

2018年中国白酒市场分析报告- 行业运营态势与发展前景预测

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《2018年中国白酒市场分析报告-行业运营态势与发展前景预测》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/352655352655.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

白酒自 2012 年经历了三公消费受限的打击以后，近几年渠道库存得到了清理，同时居民消费水平提高，大众白酒消费升级，固定资产投资和地产的复苏等积极因素带动白酒商务需求增加，因此行业进入了新的复苏。业绩的明显提速增长带动了今年白酒火爆的行情。

一线龙头茅台、五粮液都超出市场预期，业绩增速分别为 60%和 37%；次高端中，酒鬼酒、沱牌舍得，水井坊增速均超过 60%，古井贡、老窖超过 30%，整体来说次高端增速都比较高，只有洋河增速 15%比较平稳，但较上年一位数增长也有所改善；中端酒中汾酒增速最高，也是白酒中增速最高的，为 78%，老白干、皇台、口子窖和今世缘也超过了 20%，迎驾贡和金种子负增长。因此整体来看，白酒今年的行情，高端好于次高端好于中端，也是基本与业绩增速匹配的。

随着 2017 年白酒行情的火爆，估值也走高，板块超预期的因素相对减少。2017 年一季度有春节消费旺季，行业基本面有望延续增长周期。长远一点来看，茅台 2016 年以来终端价格上涨，以及渠道补库存带来的供需紧张为次高端白酒打开了提价空间，提价既可提升企业盈利，又可提升企业长期品牌价值。茅台虽强调 2017 年出厂价不上调，但是年后涨价的预期比较大，一旦提价渠道补库存或将加速，也将带动次高端出厂价和终端价提速上涨。事实上 2017 年不少酒企已经做出提价动作。同时，高端、次高端白酒的放量还在持续，渠道库存处于良性水平，价格体系呈稳步上升，消费税的利空因素也基本释放完毕，因此行业整体量价齐升的趋势会延续。

另一方面，白酒的需求结构发展了良性转变以后，行业的竞争格局也将使得行业的分化愈加明显，次高端品牌可跟随高端提价，也可在消费升级趋势下抢夺中端市场，同时次高端品牌的格局也会越来越明确。

总的来说，白酒的景气度在持续向上，上市公司作为白酒行业中的品牌企业，品牌力和渠道能力竞争力也会进一步凸显，因此业绩向上的趋势短期内不会改变。高端白酒的增速会趋于平稳，但确定性也更强，次高端的弹性更大，分化也会越来越明显。

中国文化其实是酒文化，更准确的说其实是白酒文化。酿酒技术世界上独成一派。由于历史、区域等原因，白酒行业集中度比较低，82%为中小企业，其中甚至还有小酒坊，为防止自家品牌相互挤压，一般酒企会将系列酒（如果有的话）和品牌酒分开销售，铺设不同的营销渠道。以 600 元以上作为分界线的酒品中，茅五泸和梦之蓝牢牢占据了大部分市场，特别是茅台、五粮液两大巨头合占约 80-85%的高端市场，剩下不到 20%左右由梦之蓝、

国窖 1573 等瓜分。二八定律在高端白酒市场得到验证。

高端白酒市场份额占比情况数据来源：公开资料整理

次高端白酒目前市场主流认同的酒企有洋河股份、酒鬼酒、水井坊、山西汾酒、舍得酒业、剑南春及郎酒等。目前次高端白酒第一梯队的有剑南春、郎酒，舍得酒业、水井坊、山西汾酒及洋河股份等处于第二梯队跟进趋势。

中国次高端白酒市场竞争格局数据来源：公开资料整理

观研天下发布的《2018年中国白酒市场分析报告-行业运营态势与发展前景预测》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。

