

2021年中国次高端白酒行业分析报告- 行业全景调查与投资战略规划

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《2021年中国次高端白酒行业分析报告-行业全景调查与投资战略规划》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/552608552608.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

按照价格，白酒可分为高端、次高端、中档酒、低端酒。近年来，消费升级+高端名酒提价直接催化次高端白酒发展。2015年以来，300-600元价格带成为白酒行业的“成长型”价格带，行业规模从2014年的100亿元上行至2020年的500亿。

2014-2020年价格在300-600元白酒市场规模 数据来源：公开资料整理

从行业竞争格局来看，作为白酒行业的“成长型”赛道，我国次高端白酒竞争格局仍存变数，目前呈现多强并立的局面。

数据显示，2018年，我国次高端白酒行业市占率前三品牌为剑南春、梦之蓝、习酒，分别达21%、15%、13%。

2018年我国次高端白酒行业竞争格局 数据来源：公开资料整理

数据显示，2020年，我国次高端白酒行业市占率前三品牌为剑南春、习酒、梦之蓝，分别达20%、18%、11%。

2020年我国次高端白酒行业竞争格局 数据来源：公开资料整理

水井坊、剑南春、舍得、洋河梦之蓝、汾酒青花等品牌在次高端板块竞争愈发激烈。其中，剑南春、习酒成为百亿大单品，洋河梦之蓝、青花汾酒营收在40-65亿之间，除此之外，国台、国缘、水井、舍得等品牌营收亦在20亿以上。展望未来五年，行业扩容至千亿规模，仍有望跑出2-3个百亿大单品。我国次高端白酒市场各酒企情况

价位带

香型

公司

次高端大单品

600-800元

浓香型

洋河

梦6+

今世缘

国缘V3

口子窖

口子窖30年

清香型

汾酒

青花30

300-500元

浓香型

剑南春

水晶剑

泸州老窖

窖龄（90年）

特曲（60版）

洋河

天之蓝

梦3

舍得酒业

智慧舍得

品位舍得

今世缘

国缘四开

国缘K3

臻酿八号

水井坊

典藏

井台

口子窖20年

古井贡酒

古16

酱香型

茅台

赖茅（传承蓝）

汉酱（普通/铂金蓝）

郎酒

红花郎（10/15）

习酒

窖藏1998

清香型

山西汾酒

青花20

馥郁香型

酒鬼酒

酒鬼红坛/紫坛数据来源：公开资料整理

2015-2020年我国次高端白酒品牌销售收入 数据来源：公开资料整理

从行业发展趋势来看，后疫情时代，价格带跃迁正在进行时，“成长型”价格带从300-600元向600-1000元价格带迁移，次高端的高端化趋势明显。千元价格带亦进入放量价格带。

主要次高端白酒提价情况

品牌

提价情况

洋河股份

2017年1月M3/M6分别提价10/20元/瓶；2017年12月，M3,M6出厂价分别上涨5/10元/瓶；2018年2月，M3/M6分别上调20/40元/瓶；2018年7月，M3/M6分别上调5/5元/瓶；2018年10月，M3/M6提价30/50元/瓶；2019年5月，梦之蓝供货指导价上涨；2019年9月，M3终端供货价上涨20元/瓶，终端建议成交价分别不低于420元/瓶（低度）、500元/瓶（高度）

古井贡酒

2018年，古8上涨80元/箱，零售价1000元/箱，古16上涨240元/箱，零售价2160元/箱；2019年，古8终端零售价不得低于240元/瓶。2020年，古8终端成交价230元/瓶，古16终端成交价370元/瓶，古20上调20元/瓶。

剑南春

2020年1月，水晶剑提价20元/瓶；2020年3月，水晶剑出厂价提价25元/瓶；2020年4月，水晶剑的建议零售价调整为489元/瓶；2021年3月，水晶剑提价30元/瓶

今世缘

2017年11月，国缘四开终端价上调20元/瓶；2018年10月，四开国缘上调20元/瓶，国缘K3上调20元/瓶；2019年6月，四开国缘上调30元/瓶；2020年2月，四开国缘上调20元/瓶，国缘K3上调20元/瓶；2020年7月，四开国缘上调15元/瓶

