

2020年中国高端白酒市场分析报告- 行业规模现状与发展潜力评估

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国高端白酒市场分析报告-行业规模现状与发展潜力评估》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：<http://baogao.chinabaogao.com/jiulei/430799430799.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

白酒行业比较分散，以 600 元作为划分高端白酒和非高端白酒的分界线。高端白酒具有稀缺性，品牌致胜，竞争格局最优。目前高端白酒主要以飞天茅台、五粮液和国窖1573为代表，外加少量的梦之蓝、内参等，竞争格局相对最优，市场容量接近600亿左右。高端白酒具有深厚的历史文化底蕴，品牌价值极高，具有稀缺性。也正因为此，高端白酒市场具有较高的品牌壁垒，一般白酒品牌很难打入。目前来看高端白酒的排位已基本确定，在消费者心中也已基本固化，现有高端白酒强者更强，尽享高端白酒蓝海市场。

高端白酒和低端白酒对比

特点

高端白酒

低端白酒

酿造工艺

纯粮酿造，根据不同的香型特征，通过独特的工艺酿制而成，这种酒酿造的时间久，成本价相对高

没有经过酿造，直接用食用性酒精经过精湛的勾兑技术进行调兑，这种勾兑方法成本比较低、效率高。

储藏工艺

高端白酒在贮存上越陈越香，像茅台储藏需5-10年甚至更高

没有陈酿的价值，反而可能会出现越贮存酒越不好喝

饮后反应

醇厚谐调，舒适度高；饮用后一般都不会上头，不头痛、不口干等之类的现象

喝后容易让人头疼、呕吐等现象

资料来源：观研天下整理

经过五年的调整期，白酒行业的竞争格局日渐清晰，规模以上白酒企业数量不断增加，而以中小作坊形式存在的白酒企业数量进一步减少。数据显示，2017年全国规模以上白酒企业有1593家，相比于2016年的1578家有所提高。

尤其是高端白酒市场，竞争格局更为稳定。这是因为高端白酒具有稀缺性，具有较高的品牌壁垒，一般白酒品牌很难打入。目前高端白酒市场主要以茅台、五粮液和国窖1573三大品牌为主，外加少量的梦之蓝等品牌。

2017年，茅台在高端白酒市场占据一半以上份额，达到63.5%;五粮液紧随其后，市场

占比为25.9%;国窖1573仅有5.6%份额，其余品牌瓜分剩下的5%市场。

2017年中国高端白酒市场份额占比（单位：%） 数据来源:中国饮料工业协会

在业绩表现上，三大高端白酒品牌同样实现了业绩的超预期增长。以茅台为例，2018年1-9月，营业收入522.42亿元，同比增长23.07%；归属于上市公司股东扣非后的净利润为249.29亿元，同比增长24.11%；经营活动产生的现金流量净额282.21亿元，同比增长23.85%，主要经济指标保持了20%以上增长速度。

2010-2018年前三季度茅台营业收入情况 数据来源:中国饮料工业协会

“三公消费”占比大幅降低，高端白酒需求结构更健康、合理，可看更长远。经过2013-2014年两年的深度调整，“三公消费”的占比已经大幅降低，从原来的40%下降到现在的5%不到，跌无可跌。随着人民生活水平的持续提高，高净值人群的不断扩容，以前以“三公消费”助推的高端白酒消费开始逐渐被商务和大众消费承接，需求结构更加合理和健康。根据茅台官方口径估计，茅台酒“三公消费”的占比已从最高峰的30%下降到了现在1%不到，整个需求结构相比以前有了较大改善，公司业绩增长具备更稳定、持续的消费者需求支撑。同时，根据我们前面测算，估计高端白酒目前政务消费的占比为2%，商务消费的占比为60%，大众消费的占比为38%，商务和大众消费成为高端白酒消费的主要来源。目前高端白酒的需求结构更合理和健康，周期将会进一步拉长，可看更长远。（JPTC）

观研报告网发布的《2021年中国高端白酒市场分析报告-行业规模现状与发展潜力评估》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。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。【报告大纲】

第一章 2017-2021年中国白酒行业整体运行情况分析

第一节 中国白酒行业相关要述

- 一、白酒的分类
- 二、白酒香型介绍
- 三、白酒生产的特性

第二节 中国白酒行业运行简况

- 一、白酒行业发展的历程
- 二、白酒酿造技术现状
- 三、白酒行业规模和地位
- 四、中国白酒发展路径的9种深化

第三节 近三年中国白酒行业运行情况分析

- 一、中国白酒行业产销情况
- 二、中国白酒市场价格情况
- 三、白酒上市公司业绩良好
- 四、白酒业掀起新一轮“资本潮”

