

2018-2023 年中国白酒行业市场深度调研与投资策略分析报告

内容概要：

经历了近几年时间的深度调整，白酒行业的去泡沫、去库存已经得到充分体现。随着居民收入提高和消费升级，大众消费成为支撑中高端白酒增长的支点。2016 年，白酒行业呈现出冰火两重天。一方面，以茅台为代表的高端白酒量价齐升；另一方面，以迎驾贡酒为代表的中低端白酒呈现出下滑态势。

2016 年，全国规模以上白酒企业完成酿酒总产量 1358.36 万吨，同比增长 3.23%，增幅主要来自于白酒价格的上涨。白酒价格上涨最为显著的就是高端白酒，以茅台、五粮液为例，2016 年茅台价格从 900 涨至 1300 元，涨幅 44%；五粮液价格从 700 涨至 850 元，涨幅 22%。一线品牌贵州茅台、五粮液、泸州老窖等相继提价，为整个白酒行业回暖提供积极的信号。

但是，行业的调整远远没有结束，酒企间的竞争变得更加激烈，渠道竞争同样呈现焦灼状态。随着移动互联网的加入，白酒行业面临新一轮洗牌，兼并重组将成趋势在业内达成共识。

前海中泰咨询结合了大量一手市场调研数据以及已有的专业数据库、公开数据信息、合作资源渠道等数据信息资源，深入客观地对白酒行业的基本概况、全球发展现状、宏观发展环境、行业市场规模情况、细分市场状况、经营模式、竞争格局、重点企业经营情况、市场发展前景、发展趋势及投资潜力等重点内容进行了全面而系统的分析。

本研究报告数据主要依据于国家统计局、国家商务部、海关总署、国务院发展研究中心信息网、农业部、中国酒业协会、中国酒类流通协会、中国知网、前海中泰数据库以及国内外重点期刊杂志等渠道的基础信息，数据详实丰富、准确全面。本研究报告为白酒行业相关企业、销售企业、科研单位、投资企业等准确了解白酒行业现状和市场动态，把握企业定位和投资机遇提供投资决策参考依据，从而在竞争中赢得先机！

■ 基本信息

服务形式：电子版/印刷版
交付方式：Email 或特快专递
中文版价格：RMB 9800
英文版价格：USD 7900

服务热线：400-6630-998
订购专线：0755-32919669
订购传真：0755-61605116
公司网址：www.qhztzx.com
出版日期：动态更新

■ 核心竞争力

- 数据库资源：涵盖前海中泰数据库、中外文数据库、政府官方数据、合作伙伴资源共享数据库五大主要板块。
- 咨询经验丰富
- 专业咨询团队
- 社会公共资源
- 服务水平与质量
- 不断创新与探索

■ 核心业务

上市咨询 企业管理咨询
行业研究 可行性研究报告
园区规划 商业计划书
产业规划 资金申请报告
市场调研 投资价值分析报告
招商策划 项目稳定回报论证
数据分析 投资风险评估报告

