

2018-2024年中国高端白酒行业市场供需预测及投资战略研究咨询报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2018-2024年中国高端白酒行业市场供需预测及投资战略研究咨询报告》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：<https://www.huaon.com/detail/330962.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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

高端白酒作为高端社交场合的润滑剂，有其特有的刚性需求。尽管政务消费需求的萎缩对高端白酒的打击很大，但高端商务和个人需求依旧存在，同时对品质和品牌提出更高的要求，推进高端白酒回归消费本质。经过三年的深度调整，白酒行业逐步复苏，高端白酒市场也开始回暖，同时重新完成洗牌，出现明显分化。

高端酒的收入和销量自2014年开始逐步回升，但占比仍偏低。因2012年三公消费受限等因素，高端酒单品数量大幅下降，仅剩茅老五为主力品牌；与之相对应，2013年高端酒总营收下降21.25%，茅老五高端酒销量下降5.07%。自2014年开始，高端酒市场逐步回暖，截至2016年，茅老五高端酒收入约增加至571亿元，且销量提升至4.14

万吨左右，其中收入占白酒行业总营收的9.32%，仍明显低于2012年的高点（12.85%）。高端市场主力品牌的总营收自2014年开始逐步增加 2012-2016年高端酒总营收走势 2012年和 2015年高端白酒市场份额构成

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。

报告目录:

