成了《威士忌》《白兰地》《伏特加》《奶酒》四项国家标准外文版的征求意见稿，现向有关行业部门、协会、生产、销售、科研、检测 and 用户等单位广泛征求意见。2021年10月25日，食品安全国家标准审评委员会秘书处发布关于征求《食品安全国家标准食品接触用橡胶材料及制品》等34项食品安全国家标准（征求意见稿）意见的函（食标秘发〔2021〕12号），正式对《食品安全国家标准 酒和食用酒精中乙醇浓度的测定》公开征求意见。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国酒市场深度分析与前景趋势报告》共十三章。首先对酒行业简单介绍说明，其次对全球酒业发展状况进行分析，接着分析了中国酒行业的发展环境和市场运行现状。随后，对白酒、啤酒、葡萄酒等细分市场做重点分析，再对相关消费、电商市场运行进行综述，以及对重点企业及其市场投资进行分析，最后对酒行业的前景进行分析。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、工信部、财政部、中国酒业协会、中企顾问网、中企顾问网市场调查中心以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对酒行业有个系统深入的了解、或者想投资酒相关行业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

## 报告目录：

### 第一章 酒行业概述

#### 1.1 酒的相关介绍

##### 1.1.1 酒的定义

##### 1.1.2 酒的分类

##### 1.1.3 酒的社会功能

##### 1.1.4 酒的健康功能效

#### 1.2 酒文化

##### 1.2.1 节庆酒俗

##### 1.2.2 中国美酒文化

### 第二章 2021-2023年全球酒业发展概况

#### 2.1 全球酒市场整体运行情况

##### 2.1.1 全球酒业市场现状

##### 2.1.2 全球酒类市场规模

##### 2.1.3 全球饮酒市场趋势

#### 2.2 全球烈酒市场的运行分析

##### 2.2.1 全球烈酒市场概述

##### 2.2.2 全球烈酒市场规模

##### 2.2.3 全球烈酒市场份额

##### 2.2.1 全球烈酒市场趋势

#### 2.3 全球啤酒市场的运行分析

##### 2.3.1 全球啤酒产量

##### 2.3.2 市场竞争格局

##### 2.3.3 欧美市场分析

##### 2.3.4 亚洲市场分析

##### 2.3.5 市场品牌价值

## 2.4 美国酒市场整体运行情况

### 2.4.1 酒类市场

### 2.4.2 酒类电商

### 2.4.3 葡萄酒市场

### 2.4.4 烈酒市场

### 2.4.5 啤酒市场

## 2.5 日本酒市场整体运行情况

### 2.5.1 主要品类

### 2.5.2 清酒市场

### 2.5.3 烧酒市场

## 2.6 韩国酒市场整体运行情况

### 2.6.1 烧酒市场

### 2.6.2 啤酒市场

### 2.6.3 葡萄酒市场

## 2.7 阿根廷的酒市场运行情况

### 2.7.1 进出口市场

### 2.7.2 葡萄酒产量

### 2.7.3 葡萄酒原料

### 2.7.4 酒市场动态

## 第三章 2021-2023年中国酒业市场环境概述

### 3.1 经济环境

#### 3.1.1 社会消费品零售情况

#### 3.1.2 工业产能利用率情况

#### 3.1.3 居民收入与支出情况

#### 3.1.4 宏观的经济发展情况

### 3.2 社会环境

#### 3.2.1 人口结构

#### 3.2.2 城市化水平

#### 3.2.3 消费观念

### 3.3 政策环境

#### 3.3.1 国家标准

### 3.3.2 行业标准

### 3.3.3 团体标准

## 