2018-2023 年中国白酒行业市场深度调研与投资策略分析报告

■ 报告目录

第 1 章 白酒行业发展综述

1.1 白酒行业定义及特点

1.1.1 白酒行业定义

1.1.2 白酒的起源

1.1.3 白酒的分类及特征

1.2 白酒行业统计标准

1.2.1 白酒行业统计口径

1.2.2 白酒行业统计方法

1.2.3 白酒行业数据种类

1.2.4 白酒行业研究范围

第 2 章 国际白酒行业发展状况及经验借鉴

2.1 美国白酒行业发展现状分析

2.1.1 美国白酒行业发展阶段分析

2.1.2 美国白酒行业运营模式分析

2.1.3 美国白酒行业发展现状分析

2.1.4 美国白酒行业发展经验借鉴

2.2 英国白酒行业发展现状分析

2.2.1 英国白酒行业发展阶段分析

2.2.2 英国白酒行业运营模式分析

2.2.3 英国白酒行业发展现状分析

2.2.4 英国白酒行业发展经验借鉴

2.3 日本白酒行业发展现状分析

2.3.1 日本白酒行业发展阶段分析

2.3.2 日本白酒行业运营模式分析

2.3.3 日本白酒行业发展现状分析

2.3.4 日本白酒行业发展经验借鉴

2.4 韩国白酒行业发展现状分析

2.4.1 韩国白酒行业发展阶段分析

2.4.2 韩国白酒行业运营模式分析

2.4.3 韩国白酒行业发展现状分析

2.4.4 韩国白酒行业发展经验借鉴

第3章 中国白酒行业发展环境 PEST 分析

3.1 中国白酒行业政策环境分析

3.1.1 行业管理体制

3.1.2 行业政策体系

3.2 中国白酒行业经济环境分析

3.2.1 宏观经济环境

3.2.2 融资环境分析

3.3 中国白酒行业社会环境分析

3.3.1 人口结构环境分析

3.3.2 居民人均可支配收入

3.3.3 居民消费水平情况

3.3.4 中国城镇化率水平

3.4 中国白酒行业技术环境分析

3.4.1 行业技术环境

3.4.2 行业技术趋势

第4章 中国白酒行业市场规模及运行状况分析

4.1 中国白酒行业发展现状分析

4.1.1 白酒行业发展阶段分析

4.1.2 白酒行业地区分布特征

4.1.3 白酒行业发展现状分析

4.1.4 白酒行业存在问题分析

4.2 中国白酒行业供需状况分析

4.2.1 白酒行业供给状况分析

4.2.2 白酒行业需求状况分析

4.2.3 白酒行业供需平衡分析

4.2.4 白酒行业产销率分析

4.3 中国白酒行业市场运行状况分析

4.3.1 白酒行业盈利能力分析

4.3.2 白酒行业营运能力分析

4.3.3 白酒行业成长能力分析

4.3.4 白酒行业偿债能力分析

第5章 中国白酒行业进出口情况分析

5.1 主要贸易国白酒进出口情况分析

5.1.1 主要贸易国白酒进口市场分析

5.1.2 主要贸易国白酒出口市场分析

5.2 中国白酒进出口总量数据分析

5.2.1 中国白酒行业进口规模分析

5.2.2 中国白酒行业出口规模分析

5.2.3 中国白酒贸易现状分析

5.2.4 中国白酒贸易顺逆差分析

5.3 主要省市白酒进出口情况分析

5.3.1 主要省市白酒进口市场分析

5.3.2 主要省市白酒出口市场分析

第6章 中国白酒行业细分领域市场分析

6.1 不同香型产品市场分析

6.1.1 细分产品市场结构分析

6.1.2 浓香型白酒市场分析

6.1.3 清香型白酒市场分析

6.1.4 酱香型白酒市场分析

6.2 不同档次定位产品市场分析

6.2.1 细分产品市场结构分析

6.2.2 高端白酒市场分析

- (1) 高端白酒行业市场规模分析
- (2) 高端白酒强劲发展的原因剖析
- (3) 高端白酒发展存在问题及对策
- (4) 高端白酒行业发展趋势分析

6.2.3 中低端白酒市场分析

第 7 章 中国白酒行业产业链结构分析

7.1 白酒行业产业链结构简介

- 7.1.1 白酒产业链结构分析
- 7.1.2 白酒产业链各环节行业分布

7.2 白酒产业链上游原材料行业市场分析

- 7.2.1 高粱供给市场行业发展分析
- 7.2.2 大米供给市场行业发展分析
- 7.2.3 小麦供给市场行业发展分析
- 7.2.4 玉米供给市场行业发展分析

7.3 白酒产业链中游行业市场分析

- 7.3.1 白酒产业链中游行业发展现状
- 7.3.2 白酒产业链中游行业竞争格局
- 7.3.3 白酒产业链中游行业发展趋势

7.4 白酒产业链下游流通行业市场分析

- 7.4.1 白酒下游行业需求分析
- 7.4.2 白酒下游行业运营现状
- 7.4.3 白酒下游行业发展前景

第 8 章 中国白酒行业营销渠道及策略分析

8.1 白酒消费市场需求群体分析

- 8.1.1 白酒行业需求群体分析
 - (1) 用户认知程度分析
 - (2) 用户需求特征分析
 - (3) 用户购买途径分析
 - (4) 用户消费习惯分析