第一部分 高端白酒行业运行环境

第一章 白酒行业相关概述1

第一节 白酒行业的定义和分类1

一、白酒的定义1

二、白酒的分类2

1、按所用酒曲和主要工艺分类2

2、按酒的香型分类3

3、按酒度的高低分类7

4、按酒价的高低类7

三、白酒的11种香型及典范品牌介绍7

第二节 高端白酒行业概述8

一、行业定义8

二、行业基本特点8

三、高端白酒产品种类10

四、行业周期性特征10

第三节高端白酒行业的地位分析10

一、高端白酒的发展历程10

二、高端白酒行业在国家产业中的地位15

三、高端白酒行业产值占国民经济的比重16

四、高端白酒行业在GDP中的作用16

第二章高端白酒行业PEST模型17

第一节行业政治法律环境分析（P） 17

一、政府管制与调控17

1、国家食品安全监管17

2、白酒广告与价格调控19

3、商务部关于“十三五”期间加强酒类流通管理的指导意见21

4、关于进一步加强酒类质量安全工作的通知25

5、产业结构调整指导目录27

二、行业法律法规28

1、白酒消费税28

2、白酒国家标准清单28

三、行业发展规划30

1、中国酿酒工业“十三五”规划30

2、川酒“十三五”规划草案30

3、白酒行业“169”计划30

4、白酒行业“158”计划33

四、政策影响分析34

1、高端白酒市场受“三公限令”影响分析34

2、其他政策影响分析34

第二节行业经济环境分析（E） 34

一、国内经济增长34

二、居民收入水平35

三、工业及居民消费水平36

第三节行业社会环境分析（S） 38

一、居民消费结构38

二、居民消费观念38

第四节行业技术环境分析（T） 41

一、微生物学研究41

二、发酵技术工艺41

三、人工培养老窖42

四、复式发酵42

五、分层发酵42

六、夹泥发酵43

七、低度酒的研制43

八、后处理技术的进展43

九、先进纳米技术44

十、RFID防伪技术44

第三章国际烈酒市场发展分析与竞争分析56

第一节国际烈酒市场增长情况分析56

一、烈酒消费在时间序列上的变化56

1、烈酒消费黄金年代（1960-1980） 56

2、烈酒消费“阵痛”时期（1980-1990） 57

3、烈酒消费匍匐前进时期（1990-2000） 58

4、烈酒消费稳定期（2000至今） 59

二、烈酒消费在空间上的变化60

三、烈酒品类增长与竞争分析62

1、主要烈酒品牌产量62

2、主要烈酒品牌市场份额62

第二节高端烈酒市场增长与品牌塑造63

一、高端烈酒市场增长情况63

二、高端烈酒品牌案例分析63

1、JohnnieWalker63

2、AbsolutVodka67

第四章中国白酒市场发展分析69

第一节中国白酒行业发展综述69

一、中国白酒行业发展回顾69

二、中国白酒产业结构分析72

三、“十二五”中国白酒行业发展综述75

四、中国白酒行业取得的重要变化进展76

第二节2013-2017年白酒市场分析82

一、白酒行业产能平衡分析82

二、白酒行业进入整合加速期促进发展83

三、白酒高毛利率引发资本进入85

四、白酒行业竞争激烈86

第三节2013-2017年白酒行业供需分析86

一、2013-2017年白酒行业供给分析86

1、2013-2017年白酒产量增长趋势86

2、2013-2017年白酒分地区产量分析87

3、2013-2017年白酒重点省市产量分析97

二、2013-2017年白酒行业需求分析99

三、2013-2017年白酒行业产销率分析99

四、2013-2017年白酒行业库存分析100

第四节2018-2024年白酒行业发展前景分析100

一、白酒行业仍具优势前景乐观100

二、未来十年白酒行业发展前景分析101

三、清香型白酒发展前景巨大101

第五章中国白酒行业技术发展分析103

第一节生物工程技术分析103

一、窖泥微生物分析103

二、酱香功用菌分析104

第二节酿酒发酵机理分析106

第三节白酒香味成分分析109

第四节消费工艺的变革与创新113

一、麴曲酱香白酒工艺创新113

二、复式发酵121

三、分层发酵121

四、夹泥发酵122

五、汾酒发酵的最高品温控制122

六、将先进的纳米技术引入白酒行业122

第五节白酒储存分析123

第六节新型白酒的开展124

第七节低度酒的消费与开展125

第六章中国白酒行业经济指标分析127

第一节2013-2017年白酒制造行业总体规模分析127

- 一、2013-2017年白酒制造企业数量结构127
- 二、2013-2017年白酒制造行业资产规模127
- 三、2013-2017年白酒制造行业主营收入规模128
- 四、2013-2017年白酒制造行业主营成本规模128
- 五、2013-2017年白酒制造行业费用规模129
- 六、2013-2017年白酒制造行业利润规模130
- 第二节2013-2017年白酒制造行业产销分析131
 - 一、2013-2017年白酒制造行业产成品情况131
 - 二、2013-2017年白酒制造行业产品销售收入131
- 第三节2013-2017年白酒制造行业盈利能力分析132
 - 一、2013-2017年白酒制造行业销售利润率132
 - 二、2013-2017年白酒制造行业成本费用利润率132
 - 三、2013-2017年白酒制造行业亏损面133
- 第四节2013-2017年白酒制造行业偿债能力分析133
 - 一、2013-2017年白酒制造行业资产负债比率133
 - 二、2013-2017年白酒制造行业利息保障倍数134
- 第五节2013-2017年白酒制造行业营运能力分析134
 - 一、2013-2017年白酒制造行业应收帐款周转率134
 - 二、2013-2017年白酒制造行业总资产周转率135
- 第六节2013-2017年白酒制造行业发展能力分析135
 - 一、2013-2017年白酒制造行业总资产增长率135
 - 二、2013-2017年白酒制造行业利润总额增长率136
 - 三、2013-2017年白酒制造行业主营业务收入增长率136

第七章中国白酒市场供需分析137

第一节中国白酒行业供需平衡指标137

- 一、2013-2017年白酒行业供给指标137
 - 1、总产值137
 - 2、产成品137
 - 3、产成品前十地区138
- 二、2013-2017年白酒行业需求指标139
 - 1、销售产值139
 - 2、销售产值前十地区139
 - 3、销售收入140
 - 4、销售收入前十地区141

三、2013-2017年白酒行业产销率142

第二节2013-2017年白酒行业运营状况142

一、产业规模142

二、资本/劳动密集度142

三、产销情况142

四、成本费用结构143

五、盈亏情况143

第三节白酒行业进出口情况143

一、2013-2017年白酒行业出口情况143

二、2013-2017年白酒行业进口情况144

三、2018-2024年白酒行业进出口形势145

第二部分高端白酒行业运行现状

第八章中国高端白酒行业发展分析149

第一节高端白酒行业相关概述149

一、高端白酒概述149

二、高端白酒的价值149

三、高端白酒的生产工艺150

第二节高端白酒市场特征分析151

一、高端白酒市场特征151

二、高端白酒的消费特征152

三、高端白酒的市场调查153

四、高端白酒进入壁垒与赢利模式154

第三节2017年高端白酒品牌分析155

一、高端白酒的守护者——茅台、五粮液155

二、高端白酒的建设者——水井坊、国窖1573156

三、高端白酒的改变者——洋河蓝色经典、兰花汾酒、剑南春东方红157

四、高端白酒的探索者——舍得、红花郎酒158

五、高端白酒的眷顾者——古井贡纪年酒、双沟珍宝坊、酒鬼酒159

六、高端白酒的务实派——二名酒159

七、高端白酒的流星群落——业外资本160

八、高端白酒的机会主义者——名酒的子品牌160

九、高端白酒的搅局者——中小企业的高端白酒161

第四节高端白酒行业存在问题及策略162

一、高端白酒面临产能过剩162

- 二、高端白酒只涨不跌神话破灭163
- 三、高端消费出现下滑，高价白酒前景堪忧165
- 四、高端白酒高红利时代或将结束166
- 五、高端白酒产品价格的四个支撑点166
- 六、高端白酒企业应采取的对策169