舍得

2017年1月，全渠道提价20元；2018年1月，品味舍得酒的出厂价上调20元/瓶；2018年3月，舍得酒业宣布“变相”提价，在全国范围内，对品味舍得酒的渠道配赠政策由原来的买5赠1调整为买6赠1；2020年1月，52%vol500mlx6智慧舍得、42%vol500mlx6智慧舍得38%vol500mlx6智慧舍得在原供货价格基础上，上调52元/盒；2020年12月，舍之道系列产品终端门店供货价，在全国范围内统一上调10元/瓶。

水井坊

2016年11月，臻酿八号零售价调整为320元，井台系列零售价调整为460元；2017年7月，井台和臻酿八号分别上调10元/瓶以及10元/瓶，2017年12月，井台系列上调30元，臻酿八号上调20元。2020年9月，臻酿八号38度和臻酿八号42度，建议零售价均上涨20元/瓶；2020年12月，臻酿八号”52度（500ml）提价20元/瓶。

酒鬼酒

2016年4月，红坛酒提价5%-10%；2017年12月，52度500ml红坛酒零售价调整为568元；2018年7月，红坛和紫坛提价22元/瓶，20元/瓶；2020年4月，酒鬼酒将对红坛酒鬼酒(高度柔和)战略价上调30元/瓶；2020年6月，52度500ml紫坛(柔和)战略价上调40元/瓶；；2020年9月，52度500mL黄坛酒鬼酒（2018版）战略价上调30元/瓶。数据来源：公开资料整理（zlj）

观研报告网发布的《2021年中国次高端白酒行业分析报告-行业全景调查与投资战略规划》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。

【目录大纲】

第一章 2017-2021年中国次高端白酒行业发展概述

第一节 次高端白酒行业发展情况概述

一、次高端白酒行业相关定义

二、次高端白酒行业基本情况介绍

三、次高端白酒行业发展特点分析

四、次高端白酒行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售模式

五、次高端白酒行业需求主体分析

第二节 中国次高端白酒行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、次高端白酒行业产业链条分析

三、产业链运行机制

(1) 沟通协调机制

(2) 风险分配机制

(3) 竞争协调机制

四、中国次高端白酒行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国次高端白酒行业生命周期分析

一、次高端白酒行业生命周期理论概述

二、次高端白酒行业所属的生命周期分析

第四节 次高端白酒行业经济指标分析

一、次高端白酒行业的赢利性分析

二、次高端白酒行业的经济周期分析

三、次高端白酒行业附加值的提升空间分析

第五节 中国次高端白酒行业进入壁垒分析

一、次高端白酒行业资金壁垒分析

二、次高端白酒行业技术壁垒分析

三、次高端白酒行业人才壁垒分析

四、次高端白酒行业品牌壁垒分析

五、次高端白酒行业其他壁垒分析

第二章 2017-2021年全球次高端白酒行业市场发展现状分析

第一节 全球次高端白酒行业发展历程回顾

第二节 全球次高端白酒行业市场区域分布情况

第三节 亚洲次高端白酒行业地区市场分析

一、亚洲次高端白酒行业市场现状分析

二、亚洲次高端白酒行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲次高端白酒行业市场前景分析

第四节 北美次高端白酒行业地区市场分析

一、北美次高端白酒行业市场现状分析

二、北美次高端白酒行业市场规模与市场需求分析

三、北美次高端白酒行业市场前景分析

第五节 欧洲次高端白酒行业地区市场分析

- 一、欧洲次高端白酒行业市场现状分析
- 二、欧洲次高端白酒行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲次高端白酒行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界次高端白酒行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球次高端白酒行业市场规模预测

第三章 中国次高端白酒产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品零售总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国次高端白酒行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国次高端白酒产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 中国次高端白酒行业运行情况

第一节 中国次高端白酒行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
 - 1、行业技术发展现状
 - 2、行业技术专利情况
 - 3、技术发展趋势分析
- 三、行业发展特点分析