8.1.2 白酒需求结构转型趋势

8.2 白酒流通渠道特性分析

8.2.1 白酒流通周期性特征

8.2.2 白酒流通季节性特征

8.2.3 白酒流通区域性特征

8.3 白酒行业营销渠道模式分析

8.3.1 营销渠道模式分析

8.3.2 白酒电商渠道发展分析

8.3.3 白酒物流发展状况分析

8.4 白酒行业营销策略分析

8.4.1 白酒行业经营存在问题分析

8.4.2 白酒行业营销策略分析

8.4.3 白酒行业促销策略分析

8.4.4 白酒行业市场开发策略分析

第 9 章 中国白酒行业市场竞争格局分析

9.1 白酒行业竞争格局分析

9.1.1 白酒行业区域分布格局

9.1.2 白酒行业企业规模格局

9.1.3 白酒行业市场集中度分析

9.2 白酒行业波特五力竞争模型分析

9.2.1 现有企业间竞争

9.2.2 潜在进入者分析

9.2.3 替代品威胁分析

9.2.4 供应商议价能力

9.2.5 购买者议价能力

9.3 白酒行业投资兼并重组整合分析

9.3.1 投资兼并重组现状

9.3.2 投资兼并重组案例

9.3.3 投资兼并重组趋势

第 10 章 中国白酒行业重点省市投资机会分析

10.1 白酒行业区域投资环境分析

10.1.1 行业区域结构总体特征

10.1.2 行业区域集中度分析

10.2 四川白酒行业运营情况分析

10.2.1 四川白酒行业发展优势分析

10.2.2 四川白酒行业发展现状分析

10.2.3 四川白酒行业存在问题及对策

10.3 贵州白酒行业运营情况分析

10.3.1 贵州白酒行业发展优势分析

10.3.2 贵州白酒行业发展现状分析

10.3.3 贵州白酒行业存在问题及对策

10.4 江苏白酒行业运营情况分析

10.4.1 江苏白酒行业发展优势分析

10.4.2 江苏白酒行业发展现状分析

10.4.3 江苏白酒行业存在问题及对策

10.5 安徽白酒行业运营情况分析

10.5.1 安徽白酒行业发展优势分析

10.5.2 安徽白酒行业发展现状分析

10.5.3 安徽白酒行业存在问题及对策

10.6 河南白酒行业运营情况分析

10.6.1 河南白酒行业发展优势分析

10.6.2 河南白酒行业发展现状分析

10.6.3 河南白酒行业存在问题及对策

10.7 山东白酒行业运营情况分析

10.7.1 山东白酒行业发展优势分析

10.7.2 山东白酒行业发展现状分析

10.7.3 山东白酒行业存在问题及对策

10.8 陕西白酒行业运营情况分析

- 10.8.1 陕西白酒行业发展优势分析
- 10.8.2 陕西白酒行业发展现状分析
- 10.8.3 陕西白酒行业存在问题及对策

10.9 其他地区白酒行业运营情况分析

- 10.9.1 东北地区行业运营情况分析
- 10.9.2 广东白酒行业运营情况分析
- 10.9.3 湖北白酒行业运营情况分析
- 10.9.4 江西白酒行业运营情况分析
- 10.9.5 云南白酒行业运营情况分析

第 11 章 中国白酒行业标杆企业经营分析

11.1 重点企业一

- 11.1.1 企业发展概况
- 11.1.2 产品结构分析
- 11.1.3 市场布局情况
- 11.1.4 商业模式分析
- 11.1.5 经营业绩分析
- 11.1.6 竞争优势分析

11.2 重点企业二

- 11.2.1 企业发展概况
- 11.2.2 产品结构分析
- 11.2.3 市场布局情况
- 11.2.4 商业模式分析
- 11.2.5 经营业绩分析
- 11.2.6 竞争优势分析