第四章 2021-2023年中国酒业运行现状分析

### 4.1 中国酒行业简介

#### 4.1.1 行业简单介绍

#### 4.1.2 行业细分品类

#### 4.1.3 行业发展历程

### 4.2 酒业运行现状分析

#### 4.2.1 整体行业发展现状

#### 4.2.2 酿酒企业数量分析

#### 4.2.3 酿酒市场经营情况

#### 4.2.4 酿酒细分市场结构

#### 4.2.5 酿酒行业产量状况

#### 4.2.6 酒业的流通价值链

#### 4.2.7 酒业的流通产业链

#### 4.2.8 酒市场的相关动态

### 4.3 酒企竞争现状分析

#### 4.3.1 流通企业排行榜

#### 4.3.1 生产企业百强榜

#### 4.3.2 酒企的市场动态

### 4.4 酒业难题以及对策

#### 4.4.1 市场供需方面

#### 4.4.2 市场定位方面

#### 4.4.3 行业基础方面

#### 4.4.4 自主创新方面

### 4.5 酒业流通标杆企业

#### 4.5.1 歌德盈香

#### 4.5.2 易酒批

#### 4.5.3 1919

#### 4.5.4 华致酒库

#### 4.5.5 酒便利

- 4.5.6 浙江尚源
- 4.5.7 九甄选
- 4.6 疫情对酒业的影响
  - 4.6.1 行业整体影响
  - 4.6.2 不同酒种的影响
  - 4.6.3 不同领域策略
  - 4.6.4 复工复产建议

## 第五章 2021-2023年中国白酒行业市场综述

- 5.1 白酒行业基本概况介绍
  - 5.1.1 白酒简单介绍
  - 5.1.2 白酒香型划分
  - 5.1.3 香型发展历程
- 5.2 白酒整体市场运行综况
  - 5.2.1 白酒品牌格局
  - 5.2.2 白酒行业供求
  - 5.2.3 白酒行业结构
  - 5.2.4 白酒业周期性
  - 5.2.5 白酒行业政策
- 5.3 白酒相关市场规模分析
  - 5.3.1 白酒业的品类市场规模
  - 5.3.2 白酒的整体销售额分析
  - 5.3.3 白酒企业数量规模分析
    - 5.3.1 白酒企业营业情况分析
- 5.4 2021-2023年全国白酒产量分析
  - 5.4.1 2021-2023年全国白酒产量趋势
  - 5.4.2 2020年全国白酒产量情况
  - 5.4.3 2021年全国白酒产量情况
  - 5.4.4 2022年全国白酒产量情况
  - 5.4.5 白酒产量分布情况
- 5.5 白酒行业的数字化转型
  - 5.5.1 生产数字化

- 5.5.2 营的数字化
- 5.5.3 销的数字化
- 5.5.4 管理数字化
- 5.6 新奢族白酒市场的兴起
  - 5.6.1 新奢族发展历程分析
  - 5.6.2 新奢族消费需求特征
  - 5.6.3 轻奢族酒水选择特征
  - 5.6.4 新奢族白酒市场特征
- 5.7 白酒企业面临挑战分析
  - 5.7.1 企业规模
  - 5.7.2 企业营销
  - 5.7.3 企业环境

## 第六章 2021-2023年中国啤酒行业市场综述

- 6.1 啤酒行业整体概述
  - 6.1.1 啤酒含义简述
  - 6.1.2 啤酒产品结构
  - 6.1.3 行业发展历程
  - 6.1.4 啤酒的产业链
- 6.2 啤酒行业运行分析
  - 6.2.1 啤酒消费规模分析
  - 6.2.2 啤酒市场份额分析
  - 6.2.3 啤酒市场竞争格局
  - 6.2.4 啤酒市场价格分析
  - 6.2.5 啤酒行业政策分析
- 6.3 2021-2023年全国啤酒产量分析
  - 6.3.1 2021-2023年全国啤酒产量趋势
  - 6.3.2 2020年全国啤酒产量情况
  - 6.3.3 2021年全国啤酒产量情况
  - 6.3.4 2022年全国啤酒产量情况
  - 6.3.5 啤酒产量分布情况
- 6.4 啤酒产品成本市场