第二章 2017-2021年中国高端白酒市场运行分析

第一节 高端白酒市场特征分析

- 一、高档酒市场特征
- 二、高端白酒的消费特征
- 三、高端白酒市场调查
- 四、高端白酒市场进入壁垒与赢利模式分析

第二节 2021年高端白酒市场发展情况分析

- 一、前期调整主要源自需求下滑和库存消化
- 二、2021年高端白酒市场价格情况分析

第三节 2017-2021年高端白酒市场预测分析

- 一、高档白酒进入平稳增长期
- 二、当前影响中国高端白酒发展的因素

第三章 2017-2021年中国白酒产业技术研发分析

第一节 生物工程技术的研究

一、窖泥微生物研究

二、酱香功能菌的研究

第二节 酿酒发酵机理的研究

第三节 白酒香味成分剖析

第四节 生产工艺的改革与创新

一、麸曲酱香白酒工艺创新

二、复式发酵

三、分层发酵

四、夹泥发酵

五、汾酒发酵的最高品温控制

六、将先进的纳米技术引入白酒行业

第五节 白酒贮存研究

第六节 新型白酒的发展

第七节 低度酒的生产与发展

第四章 中国白酒制造行业数据监测分析

第一节 中国白酒制造所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国白酒制造所属行业产销与费用分析

一、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节 中国白酒制造所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第五章 2017-2021年中国白酒（折65度，商品量）产量统计分析

第一节 2021年全国白酒（折65度，商品量）产量分析

第二节 2021年全国及主要省份白酒（折65度，商品量）产量分析

第三节 2021年白酒（折65度，商品量）产量集中度分析

第六章 中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进出口数据监测

第一节 中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进口数据分析

一、进口数量分析（2208）

二、进口金额分析

第二节 中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料出口数据分析

一、出口数量分析

二、出口金额分析

第三节 中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进出口平均单价分析

第四节 中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进出口国家及地区分析

一、进口国家及地区分析

二、出口国家及地区分析

第七章 2017-2021年中国高端白酒分区域市场运行分析

第一节 华北地区高端白酒市场

一、华北市场概述

二、北京白酒市场

三、天津白酒市场

四、河北白酒市场

五、山西白酒市场

六、内蒙古白酒市场

第二节 华东地区高端白酒市场

一、华东地区市场概述

二、上海白酒市场

三、山东白酒市场

四、江苏白酒市场

五、浙江白酒市场

六、安徽白酒市场

七、江西白酒市场

八、福建白酒市场

第三节 华南地区高端白酒市场

一、华南市场概述

二、广东白酒市场

三、广西白酒市场

四、海南白酒市场

第四节 华中地区高端白酒市场

一、华中市场概述

二、河南白酒市场

三、湖南白酒市场

四、湖北白酒市场

第五节 东北地区高端白酒市场

一、东北地区概述

二、黑龙江白酒市场

三、吉林白酒市场

四、辽宁白酒市场

第六节 西北地区高端白酒市场

一、西北地区市场概述

二、陕西白酒市场

三、甘肃白酒市场

第七节 西南地区高端白酒市场

一、西南市场概述

二、四川白酒市场

三、重庆白酒市场

四、贵州白酒市场

五、云南白酒市场

第八章 2017-2021年中国高端白酒消费者分析

第一节 2021年中国高端白酒消费者需求分析

一、现阶段我国高端白酒消费特点

二、商务消费回暖和再库存化预期带动行业反弹

三、私人消费回暖带动高端白酒复苏

四、长期：商务和私人消费是未来持续增长动力

五、高端白酒市场具有收入和利润的高弹性

六、高端白酒厂商盈利具有高弹性

七、我国高端白酒各主要细分市场消费占比测算

第二节 2021年中国高端白酒消费者购买行为分析

- 一、白酒消费者购买行为类型分析
- 二、白酒消费者购买动机分析
- 三、白酒消费者购买方式分析
- 四、白酒消费者购买目分析
- 五、白酒消费者对广告促销的态度分析