11.3 重点企业三

- 11.3.1 企业发展概况
- 11.3.2 产品结构分析
- 11.3.3 市场布局情况
- 11.3.4 商业模式分析

11.3.5 经营业绩分析

11.3.6 竞争优劣势分析

11.4 重点企业四

11.4.1 企业发展概况

11.4.2 产品结构分析

11.4.3 市场布局情况

11.4.4 商业模式分析

11.4.5 经营业绩分析

11.4.6 竞争优劣势分析

11.5 重点企业五

11.5.1 企业发展概况

11.5.2 产品结构分析

11.5.3 市场布局情况

11.5.4 商业模式分析

11.5.5 经营业绩分析

11.5.6 竞争优劣势分析

11.6 重点企业六

11.6.1 企业发展概况

11.6.2 产品结构分析

11.6.3 市场布局情况

11.6.4 商业模式分析

11.6.5 经营业绩分析

11.6.6 竞争优劣势分析

11.7 重点企业七

11.7.1 企业发展概况

11.7.2 产品结构分析

11.7.3 市场布局情况

11.7.4 商业模式分析

11.7.5 经营业绩分析

11.7.6 竞争优劣势分析

11.8 重点企业八

- 11.8.1 企业发展概况
- 11.8.2 产品结构分析
- 11.8.3 市场布局情况
- 11.8.4 商业模式分析
- 11.8.5 经营业绩分析
- 11.8.6 竞争优势分析

11.9 重点企业九

- 11.9.1 企业发展概况
- 11.9.2 产品结构分析
- 11.9.3 市场布局情况
- 11.9.4 商业模式分析
- 11.9.5 经营业绩分析
- 11.9.6 竞争优势分析

11.10 重点企业十

- 11.10.1 企业发展概况
- 11.10.2 产品结构分析
- 11.10.3 市场布局情况
- 11.10.4 商业模式分析
- 11.10.5 经营业绩分析
- 11.10.6 竞争优势分析