第九章中国高端白酒整体市场分析170

第一节2017高端白酒发展回顾170

- 一、高端白酒奢侈品化170
- 二、2017年高端白酒涨价分析170
- 三、高端白酒企业增开直营店172
- 四、高端白酒成为投资热点173

第二节2017年高端白酒发展现状174

高端白酒长期价格畸形， 政商消费 需求成最大推手。在很长一段时间内，高端白酒都已经偏离消费本质，而是作为一种消费符号存在，高端白酒所承载的“面子、地位、圈子”等附加意义愈演愈烈，价格也被推上天际，茅台一度突破 2000 元，五粮液也高达 1200 元以上。政务消费和商务消费是高端白酒消费的主力军，在 2012 年之前大概有近 80%的高端白酒消费来自政府和企业。

三公消费受限， 高端白酒需求迅速萎缩，呈现量价齐跌。反腐严重遏制了三公消费，高端白酒政务消费大幅度缩水，一线白酒价格也随之腰斩。行业经过三年的深度调整，白酒的需求结构发生巨大改变，2012 年前高端白酒需求构成中政务消费占比 40%，商务消费占比42%，个人消费占比 18%，2014 年以后政务消费占比降至 5%，商务消费占比51%，个人消费占比增至45%。商务消费和个人消费（尤其是后者）有效承接了政务消费减少后留出的市场份额，白酒的消费也开始向理性回归，向白酒消费本质回归。高端白酒结束高速增长期，逐步回归正常消费领域。 高端白酒价格纷纷腰斩 高端白酒需求结构发生改变，政务消费大幅减少

- 一、高端白酒销量下滑174
- 二、高端白酒库存大增出现风险175
- 三、消费者转向二、三线白酒179

第三节2017年高端白酒市场走势分析180

- 一、高端白酒稳步增长的驱动因素180
- 二、高端白酒价格的合理性分析180
- 三、二线高端白酒的机会捕捉181
- 四、高端白酒持续性分析181
- 五、高端白酒面临其他酒类的竞争挑战182

第四节2017年高端白酒的整体发展形势182

- 一、高端白酒奢侈品化加深182
- 二、行业继续快速发展184
- 三、外资进入步伐加快185
- 四、高档白酒进入平稳增长期192

第十章中国高端白酒价格分析194

第一节2017年高端白酒涨价的四个阶段194

- 一、茅台率先涨价194
- 二、古井贡酒和山西汾酒跟进194
- 三、中秋节高端白酒继续涨价194
- 四、高端白酒在春节达到涨价高潮194

第二节高端白酒涨价的影响分析195

- 一、高端白酒涨价对比分析195
- 二、高端白酒涨价的原因分析195
 - 1、消费者的身份和价值体现的需要195
 - 2、供求关系的不平衡195
 - 3、原材料价格上涨195
- 三、高端白酒涨价的影响196
- 四、影响高端白酒的四个关键因素196

第三节2017年高端白酒价格下跌原因分析196

- 一、高端白酒企业供求关系策略转变196
- 二、政府禁令对高端白酒的影响效用197
- 三、高端白酒产业链问题影响消费者选择197

第四节2018-2024年高端白酒价格走势197

- 一、2017年高端白酒促销分析197
- 二、2018-2024年高端白酒价格走势预测198

第三部分高端白酒市场消费分析

第十一章中国高端白酒消费市场分析199

第一节2013-2017年高端白酒消费者需求分析199

- 一、现阶段我国高端白酒消费特性199
- 二、商务消费回暖和再库存化预期带动行业反弹204
- 三、私人消费回暖带动高端白酒复苏205
- 四、商务和私人消费是将来持续增长动力205