- 6.4.1 制造成本构成
- 6.4.2 包装成本市场
- 6.4.3 原材料成本分析
- 6.5 啤酒企业运行分析
  - 6.5.1 企业产能利用率
  - 6.5.2 市场生产商数量
  - 6.5.3 企业去产能路径
  - 6.5.4 重点企业的介绍
- 6.6 精酿啤酒市场分析
  - 6.6.1 啤酒市场优势对比
  - 6.6.2 精酿市场规模分析
  - 6.6.3 精酿啤酒市场空间
  - 6.6.4 主要企业市场布局
- 6.7 罐装啤酒市场分析
  - 6.7.1 罐装啤酒产量
  - 6.7.2 啤酒的罐化率
  - 6.7.3 市场价格分析
  - 6.7.4 制造成本分析
  - 6.7.5 市场驱动因素
  - 6.7.6 发展空间分析
- 6.8 高端啤酒市场分析
  - 6.8.1 企业产品布局
  - 6.8.2 区域市场分布
  - 6.8.3 啤酒市场份额
  - 6.8.4 市场规模预测

## 第七章 2021-2023年中国葡萄酒业市场综述

- 7.1 葡萄酒市场简单概述
  - 7.1.1 葡萄酒的含义
  - 7.1.2 葡萄酒的类别
  - 7.1.3 葡萄酒的品种
  - 7.1.4 行业发展历程