第 12 章 中国白酒行业发展趋势与前景预测

12.1 中国白酒行业发展趋势分析

- 12.1.1 白酒行业产业政策趋向
- 12.1.2 白酒行业市场价格走势
- 12.1.3 白酒行业发展趋势分析

12.2 中国白酒行业市场前景展望

- 12.2.1 白酒市场发展前景展望
- 12.2.2 白酒行业产量规模预测

第 13 章 中国白酒行业发展投资潜力分析

13.1 中国白酒行业市场投资机会分析

- 13.1.1 产业链投资机会分析
- 13.1.2 细分市场投资机会分析
- 13.1.3 重点区域投资机会分析

13.2 中国白酒行业市场投资潜力分析

- 13.2.1 行业发展影响因素分析
- 13.2.2 行业市场投资潜力分析

13.3 中国白酒行业市场投资风险预警

- 13.3.1 产业政策风险
- 13.3.2 原材料风险
- 13.3.3 市场竞争风险
- 13.3.4 其他风险分析

13.4 中国白酒行业投资策略建议

- 13.4.1 行业投资价值分析
- 13.4.2 行业投资策略建议

第 14 章 中国白酒行业投资战略规划建议

14.1 白酒企业投资战略的现状和问题

- 14.1.1 经营管理层缺乏投资战略意识
- 14.1.2 未能科学制定与应用投资战略

14.2 白酒企业制定投资战略应考虑因素

- 14.2.1 宏观经济环境状况
- 14.2.2 地方政策及发展规划
- 14.2.3 白酒业发展趋势走向
- 14.2.4 企业整体战略规划布局

14.3 白酒企业重点客户战略实施

- 14.3.1 重点客户战略必要性
- 14.3.2 合理确立重点客户
- 14.3.3 要重点解决的关键问题

14.3.4 重点客户管理功能分析

14.4 白酒企业不同生命周期下的投资战略

14.4.1 创立期投资战略

14.4.2 成长期投资战略

14.4.3 成熟期投资战略

14.4.4 衰退期投资战略

■ 图表目录

图表 1：2010-2017 年中国国内生产总值

图表 2：2010-2017 年工业增加值及同比增速

图表 3：2010-2017 年度中国农村居民人均纯收入情况

图表 4：2010-2017 年中国城镇居民人均可支配收入情况

图表 5：2010-2017 年社会消费量零售总额

图表 6：2010-2017 年中国城镇化率水平

图表 7：2010-2017 年我国大米产量情况

图表 8：2010-2017 年我国小麦产量情况

图表 9：2010-2017 年我国玉米产量情况

图表 10：2010-2017 年中国白酒行业产量规模

图表 11：白酒行业产量排名前十省市情况

图表 12：2010-2017 年白酒行业销售收入及增长率

图表 13：白酒行业产销率变化情况

图表 14：重点企业一产品结构

图表 15：重点企业一市场营销网络布局

图表 16：重点企业一盈利能力分析

图表 17：重点企业一运营能力分析

图表 18：重点企业一偿债能力分析

图表 19：重点企业一发展能力分析

图表 20：白酒行业产量增长预测

... ..

更多图表详见报告原文或咨询客服。

如需了解报告详细内容，请直接致电前海中泰咨询客服中心。

全国服务热线：**400-6630-998 0755-32919669**

QQ 在线咨询：**2013746518 3119207588**

订购传真：**0755-61605116**

电子邮箱：service@qhztzx.com

公司网站：www.qhztzx.com

大批量采购报告可享受会员特惠，详情请来电咨询，我们会竭诚为您服务！

【版权声明】本报告由前海中泰咨询网出品，版权归前海中泰（深圳）研究咨询控股有限公司所有，拥有唯一著作权。前海中泰咨询网的咨询产品为有偿提供给购买该产品的客户使用，并仅限于该客户内部使用。本报告及相关资料未经前海中泰（深圳）研究咨询控股有限公司书面授权许可，任何网站或媒体不得复制、转载或引用。

前海中泰咨询研究报告订购协议

甲 方：_____

企业负责人：_____ ☐先生 ☐女士 职务：_____

企业联系人：_____ ☐先生 ☐女士 职务：_____

手 机：_____ 企业传真：_____

座 机：_____ 电子邮箱：_____

地 址：_____

☐套餐一：5份报告，特惠订阅费用4.6万元 ☐套餐二：10份报告，特惠订阅费用8.8万元

☐套餐三：15份报告，特惠订阅费用12.5万元 ☐套餐四：20份报告，特惠订阅费用16.5万元

备注：原报告单份定价超过1万的不参与套餐优惠活动。

报告及套餐：_____ 份数：_____

服 务 方 式：☐全套版本（电子版+印刷版） ☐电子版（电子邮件发送） ☐印刷版本（免费快递）

协 议 金 额：_____ 付款日期：_____

乙 方：前海中泰（深圳）研究咨询控股有限公司

联 系 电 话：**0755-32919669 400-6630-998（全国免费服务热线）** 传真：**0755-61605116**

地 址：深圳市南山区中心路（深圳湾段）3019号天虹大厦16层（邮编：518000）

■汇款至 招商银行 ■汇款至 中国建设银行

账户名：前海中泰（深圳）研究咨询控股有限公司 账户名：深圳前海中泰产业研究院有限公司

开户行：招商银行深圳泰然支行 开户行：中国建设银行深圳住房城市建设支行

账 号：7559-3003-0010-902 账 号：4425-0100-0058-0000-0402

根据《中华人民共和国合同法》及其他有关法律、法规之规定，甲乙双方经过协商，确认根据下列条款订立合同，以资共同遵照执行。甲乙双方经友好协商达成以下协议：

- 1、本协议签订后2个工作日内，甲方支付款项至乙方账户；
- 2、乙方收到甲方款项后2个工作日内寄出正式发票，3-5个工作日内发送研究报告给甲方；
- 3、此研究报告的知识产权归乙方所有；
- 4、乙方授权甲方在其公司（集团）内独立使用该报告，未经乙方许可，甲方不得将报告的任何内容泄露给第三方，否则须承担由此给乙方造成的损失及相应的法律责任；
- 5、本协议一式两份，自双方签字盖章之日起生效，未尽事宜由双方协商解决。

甲方：_____ 乙方：前海中泰（深圳）研究咨询控股有限公司

盖章：_____ 盖章：_____

日期：_____年_____月_____日 日期：_____年_____月_____日