五、高端白酒市场具有收入和利润的高弹性206

六、高端白酒厂商盈利具有高弹性206

七、我国高端白酒各主要细分市场消费占比测算207

八、禁令对公款消费高档白酒的影响207

九、价格对高端白酒需求的影响210

第二节2013-2017年高端白酒消费者购置行为分析210

一、白酒消费者购置行为类型分析210

二、白酒消费者购置动机分析211

三、白酒消费者购置方式分析211

四、白酒消费者购置目的分析211

五、白酒消费者对广告促销的态度分析212

六、白酒消费者购买行为模式分析212

七、影响高端白酒购买的因素分析212

八、高端白酒消费者购买渠道分析213

九、高端白酒消费趋势分析216

第三节2013-2017年中产阶级白酒消费群体分析216

一、中产阶级扩展带来的时机216

二、中产阶级的消费特征216

三、中产阶级市场竞争战略217

第四节“80后”白酒消费群体剖析218

一、“80后”将来的主流消费群体218

二、“80后”群体的消费特征剖析219

三、针对“80后”群体白酒企业的创新战略220

第五节高端白酒消费行为的价值表现及营销启示222

一、高端白酒消费行为特性222

二、高端白酒消费行为的价值表现222

三、高端白酒消费行为价值表现的营销启示223

第十二章高端白酒产品市场消费调研225

第一节白酒需求空间与比较225

一、白酒消费与国际人均的比较225

1、国际烈酒消费及国内市场比较225

2、日本烈酒消费案例及论证226

二、白酒需求结构与转型227

1、白酒结构性需求增长空间227

2、白酒重度消费群体与我国人口结构230

3、白酒需求结构转型231

三、白酒需求空间测算231

第二节政商务高端白酒消费空间232

一、中国财政收入与支出情况232

二、国有及控股企业运行情况232

三、中国政商务消费政策234

四、中国政商务高端白酒消费规模238

五、中国政商务高端白酒消费特点238

第三节普通居民消费空间240

一、中国白酒居民消费调研240

1、消费者品牌偏好240

2、消费者对白酒香型偏好245

3、消费者对白酒度数偏好245

4、消费者购买白酒时考虑的因素246

5、消费者消费白酒主要场所247

6、消费者对白酒的价格选择248

7、消费者白酒消费年均支出249

8、消费者购买白酒的渠道249

二、高端白酒产品样本区域消费案例249

1、北京白酒消费者需求调查249

2、上海白酒消费者需求调查252

3、广州白酒消费者需求调查252

4、成都白酒消费者需求调查253

5、重庆白酒消费者需求调查258

6、武汉白酒消费者需求调查260

第十三章中国高端白酒营销策略分析261

第一节2013-2017年白酒的需求特质与渠道261

一、白酒行业需求特质分析261

二、需求特质影响下白酒营销模式及渠道方式272

三、需求特质与白酒企业的战略选择277

第二节白酒营销形势分析279

一、白酒市场基本营销模式279

二、白酒营销的分层化趋势283

三、白酒行业未来营销趋势288

第三节白酒营销渠道分析291

一、市场销售渠道结构情况291

二、白酒行业销售渠道现状291

三、白酒新兴销售渠道分析300

四、电子商务对营销渠道的发展304

第四节白酒营销策略分析313

一、白酒营销规律分析313

二、白酒淡季营销策略分析326

三、白酒企业三四级市场攻略331

四、白酒价格营销策略分析335

第五节白酒广告策略分析337

一、白酒广告目标制定分析337

二、白酒广告预算决策分析339

三、白酒广告信息传递分析340

四、白酒广告媒介决策分析341

五、白酒广告效果评价分析342

六、白酒广告投放态势分析344

1、酒类广告投放费用情况344

2、酒类广告季节性投放特征346

3、白酒广告媒体选择分析346

4、高端白酒广告投放分析350

第六节高端白酒营销误区案例分析351

一、诉求背离事实351

二、文化缺乏提炼351

三、概念炒作过猛352

四、明星广告乱轰炸353

五、靠包装哗众取宠353

六、高价并非高价值353

七、目标消费者模糊353

第七节高端白酒营销对策案例分析354

一、高端白酒要理性回归354

二、以文化和品牌推动市场355

三、塑造个性文化提升品牌营销359

四、以创新诉求展开营销360

第八节 高端白酒营销策略分析361

- 一、高端白酒的营销定位361
- 二、专业酒展推动高端白酒营销363
- 三、高端白酒营销的根据地之战364
- 四、高端白酒招商策略分析366
- 五、高端白酒品牌营销策略369

第九节 高端白酒文化营销策略分析372

- 一、白酒如何注入新文化372
- 二、契合文化的白酒品牌想象力374
- 三、高端白酒文化营销策略分析382
- 四、走与文化相结合的新路线385

第十节 高端白酒团购营销策略分析386

- 一、高端白酒团购概述386
- 二、高端白酒团购机会分析387
- 三、高端白酒团购目标群体定位388
- 四、高端白酒团购购买群体定位388
- 五、高端白酒团购开发原则390
- 六、高端白酒团购目标消费群体开发和维护手段391