## 7.2 葡萄酒市场发展综述

### 7.2.1 行业影响因素

### 7.2.2 行业渠道分析

### 7.2.3 行业竞争格局

### 7.2.4 行业标准方面

## 7.3 葡萄酒的产业链分析

### 7.3.1 产业链构成

### 7.3.2 上游分析

### 7.3.3 中游分析

### 7.3.4 下游分析

## 7.4 葡萄酒市场规模分析

### 7.4.1 葡萄酒相关企业数量

### 7.4.2 葡萄酒销售规模分析

### 7.4.3 葡萄酒进口规模分析

### 7.4.4 葡萄酒消费市场规模

## 7.5 2021-2023年全国葡萄酒产量分析

### 7.5.1 2021-2023年全国葡萄酒产量趋势

### 7.5.2 2020年全国葡萄酒产量情况

### 7.5.3 2021年全国葡萄酒产量情况

### 7.5.4 2022年全国葡萄酒产量情况

### 7.5.5 葡萄酒产量分布情况

## 7.6 葡萄酒市场重点企业

### 7.6.1 宁夏法塞特酒庄股份有限公司

### 7.6.2 云南红酒业集团有限公司

### 7.6.3 乡都酒业

## 第八章 2021-2023年酒业其他细分市场分析

### 8.1 烈酒市场

#### 8.1.1 烈酒的市场介绍

#### 8.1.2 白兰地市场分析

#### 8.1.3 威士忌市场分析

#### 8.1.4 伏特加市场分析

## 8.2 黄酒市场

### 8.2.1 黄酒企业运行状况

### 8.2.2 黄酒行业市场规模

### 8.2.3 黄酒行业竞争格局

### 8.2.4 黄酒行业贸易情况

## 8.3 老酒市场

### 8.3.1 主要市场产品类别

### 8.3.2 老酒市场价值分析

### 8.3.3 老酒饮酒人群特点

## 第九章 2021-2023年酒业消费市场运行综述

### 9.1 酒业消费人群总综述

#### 9.1.1 高净值人群介绍

#### 9.1.1 酒消费年龄分布

#### 9.1.2 酒类消费的特质

#### 9.1.3 酒类消费的选择

### 9.2 酒市场消费渠道分析

#### 9.2.1 消费需求分析

#### 9.2.2 主要线上渠道

#### 9.2.3 媒体接触渠道

#### 9.2.4 购酒信息渠道

#### 9.2.5 酒类购买渠道

### 9.3 洋酒业消费市场分析

#### 9.3.1 消费场景

#### 9.3.2 消费人群

#### 9.3.3 购买因素

#### 9.3.4 品牌倾向

#### 9.3.5 市场份额

### 9.4 白酒业消费市场分析

#### 9.4.1 高端白酒消费市场

#### 9.4.2 不同白酒消费市场

#### 9.4.3 白酒消费趋势分析

#### 9.4.4 消费人群特点分析

### 9.5 啤酒业消费市场分析

#### 9.5.1 消费人群

#### 9.5.2 消费场景

#### 9.5.3 消费偏好

#### 9.5.4 品牌倾向

### 9.6 葡萄酒消费市场分析

#### 9.6.1 饮酒人群

#### 9.6.2 消费场景

#### 9.6.3 消费偏好

#### 9.6.4 品牌选择

#### 9.6.5 女性市场

## 第十章 2021-2023年酒类电商市场运行综述

### 10.1 新零售市场运行情况

#### 10.1.1 新零售酒业现状

#### 10.1.2 市场的驱动要素

#### 10.1.3 新零售典型案例

#### 10.1.4 新零售发展趋势

### 10.2 酒类电商市场发展现状

#### 10.2.1 市场发展历程

#### 10.2.2 电商市场规模

#### 10.2.1 电商模式优势

#### 10.2.1 经营指标分析

### 10.3 酒类电商前景预测

#### 10.3.1 行业发展机遇

#### 10.3.2 行业发展趋势

#### 10.3.3 行业竞争趋势

#### 10.3.4 电商平台代表

### 10.4 重点企业分析

#### 10.4.1 酒仙网

#### 10.4.2 1919酒类直供

10.4.3 酒小二

10.4.4 酒便利

## 第十一章 2020-2023年中国酒行业重点企业经营状况分析

### 11.1 白酒——泸州老窖股份有限公司

11.1.1 企业发展概况