第三节 2021年中国中产阶层白酒消费群体分析

- 一、中产阶层扩大带来的机会
- 二、中产阶层的消费特征
- 三、中产阶层市场竞争策略

第四节 “80后”白酒消费群体分析

- 一、“80后”未来的主流消费群体
- 二、“80后”群体的消费特征分析
- 三、针对“80后”群体白酒企业的创新策略

第五节 白酒消费行为的价值体现及营销启示

- 一、白酒消费行为特点
- 二、白酒消费行为的价值体现
- 三、白酒消费行为价值体现的营销启示

第九章 2017-2021年中国高端白酒营销策略分析

第一节 2020年中国白酒营销形势分析

- 一、白酒营销模式及其发展趋势
- 二、中国白酒营销的四种形式
- 三、白酒营销的分层化趋势

第二节 2021年中国白酒营销渠道分析

- 一、白酒终端现状与策略分析
- 二、电子商务对白酒营销渠道的发展
- 三、金融危机下白酒销售渠道分析

第三节 2021年中国白酒营销策略分析

- 一、白酒营销规律分析
- 二、白酒淡季营销策略分析
- 三、白酒企业促销攻略
- 四、白酒企业三、四级市场攻略
- 五、白酒价格营销策略分析

六、高端白酒招商策略

七、关于金融危机时期白酒市场出路分析

第四节 白酒广告策略分析

第五节 高端白酒文化营销策略分析

一、高端白酒：中国酒文化的宏大叙事

二、白酒业：契合文化的品牌想象力

三、浅析白酒如何注入新文化

第六节 高端白酒营销策略分析

一、浅谈高端白酒的营销定位

二、专业酒展推动高端白酒营销

三、高端白酒营销的根据地之战

第七节 高端白酒买断品牌需求创新的驱动战略

第十章 2017-2021年中国高端白酒市场竞争新格局透析

第一节 2021年中国高端白酒行业竞争总况

一、高端白酒五强格局初成型

二、浓香型高端白酒竞争格局

三、中国白酒市场场竞争加剧

第二节 2021年中国白酒品牌生存发展情况分析

一、品牌竞争格局

二、品牌竞争力体现

第三节 2021年中国高端白酒行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、生产企业的集中分布

第四节 2017-2021年中国高端白酒行业竞争趋势分析

一、高端白酒提价或导致行业洗牌

二、品牌决定未来格局

三、白酒行业市场竞争中的四大关键因素

第十一章 中国高端白酒标杆企业竞争对比及关键性财务数据分析

第一节 贵州茅台酒股份有限公司（600519）

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第二节 宜宾五粮液股份有限公司（000858）

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析
- 三、企业发展现状分析
- 四、企业竞争优势分析

第三节 泸州老窖股份有限公司（000568）

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析
- 三、企业发展现状分析
- 四、企业竞争优势分析

第四节 四川沱牌曲酒股份有限公司（600702）

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析
- 三、企业发展现状分析
- 四、企业竞争优势分析

第五节 四川水井坊股份有限公司（600779）

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析
- 三、企业发展现状分析
- 四、企业竞争优势分析

第六节 山西杏花村汾酒厂股份有限公司（600809）

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析
- 三、企业发展现状分析
- 四、企业竞争优势分析

第七节 安徽古井贡酒股份有限公司（000596）

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析
- 三、企业发展现状分析
- 四、企业竞争优势分析

第八节 酒鬼酒股份有限公司（000799）

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析
- 三、企业发展现状分析
- 四、企业竞争优势分析

第九节 湖北稻花香集团

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析
- 三、企业发展现状分析
- 四、企业竞争优势分析

第十二章 2021-2026年中国高端白酒行业发展趋势分析

第一节 2021-2026年中国白酒行业发展方向分析

- 一、白酒收入和利润总额在规模和增速上均领先行业
- 二、白酒行业税前利润率持续提升并领先行业
- 三、白酒产量增速数据和稳定性强于其他子行业
- 四、四次政策调整促使白酒行业出现两个发展方向
- 五、行业格局在政策的引导下出现两个发展方向
- 六、消费升级和城镇化率提升是白酒行业发展的驱动因素

第二节 2021-2026年中国高端白酒行业发展趋势

- 一、未来高端行业发展趋势
- 二、白酒低度化趋势
- 三、白酒包装发展趋势分析
- 四、高端白酒消费可延续到年

第三节 2021-2026年中国白酒市场消费趋势分析

- 一、消费需求市场趋势
- 二、集中度仍将稳步提高
- 三、业外资本不断涌入对白酒行业形成冲击
- 四、白酒消费不断朝品牌化靠近
- 五、低度酒、高档化白酒将成为发展趋势

第四节 2021-2026年中国高端白酒行业产销预测分析

第十三章 2021-2026年中国高端白酒行业发展战略分析

第一节 中国白酒行业新盈利模式探析

第二节 白酒品牌发展策略分析

- 一、建设白酒品牌的十大法则
- 二、白酒品牌布局策略
- 三、白酒品牌客户资源的战略整合
- 四、中小白酒企业的品牌经营
- 五、白酒品牌传播如何诠释自己的卖点

六、成功创建白酒品牌的关键

第三节 高端白酒品牌发展策略分析

- 一、高端白酒品牌竞争策略
- 二、浅析高档白酒品牌的发展思路
- 三、打造高档白酒品牌的四大法则
- 四、中国高端白酒“功能价值”救赎之路
- 五、高端白酒正确把握价值与理性的相融

第四节 中国白酒的蓝海战略

- 一、白酒企业寻找蓝海十个命题的判断
- 二、白酒企业开辟蓝海的方向

第五节 白酒海外市场攻略

- 一、区域的选择
- 二、模式的选择
- 三、时机与方式的选择

图表目录

图表 2017-2021年我国白酒制造行业企业数量增长趋势图

图表 2017-2021年我国白酒制造行业亏损企业数量增长趋势图

图表 2017-2021年我国白酒制造行业从业人数增长趋势图

图表 2017-2021年我国白酒制造行业资产规模增长趋势图

图表 2021年我国白酒制造行业不同类型企业数量分布图

图表 2021年我国白酒制造行业不同所有制企业数量分布图

图表 2021年我国白酒制造行业不同类型企业销售收入分布图

图表 2021年我国白酒制造行业不同所有制企业销售收入分布图

图表 2017-2021年我国白酒制造行业产成品增长趋势图

图表 2017-2021年我国白酒制造行业工业销售产值增长趋势图

图表详见报告正文..... (GY YX)

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiulei/430799430799.html>