第四部分 高端白酒行业全景调研

第十四章 高端白酒行业产业链结构400

第一节 高端白酒行业产业链环节与构成400

第二节 高端白酒行业上游产业供应链解析401

一、高粱供给与价格走势401

- 1、高粱供给与白酒业需求401
- 2、2013-2017年高粱价格波动403

二、大米供给与价格走势404

- 1、大米供给与白酒业需求404
- 2、2013-2017年大米价格波动405

三、小麦供给与价格走势405

- 1、小麦供给与白酒业需求405
- 2、2013-2017年小麦价格波动405

四、玉米供给与价格走势408

- 1、玉米供给与白酒业需求408
- 2、2013-2017年玉米价格波动408

第三节 高端白酒行业下游产业流通链解析409

一、零售业发展现状与需求409

1、零售业发展现状409

2、酒类综合零售渠道发展情况417

二、餐饮业发展现状与需求417

1、餐饮业发展现状417

2、酒类餐饮渠道发展情况418

三、休闲娱乐产业发展现状与需求422

1、休闲娱乐产业发展现状422

2、酒类休闲娱乐销售渠道发展情况425

第四节 高端白酒行业中间产业服务链解析426

一、物流业发展现状与趋势426

1、物流行业运行指标426

2、高端白酒物流体系发展430

二、白酒包装行业发展430

1、包装行业发展情况430

2、高端白酒包装发展情况432

第十五章 高端白酒细分市场分析435

第一节 中国酱香型白酒行业分析435

一、酱香型白酒相关概述435

1、酱香型白酒定义435

2、酱香型白酒酿造流程435

3、酱香型白酒工艺说明435

4、酱香型白酒国家标准分析440

二、酱香型白酒发展概况441

1、酱香型白酒市场特点441

2、酱香型白酒行业发展阶段441

3、酱香型白酒面临的问题445

4、酱香型白酒的地域特征分析448

三、酱香型白酒市场分析450

1、酱香型白酒市场发展现状分析450

2、仁怀将建成最大酱香型白酒生产基地452

3、酱香型白酒产能与需求分析454

4、酱香型白酒差异化分析456

5、酱香型白酒竞争进入“战国时代”458

6、酱香型白酒的发展模式分析460

四、酱香型白酒发展前景分析461

1、未来五年酱香型白酒将进入先进时代461

2、酱香型白酒是白酒行业的发展趋势462

3、酱香型白酒的发展前景预测463

4、酱香型高端白酒发展前景广阔464

第二节中国浓香型白酒行业分析466

一、浓香型白酒相关概述466

1、浓香型白酒定义466

2、浓香型白酒酿造原料466

3、浓香型白酒制作工艺466

4、浓香型白酒相关标准分析475

二、浓香型白酒市场分析477

1、浓香型白酒的市场地位477

2、浓香型白酒市场现状分析478

3、浓香型白酒市场特点分析479

三、浓香型白酒发展前景分析481

1、浓香型白酒具有广阔的发展前景481

2、浓香型白酒要适合人性化需求481

3、浓香型高端白酒发展前景及趋势482

第三节中国清香型白酒行业分析484

一、清香型白酒相关概述484

1、清香型白酒定义484

2、清香型白酒特点484

3、清香型白酒标准484

二、清香型白酒市场分析484

1、清香型白酒的市场地位484

2、清香型白酒市场现状分析488

3、清香型白酒市场特点分析488

三、清香型白酒发展前景分析490

1、清香型白酒重在价值的提升490

2、清香型白酒取决于消费者的认知491

3、清香型白酒呈现高端化趋势491

第四节中国米香型白酒行业分析492

一、米香型白酒相关概述492

- 1、米香型白酒定义492
- 2、米香型白酒制作工艺492
- 3、传统米香型白酒特点493
- 4、新型米香型白酒特点494

二、米香型白酒市场分析494

- 1、梅州建设米香型白酒生产基地494
- 2、广西白酒依托米香型白酒发展494
- 3、米香型高端白酒的发展机遇分析496

三、米香型白酒发展前景分析497

- 1、米香型白酒在白酒行业发展前景良好497
- 2、米香型白酒满足现代消费者的需求498

第五节中国兼香型白酒行业发展分析499

一、兼香型白酒相关概述499

- 1、兼香型白酒定义499
- 2、兼香型白酒生产特点499
- 3、兼香型白酒的香型特点499
- 4、兼香型白酒的类型499

二、兼香型白酒市场分析500

- 1、兼香型高端白酒发展分析500
- 2、兼香型白酒发展机会分析500
- 3、兼香型白酒进入“大时代”501

第五部分高端白酒行业竞争格局

第十六章中国高端白酒区域市场分析507

第一节华北地区高端白酒市场分析507

- 一、北京高端白酒市场分析507
- 二、天津高端白酒市场分析508
- 三、河北高端白酒市场分析508
- 四、山西高端白酒市场分析509
- 五、内蒙古高端白酒市场分析510