11.1.2 企业动态

11.1.3 企业发展概况

11.1.4 经营效益分析

11.1.5 业务经营分析

11.1.6 财务状况分析

11.1.7 核心竞争力分析

11.1.8 公司发展战略

11.1.9 未来前景展望

### 11.2 白酒——贵州茅台酒股份有限公司

11.2.1 企业发展概况

11.2.2 企业动态

11.2.3 企业发展概况

11.2.4 经营效益分析

11.2.5 业务经营分析

11.2.6 财务状况分析

11.2.7 核心竞争力分析

11.2.8 公司发展战略

11.2.9 未来前景展望

### 11.3 白酒——宜宾五粮液股份有限公司

11.3.1 企业发展概况

11.3.2 经营效益分析

11.3.3 业务经营分析

11.3.4 财务状况分析

11.3.5 核心竞争力分析

11.3.6 公司发展战略

11.3.7 未来前景展望

#### 11.4 白酒——江苏洋河酒厂股份有限公司

##### 11.4.1 公司简介

##### 11.4.2 企业发展概况

##### 11.4.3 经营效益分析

##### 11.4.4 业务经营分析

##### 11.4.5 财务状况分析

##### 11.4.6 核心竞争力分析

##### 11.4.7 公司发展战略

##### 11.4.8 未来前景展望

#### 11.5 啤酒——百威英博公司

##### 11.5.1 企业动态

##### 11.5.2 企业发展概况

##### 11.5.3 经营效益分析

##### 11.5.4 业务经营分析

##### 11.5.5 财务状况分析

##### 11.5.6 核心竞争力分析

##### 11.5.7 公司发展战略

##### 11.5.8 未来前景展望

#### 11.6 啤酒——北京燕京啤酒股份有限公司

##### 11.6.1 公司简介

##### 11.6.2 经营效益分析

##### 11.6.3 业务经营分析

##### 11.6.4 财务状况分析

##### 11.6.5 核心竞争力分析

##### 11.6.6 公司发展战略

##### 11.6.7 未来前景展望

#### 11.7 啤酒——重庆啤酒股份有限公司

##### 11.7.1 公司简介

##### 11.7.2 经营效益分析

##### 11.7.3 业务经营分析

##### 11.7.4 财务状况分析

##### 11.7.5 核心竞争力分析

11.7.6 公司发展战略

11.7.7 未来前景展望

11.8 啤酒&mdash;&mdash;青岛啤酒股份有限公司

11.8.1 公司简介

11.8.2 经营效益分析

11.8.3 业务经营分析

11.8.4 财务状况分析

11.8.5 核心竞争力分析

11.8.6 公司发展战略

11.8.7 未来前景展望

11.9 啤酒&mdash;&mdash;华润啤酒(控股)有限公司

11.9.1 公司简介

11.9.2 经营效益分析

11.9.3 业务经营分析

11.9.4 财务状况分析

11.9.5 核心竞争力分析

11.9.6 公司发展战略

11.9.7 未来前景展望

11.10 葡萄酒&mdash;&mdash;中信国安葡萄酒业股份有限公司

11.10.1 公司简介

11.10.2 经营效益分析

11.10.3 业务经营分析

11.10.4 财务状况分析

11.10.5 核心竞争力分析

11.10.6 公司发展战略

11.10.7 未来前景展望

11.11 葡萄酒&mdash;&mdash;张裕葡萄酿酒股份有限公司

11.11.1 公司简介

11.11.2 经营效益分析

11.11.3 业务经营分析

11.11.4 财务状况分析

11.11.5 核心竞争力分析

- 11.11.6 公司发展战略
- 11.11.7 未来前景展望
- 11.12 黄酒——会稽山绍兴酒股份有限公司
- 11.12.1 公司简介
- 11.12.2 企业动态
- 11.12.3 经营效益分析
- 11.12.4 业务经营分析
- 11.12.5 财务状况分析
- 11.12.6 核心竞争力分析
- 11.12.7 公司发展战略
- 11.12.8 未来前景展望