第二节 中国次高端白酒行业市场规模分析

第三节 中国次高端白酒行业供应情况分析

第四节 中国次高端白酒行业需求情况分析

第五节 我国次高端白酒行业细分市场分析

- 1、细分市场一
- 2、细分市场二
- 3、其它细分市场

第六节 中国次高端白酒行业供需平衡分析

第七节 中国次高端白酒行业发展趋势分析

第五章 中国次高端白酒所属行业运行数据监测

第一节 中国次高端白酒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 中国次高端白酒所属行业产销与费用分析

- 一、流动资产
- 二、销售收入分析
- 三、负债分析
- 四、利润规模分析
- 五、产值分析

第三节 中国次高端白酒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

第六章 2017-2021年中国次高端白酒市场格局分析

第一节 中国次高端白酒行业竞争现状分析

- 一、中国次高端白酒行业竞争情况分析
- 二、中国次高端白酒行业主要品牌分析

第二节 中国次高端白酒行业集中度分析

- 一、中国次高端白酒行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国次高端白酒行业市场集中度分析

第三节 中国次高端白酒行业存在的问题

第四节 中国次高端白酒行业解决问题的策略分析

第五节 中国次高端白酒行业钻石模型分析

- 一、生产要素
- 二、需求条件
- 三、支援与相关产业
- 四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2021年中国次高端白酒行业需求特点与动态分析

第一节 中国次高端白酒行业消费市场动态情况

第二节 中国次高端白酒行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 次高端白酒行业成本结构分析

第四节 次高端白酒行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国次高端白酒行业价格现状分析

第六节 中国次高端白酒行业平均价格走势预测

一、中国次高端白酒行业价格影响因素

二、中国次高端白酒行业平均价格走势预测

三、中国次高端白酒行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国次高端白酒行业区域市场现状分析

第一节 中国次高端白酒行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区次高端白酒市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区次高端白酒市场规模分析

四、华东地区次高端白酒市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区次高端白酒市场规模分析

四、华中地区次高端白酒市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区次高端白酒市场规模分析

四、华南地区次高端白酒市场规模预测

第九章 2017-2021年中国次高端白酒行业竞争情况

第一节 中国次高端白酒行业竞争结构分析（波特五力模型）

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

五、客户议价能力

第二节 中国次高端白酒行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国次高端白酒行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 次高端白酒行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国次高端白酒行业发展前景分析与预测

第一节 中国次高端白酒行业未来发展前景分析

一、次高端白酒行业国内投资环境分析

二、中国次高端白酒行业市场机会分析

三、中国次高端白酒行业投资增速预测

第二节 中国次高端白酒行业未来发展趋势预测

第三节 中国次高端白酒行业市场发展预测

一、中国次高端白酒行业市场规模预测

二、中国次高端白酒行业市场规模增速预测

三、中国次高端白酒行业产值规模预测

四、中国次高端白酒行业产值增速预测

五、中国次高端白酒行业供需情况预测

第四节 中国次高端白酒行业盈利走势预测

一、中国次高端白酒行业毛利润同比增速预测

二、中国次高端白酒行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国次高端白酒行业投资风险与营销分析

第一节 次高端白酒行业投资风险分析

一、次高端白酒行业政策风险分析

二、次高端白酒行业技术风险分析

三、次高端白酒行业竞争风险

四、次高端白酒行业其他风险分析

第二节 次高端白酒行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国次高端白酒行业发展战略及规划建议

第一节 中国次高端白酒行业品牌战略分析

一、次高端白酒企业品牌的重要性

二、次高端白酒企业实施品牌战略的意义

三、次高端白酒企业品牌的现状分析

四、次高端白酒企业的品牌战略

五、次高端白酒品牌战略管理的策略

第二节 中国次高端白酒行业市场的关键客户战略实施

一、实施关键客户战略的必要性

二、合理确立关键客户

三、对关键客户的营销策略

四、强化关键客户的管理

五、实施关键客户战略要重点解决的问题

第三节 中国次高端白酒行业战略综合规划分析

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

第十四章 2021-2026年中国次高端白酒行业发展策略及投资建议

第一节 中国次高端白酒行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国次高端白酒行业营销渠道策略

一、次高端白酒行业渠道选择策略

二、次高端白酒行业营销策略

第三节 中国次高端白酒行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国次高端白酒行业重点投资区域分析

二、中国次高端白酒行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

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/552608552608.html>