第二节华东地区高端白酒市场分析510

- 一、上海高端白酒市场分析510
- 二、山东高端白酒市场分析511
- 三、江苏高端白酒市场分析512

四、浙江高端白酒市场分析513

五、安徽高端白酒市场分析513

六、江西高端白酒市场分析515

七、福建高端白酒市场分析516

第三节华南地区高端白酒市场分析516

一、广东高端白酒市场分析516

二、广西高端白酒市场分析517

三、海南高端白酒市场分析517

第四节华中地区高端白酒市场分析518

一、河南高端白酒市场分析518

二、湖南高端白酒市场分析518

三、湖北高端白酒市场分析518

第五节东北地区高端白酒市场分析519

一、黑龙江高端白酒市场分析519

二、吉林高端白酒市场分析519

三、辽宁高端白酒市场分析519

第六节西北地区高端白酒市场分析520

一、陕西高端白酒市场520

二、甘肃高端白酒市场520

三、青海高端白酒市场521

第七节西南地区高端白酒市场522

一、四川高端白酒市场分析522

二、重庆高端白酒市场分析522

三、贵州高端白酒市场分析522

四、云南高端白酒市场分析523

第十七章中国高端白酒行业竞争分析524

第一节高端白酒行业波特五力模型分析524

一、上游议价能力524

二、下游议价能力524

1、批发零售商议价能力524

2、终端消费者议价能力524

三、进入壁垒525

1、生产环节壁垒525

2、渠道流通壁垒526

3、品牌壁垒526

四、替代威胁526

1、二三线白酒替代威胁526

2、其他酒类产品替代威胁527

3、其他饮品替代威胁527

五、行业内竞争527

1、不同档次、品种产品竞争527

2、不同地域品牌竞争528

第二节高端白酒行业集中度分析531

一、生产集中度分析531

二、资产集中度分析532

三、销售集中度分析532

四、利润集中度分析532

第三节中国白酒行业竞争分析533

一、白酒行业SWOT分析533

二、白酒行业竞争格局分析536

三、白酒市场竞争特征分析538

第四节当前高端白酒行业竞争格局540

一、高档白酒市场的竞争现状540

二、高档白酒市场的垄断竞争544

三、高端白酒市场的竞争格局544

四、高端白酒市场的竞争加剧545

1、高端白酒提前开打“价格战”545

2、高端白酒促销PK二线白酒涨价546

第五节中国白酒品牌生存发展情况分析547

一、品牌格局547

1、一线白酒品牌分析547

2、二线白酒品牌分析547

3、三线白酒品牌分析547

4、其他白酒品牌分析547

二、品牌发展战略548

三、品牌发展趋势552

第六节高端白酒行业竞争趋势分析555

一、高端白酒消费由“金字塔”结构转向“哑铃型”结构555

二、超高端阵营增速加快，阵容扩大555

- 三、高端阵容稳步扩容，增速放缓556
- 四、次高端阵营较快发展，逐渐成为主流消费556
- 五、从“品牌梯队模式”向“多香并立模式”转型557
- 六、高端白酒企业动态分析558
 - 1、北大荒进军高端白酒行业558
 - 2、水井坊计划进入高端白酒前三甲558
 - 3、首酒集团进军高端白酒558
 - 4、也买酒进军高端白酒市场563

第十八章 高端白酒重点品牌分析565

第一节 第一梯队白酒品牌565

- 一、茅台565
- 二、五粮液566

第二节 第二梯队白酒品牌567

- 一、剑南春567
- 二、水井坊567
- 三、国窖1573567
- 四、洋河568

第三节 第三梯队白酒品牌568

- 一、郎酒568
- 二、泸州老窖568
- 三、汾酒569
- 四、舍得酒569
- 五、西凤酒569
- 六、古井贡569
- 七、酒鬼酒570
- 八、沱牌曲酒570
- 九、金种子酒570
- 十、稻花香571

第十九章 白酒行业重点企业分析572

第一节 品牌价值前十企业分析572

- 一、中国贵州茅台酒厂有限责任公司572
- 二、四川省宜宾五粮液集团有限公司576
- 三、江苏洋河酒厂股份有限公司580

四、泸州老窖股份有限公司585

五、四川郎酒集团有限责任公司588

六、陕西西凤酒集团股份有限公司589

七、湖北稻花香酒业股份有限公司593

八、安徽古井集团有限责任公司595

九、华泽集团（金六福企业）600

十、山西杏花村汾酒集团有限责任公司601

第二节其他重点企业分析606

一、湖南浏阳河酒业有限公司606

二、湖北枝江酒业股份有限公司608

三、四川剑南春集团有限责任公司609

四、四川水井坊股份有限公司611

五、四川省绵阳市丰谷酒业有限责任公司614

六、湖北白云边股份有限公司615

七、安徽金种子实业股份有限公司617

八、新疆伊力特实业股份有限公司621

九、古贝春集团有限公司624

十、四特酒有限责任公司625

十一、河南省张弓酒业集团有限公司627

十二、河南宋河酒业股份有限公司627

十三、泰山酒业集团股份有限公司628

十四、承德乾隆醉酒业有限责任公司630

十五、内蒙古河套酒业集团股份有限公司632

十六、湖南酒鬼股份有限公司633

十七、安徽口子集团637

十八、山东扳倒井股份有限公司639

十九、北京红星股份有限公司641

二十、贵州茅台酒厂（集团）习酒有限责任公司642

二十一、承德避暑山庄实业集团642

二十二、河南宝丰酒业有限公司643

二十三、顺鑫农业股份有限公司牛栏山酒厂645

二十四、衡水老白干酿酒（集团）有限公司646

二十五、四川沱牌集团有限公司649

二十六、四川省宜宾高洲酒业有限责任公司652

二十七、江苏省汤沟两相和酒业有限公司654

- 二十八、辽宁三沟酒业655
- 二十九、曲阜孔府家酒业有限公司657
- 三十、江苏今世缘酒业有限公司658
- 三十一、四川江口醇酒业（集团）有限公司659
- 三十二、青海互助青稞酒有限公司660
- 三十三、辽宁道光廿五集团满族酿酒有限责任公司661
- 三十四、安徽双轮集团661
- 三十五、青岛琅琊台集团股份有限公司662
- 三十六、桂林三花股份有限公司663
- 三十七、重庆诗仙太白酒业（集团）有限公司664
- 三十八、山东兰陵美酒股份有限公司664
- 三十九、安徽迎驾酒业集团有限公司665
- 四十、广西丹泉集团实业有限公司666