## 第十二章 2021-2023年中国酒产业投资项目及投资动态分析

### 12.1 A股及新三板上市公司在酒行业投资动态分析

- 12.1.1 投资项目综述
- 12.1.2 投资区域分布
- 12.1.3 投资模式分析
- 12.1.4 典型投资案例

### 12.2 1.2酒行业上市公司投资动态分析

- 12.2.1 投资规模统计
- 12.2.2 投资区域分布
- 12.2.3 投资模式分析
- 12.2.4 典型投资案例

### 12.3 酒业市场投资风险

- 12.3.1 股票估值偏高
- 12.3.2 消费面临挑战
- 12.3.3 两级分化严重

### 12.4 细分市场投资分析

- 12.4.1 白酒市场投资框架
- 12.4.2 白酒行业投资策略
- 12.4.3 啤酒行业投资建议
- 12.4.4 葡萄行业投资收购

## 第十三章 2023-2027年酒业前景展望分析

### 13.1 白酒行业未来趋势预测

#### 13.1.1 总行业市场规模预测

#### 13.1.1 细分市场的结构趋势

#### 13.1.2 白酒周期性发展趋势

### 13.2 啤酒行业未来发展趋势

#### 13.2.1 消费市场趋势分析

#### 13.2.2 市场的景气度分析

#### 13.2.3 产品结构增量分析

### 13.3 葡萄酒市场的发展前景

#### 13.3.1 供应市场未来发展

#### 13.3.2 销售市场未来分析

#### 13.3.3 终端消费市场趋势

#### 13.3.4 市场区域发展趋势

### 13.4 中国酒业未来发展机遇

#### 13.4.1 有利的外部条件

#### 13.4.2 特色现代企业制

#### 13.4.3 高标准市场体系

#### 13.4.4 良性消费新业态

### 13.5 酒业整体发展趋势

#### 13.5.1 黄酒市场趋势

#### 13.5.2 酒精饮料崛起

#### 13.5.3 独立品牌趋势

#### 13.5.4 消费市场趋势

#### 13.5.5 企业竞争趋势

### 13.6 中国酒业“十四五”发展指导意见

#### 13.6.1 “十四五”主要任务

#### 13.6.2 “十四五”政策内容

#### 13.6.3 “十四五”政策变化

#### 13.6.4 “十四五”酒业思路

## 图表目录

- 图表 2019年全球酒类零售份额
- 图表 烈酒的发展历程
- 图表 2019年全球消费者对烈酒品类价值排序
- 图表 国际消费者对茅台的知晓率
- 图表 各国消费者对茅台的认知
- 图表 2019年全球酒类消费量份额
- 图表 2020年全球与中国烈酒市场份额对比
- 图表 2015-2019年全球烈酒品类消费量增长趋势
- 图表 2019年海外烈酒各品类消费额占比
- 图表 2016-2019年全球啤酒产量及增速情况
- 图表 2019年全球啤酒品牌销量对比情况
- 图表 2019年全球十大啤酒品牌集团市场份额
- 图表 2019年欧美国家与中国人均啤酒产量对比
- 图表 2019年亚洲国家与中国人均啤酒消费量对比
- 图表 2020年全球最具价值啤酒品牌TOP10名单
- 图表 1999-2019年美国酒精市场规模
- 图表 2016-2019年美国精酿啤酒销量及规模占比分析
- 图表 日本主要品类介绍
- 图表 2015-2019年日本清酒出口金额
- 图表 2015-2020年南半球主要国家葡萄酒生产情况
- 图表 2019年社会消费品零售总额同比分析
- 图表 2019年社会消费品零售总额主要数据
- 图表 2020年社会消费品零售总额同比分析
- 图表 2020年社会消费品零售总额主要数据
- 图表 2019年工业产能利用率
- 图表 2019年工业产能利用率
- 图表 2020年工业产能利用率
- 图表 2020年工业产能利用率
- 图表 2018-2019年全国居民人均可支配收入情况
- 图表 2019年全国居民消费支出及构成
- 图表 2019年全国居民收支主要数据

图表 2019年城乡居民收支主要数据

图表 2020年全国居民人均可支配收入情况

图表 2020年中国居民人均消费支出及构成

图表 2020全国居民收入主要数据

图表 2020城乡居民收入主要数据

图表 酒业有关内容的内容调整

图表 中国酒类行业细分品类市场介绍

图表 中国酒类行业发展历程

图表 2014-2019年中国规模以上酿酒企业数量

图表 2019年我国酿酒行业营业收入和利润变化情况

图表 2019年我国酿酒行业细分市场收入占比

图表 2019年我国酿酒行业细分市场利润占比

图表 2019年我国酿酒行业产量规模

图表 2019年我国酿酒行业产量分布

图表 2019年我国重点省市酿酒行业产量情况

图表 中国酒业价值链分析图

图表 中国酒业流通产业链分析

图表 2020年度中国酒业百强榜（流通企业）

图表 2020年度中国酒业百强榜（生产企业）

图表 白酒香型概览

图表 代表性酒企的营收变化

图表 白酒行业供需模型

图表 白酒行业需求模型

图表 白酒行业的供给模型

图表 2018-2019年中国中低端白酒市场规模

图表 2019年不同档次白酒细分市场份额（销售收入）情况

图表 2018-2019年中国高端白酒行业市场规模统计情况

图表 2014-2019年中国白酒销售额分析

图表 2015-2020年中国规模以上白酒企业数量统计

图表 2015-2020年中国规模以上白酒企业销售收入情况

图表 2015-2020年中国规模以上白酒企业利润情况

图表 2020-2022年中国白酒产量趋势图

图表 2020年全国白酒产量数据

图表 2020年主要省份白酒产量占全国产量比重情况

图表 2021年全国白酒产量数据

图表 2021年主要省份白酒产量占全国产量比重情况

图表 2022年全国白酒产量数据

图表 2022年主要省份白酒产量占全国产量比重情况

图表 2021年白酒产量集中程度示意图

图表 白酒企业的数字化转型框架

图表 2015-2019年国内生产总体情况

图表 2020年中国新资中产人群消费关注点

图表 2015-2019年中国进口商品变化图

图表 新奢族选购酒水品牌需求统计

图表 新奢族选购酒水的因素

图表 酒水多元饮用方式

图表 2013-2022年不同档次白酒市场份额变化趋势

图表 啤酒行业发展历程

图表 2014-2019年全国啤酒产销率变化趋势

图表 2013-2019年我国啤酒市场销售收入变化情况

图表 2019年我国啤酒市场份额发布

图表 啤酒行业集中度分析

图表 中国啤酒企业区域格局分布

图表 主要啤酒厂商介绍

图表 中国啤酒市场分布

图表 2010-2019年中国啤酒价格

图表 百威英博与百威亚太吨价测算

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/414852.html>