第五部分高端白酒行业趋势预测

第二十章中国高端白酒发展前景分析668

第一节中国酿酒行业“十三五”规划668

- 一、发展环境和消费需求预测668
- 二、发展方向和主要目标669
- 三、发展的主要任务677
- 四、政策性建议682

第二节白酒品牌“高端化”发展前景683

- 一、高端白酒高价格增大市场规模683
- 二、高利润是高端白酒的发展保障685
- 三、次高端白酒发展前景广阔686
- 四、高端白酒提升品牌化发展687
- 五、高端白酒赢得市场前景687

第三节高端白酒“奢侈品化”前景分析688

- 一、高端酒的奢侈化趋势日益明显688
- 二、白酒奢侈品特征689
- 三、茅台、五粮液买迈入奢侈品行列690
- 四、国窖1573、水井坊成为奢侈品白酒的后起之秀691
- 五、梦之蓝、国藏郎将成为奢侈品白酒的“第二梯队”692
- 六、国缘、舍得、酒鬼成为区域高端白酒的代表692

第二十一章2018-2024年中国高端白酒行业发展趋势预测694

第一节高端白酒行业景气度分析及预测694

一、高档白酒受经济波动影响相对有限694

二、白酒价格上涨趋势的必然性694

三、三线次高端白酒企业利润增长预期695

四、高端白酒企业结构调整步伐加快696

五、高端白酒“十三五”发展机遇分析696

第二节2018-2024年中国高端白酒行业发展预测698

一、中国白酒制造行业前景预测分析698

二、中国白酒行业市场规模预测分析702

三、中国高端白酒行业前景预测分析703

第三节2018-2024年高端白酒行业发展趋势704

一、中国白酒行业发展趋势704

二、高端白酒消费结构转化719

三、超高端阵营增速加快720

四、高端阵营稳步扩容720

五、次高端阵营较快速发展720

六、“品牌梯队”向“多香并立”转型722

第四节2018-2024年高端白酒市场趋势预测722

一、高端白酒价涨量控722

二、高端白酒价格上涨速度趋缓723

三、商超、团购成为高端白酒的主要出货渠道723

四、高端白酒的品牌影响力更分散723

五、高端白酒小众消费流行724

六、地方高端白酒超越全国725

七、高端白酒新型运营模式将会出现725

八、高端白酒的“黑马”仍会出现725

九、高端白酒将进入定制高峰时代726

第五部分高端白酒行业投资战略研究

第二十二章2018-2024年高端白酒行业投资环境分析728

第一节高端白酒行业投资特性分析728

一、高端白酒行业进入壁垒分析728

1、政策壁垒728

2、技术壁垒728

3、人才壁垒728

4、渠道壁垒729

5、资金壁垒729

二、高端白酒行业盈利因素分析729

三、高端白酒行业盈利模式分析731

第二节高端白酒投资环境分析与预测739

一、宏观环境对高端白酒市场的推动作用分析739

二、2017年高端白酒行业宏观环境发展分析740

1、2017年中国GDP增长情况740

2、2017年社会消费品零售总额740

3、2017年城乡居民收入与消费741

4、宏观经济环境对高端白酒市场推动作用741

三、2018-2024年我国经济前景分析与预测743

第三节高端白酒行业政策环境分析及影响预测744

一、中国白酒行业政策环境概述744

二、酱香白酒国标出台及影响分析745

三、政策环境对高端白酒行业的影响分析752

第二十三章中国高端白酒投资前景及策略753

第一节高端白酒行业投资现状753

一、高端白酒进入资本市场753

二、高端白酒收藏市场被追捧753

三、高端白酒投资刚刚起步755

第二节高端白酒行业投资风险分析756

一、市场竞争层面——寡头市场上的高壁垒756

二、供求关系层面——高价与非物质价值的博弈757

三、经济基础层面——奢侈品的经济风险757

第三节2018-2024年高端白酒投资前景分析757

一、高端白酒仍有上涨空间757

二、中国高端白酒市场潜力巨大760

三、“十三五”国家调控下高端白酒成为投资焦点761

四、次高端——拉动行业新一轮高成长的新引擎761

第四节2018-2024年高端白酒投资策略分析762

一、次高端白酒是行业高成长的关键点762

二、中高端白酒抢占县级市场策略775

三、高端白酒进入奢侈品白酒策略779

第二十四章 高端白酒金融与投资市场分析783

第一节 白酒类金融与投资发展概况783

第二节 白酒类金融与投资的特点785

- 一、收藏性785
- 二、保值增值性785
- 三、投机套利性786
- 四、风险性787

第三节 白酒类金融与投资的相关产品789

- 一、现货投资789
- 二、期酒投资790
- 三、信托投资793
 - 1、茅台信托793
 - 2、五粮液信托794
 - 3、“舍得30年年份酒”的收益权信托795
 - 4、国窖1573专属理财计划795
 - 5、泸州老窖特曲绝版老酒796

第四节 白酒类金融与投资的交易场所797

- 一、银行与酒企797
 - 1、民生银行797
 - 2、中融国际信托798
 - 3、工商银行798
 - 4、汉口银行798
 - 5、各大酒企798
- 二、中国期酒市场799

第五节 白酒类金融与投资的市场意义801

- 一、对企业的意义801
 - 1、价值梳理801
 - 2、品牌塑造801
 - 3、产品营销802
- 二、对普通投资者的意义802
 - 1、收藏802
 - 2、资产保值增值803
 - 3、套利803

第六节白酒类金融与投资的建议805

第二十五章2018-2024年中国高端白酒行业发展战略分析807

第一节中国白酒行业新盈利模式探析807

第二节高端白酒行业的发展路径810

- 一、高端白酒的产量和社会认同决定其奢侈品地位810
- 二、虚荣效应决定高价是高端白酒的生命811
- 三、高端白酒的市场和价格定位策略811
- 四、巩固和加强虚荣效应是保障高端白酒发展的重要途径812

第三节白酒品牌发展策略分析813

- 一、建设白酒品牌的十大法则813
- 二、白酒品牌客户资源的战略整合817
- 三、中小白酒企业的品牌聚焦策略825
- 四、白酒品牌传播如何诠释自己的卖点830
- 五、白酒老品牌升级路线的布局策略835
- 六、中国白酒价格带竞争趋势及关键策略掌控838
- 七、“十二五”中国白酒行业资本运作模式850

第四节高端白酒品牌发展策略分析856

- 一、高端白酒品牌战略营销转型策略856
- 二、高档白酒品牌的发展思路861
- 三、打造高档白酒品牌的四大法则865
- 四、中国高端白酒“功能价值”救赎之路871
- 五、高端白酒正确把握价值与理性的相融877

第五节中国白酒的蓝海战略882

- 一、白酒企业寻找蓝海的命题判断882
- 二、白酒企业开辟蓝海的方向887

第六节中国白酒的海外市场攻略889

- 一、区域的选择889
- 二、模式的选择890
- 三、时机与方式的选择890

第二十六章研究结论及建议891（AK LT）

第一节高端白酒行业研究结论及建议891

第二节超高端白酒行业研究结论及建议893

第三节次高端白酒行业研究结论及建议894

第四节白酒行业整体研究结论及建议894

部分图表目录：

图表：白酒的11种香型及典范品牌介绍7

图表：行业生命周期的判断10

图表：白酒标准清单28

图表：2006-2017年国内生产总值及其增长速度35

图表：2006-2017年农村居民人均纯收入及其实际增长速度36

图表：2006-2017年城镇居民人均可支配收入及其实际增长速度36

图表：2017年居民消费价格月度涨跌幅度37

图表：2017年居民消费价格比上年涨跌幅度37

图表：RFID系统工作原理图48

图表：RFID技术具体的系统方案示意图50

图表：白酒防伪查询过程52

图表：1961-1917部分烈酒消费大国人均烈酒消费量56

图表：1961-1917部分烈酒消费大国人均烈酒消费量增长率57

图表：1981-1917部分烈酒消费大国人均烈酒消费量58

图表：1980年-1917年部分烈酒消费大国人均烈酒消费量增长率58

图表：1990年-2017年部分烈酒消费大国人均烈酒消费量增长率59

图表：1990-2017部分烈酒消费大国人均烈酒消费量增长率59

图表：2001-2017部分烈酒消费大国人均烈酒消费量60

图表：2006-2017烈酒消费市场份额60

图表：各地域所占市场份额61

图表：“烈酒消费重心”东移61

图表：2002-2017年主要烈酒品种产量62

图表：主要烈酒品种全球市场份额62

图表：2013-2017年白酒产量及增长86

图表：2017年华北地区白酒产量及增长87

图表：2017年东北地区白酒产量及增长87

图表：2017年华东地区白酒产量及增长88

图表：2017年华中地区白酒产量及增长88

图表：2017年华南地区白酒产量及增长89

图表：2017年西南地区白酒产量及增长89

图表：2017年西北地区白酒产量及增长90

图表：2017年华北地区白酒产量及增长90

图表：2017年东北地区白酒产量及增长91

图表：2017年华东地区白酒产量及增长91

图表：2017年华中地区白酒产量及增长92

图表：2017年华南地区白酒产量及增长92

图表：2017年西南地区白酒产量及增长93

图表：2017年西北地区白酒产量及增长93

图表：2017年华北地区白酒产量及增长94

图表：2017年东北地区白酒产量及增长94

图表：2017年华东地区白酒产量及增长95

图表：2017年华中地区白酒产量及增长95

图表：2017年华南地区白酒产量及增长96

图表：2017年西南地区白酒产量及增长96

图表：2017年西北地区白酒产量及增长97

图表：2017年前五个省市白酒产量排名97

图表：2017年前五个省市白酒产量排名98

更多图表见正文……

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/330962.html>