它是业内企业、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。（LP）

第一部分 行业发展分析

第一章 中国白酒行业发展概述

第一节 中国白酒行业的分类与特性

- 一、白酒的分类
- 二、白酒香型介绍
- 三、白酒行业的特征

第二节 白酒的其他知识

一、白酒的度及其测定方法

二、白酒的勾兑和调味

三、白酒的各种成分

第三节 中国白酒行业发展历程与现状

一、白酒行业发展的历程

二、白酒酿造技术现状

三、白酒行业发展现状

四、白酒行业规模和地位

五、中国白酒发展路径的9种深化

第二章 中国白酒行业运行情况分析

第一节 中国白酒产业结构分析

一、中国酒精饮品市场

二、中国烈酒消费分析

三、中国烈酒市场分析

四、中国烈酒高端市场分析

五、中国白酒细分市场分析

六、中国不同香型白酒市场分析

第二节 2017年中国白酒行业运行情况分析

一、2017年中国白酒行业运行情况

二、2017年中国白酒行业规模分析

三、2017年中国白酒行业资本劳动密集度

四、2017年中国白酒行业产销情况

五、2017年中国白酒行业成本费用结构

六、2017年中国白酒行业盈利情况

七、2017年中国白酒行业运营绩效

第三节 中国白酒行业运行情况分析

一、我国白酒行业生产情况分析

二、我国白酒行业盈利情况分析

三、我国白酒行业价格情况分析

四、我国白酒上市公司经营情况分析

第四节 白酒产品产量分地区统计数据

第五节 中国白酒行业存在的问题

一、中国白酒企业六大硬伤

二、中国白酒行业发展存在的问题

三、中国白酒行业自身的问题

四、中国白酒行业的发展对策

五、中国白酒品牌创新发展策略

第三章 中国白酒制造业经济运行数据分析

第一节 全国白酒制造业主要经济指标

第二节 全国及各省市白酒制造业产销数据分析

第三节 全国及各省市白酒制造业资产负债分析

第四节 全国及中国各省市白酒制造业行业规模分析

第五节 全国及各省市白酒制造业盈利能力分析

第二部分 市场分析

第四章 中国白酒市场分析

第一节 中国白酒市场状况分析

一、中国白酒市场结构

二、白酒市场涨价情况分析

三、中国白酒出口市场分析

四、塑化剂事件对白酒行业的影响

第二节 高端白酒市场分析及预测

一、高端白酒的消费特征

二、高档白酒市场分析

第三节 中档白酒市场分析

一、中档酒将成激烈争夺领域

二、中档酒市场发展特点分析

三、中档白酒发展进快车道

四、中档酒或成未来白酒发展主力

第四节 白酒团购市场分析

一、白酒团购模式

二、白酒团购模式进程

三、白酒团购未来展望

第五节 中国白酒终端市场的运作解析

一、产品选择和客户管理

二、公关和培训

三、促销和服务客户

四、激励政策和物流管理

五、理货管理和回款管理

第六节 中国白酒市场的同质化现象

- 一、浓香型白酒占据较大市场份额
- 二、品牌泛滥导致名酒形象淡化
- 三、价格体系紊乱及终端不良竞争加剧
- 四、白酒外包装雷同及广告宣传浮夸
- 五、白酒市场发展方向与消费需求脱节

第五章 中国白酒分区域市场分析

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

第三部分 消费者及营销策略

第六章 白酒消费者分析

第一节 白酒消费需求分析

- 一、白酒消费主流及趋势分析
- 二、现阶段我国高端白酒消费特点
- 三、我国白酒市场销量分析
- 四、白酒市场状况与潜在消费需求分析

第二节 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 “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

第四节 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

第七章 白酒营销策略分析

第一节 白酒的需求特质与渠道

- 一、白酒的需求特质
- 二、需求特质影响下的白酒营销模式、渠道方式
- 三、需求特质与白酒企业的战略选择

第二节 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

第三节 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、地方白酒企业借道电商突围谋全国扩张
- 四、白酒电商化大势所趋

第四节 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

第五节 白酒广告策略分析

第六节 中国白酒市场的分层化营销分析

- 一、分层营销终结盘中盘模式
- 二、高档酒营销产地化
- 三、低档酒营销大市场化
- 四、中档酒区域化布局及产地化加市场化营销

第四部分 行业竞争格局

第八章 白酒行业竞争状况分析

第一节 白酒市场竞争特点

- 一、中档酒是新生白酒品牌的最佳立足空间
- 二、渠道价值仍然不可低估
- 三、餐饮终端是酒类产品的竞争焦点
- 四、促销方式以单纯产品促销为主
- 五、地域市场品牌仍占消费主流
- 六、商务用酒的消费比例

第二节 白酒行业竞争格局

- 一、中国白酒行业新竞争格局
- 二、浓香型高端白酒竞争格局
- 三、白酒行业并购整合“提速”
- 四、市场压力加速行业洗牌
- 五、中国白酒借势进军国际市场
- 六、未来5年中国白酒市场竞争加剧

第三节 中国白酒品牌生存发展情况分析

- 一、品牌格局
- 二、品牌发展战略
- 三、品牌发展趋势

第四节 业外资本积极涌入白酒市场分析

- 一、业外资本积极涌入
- 二、外资涌入白酒区域品牌迅速崛起
- 三、中国白酒业发展路径生变
- 四、业外资本挺入白酒业三大路径

第五节 高端白酒行业竞争趋势分析

- 一、中国白酒主流趋势的预判
- 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

第九章 白酒替代品行业竞争分析

第一节 啤酒行业

- 一、全球啤酒销量分析
- 二、我国啤酒产量分析
- 三、中国啤酒行业运行分析

第二节 葡萄酒行业

- 一、中国葡萄酒产量
- 二、中国葡萄酒消费量
- 三、我国葡萄酒产量分析
- 四、中国葡萄酒行业运行分析
- 五、白酒企业纷纷布局葡萄酒版图

第三节 黄酒行业

- 一、黄酒行业发展分析
- 二、中国黄酒行业展望

第四节 保健酒行业

- 一、保健酒发展分析
- 二、中国保健酒行业发展趋势

第五节 烈性洋酒在中国的发展

- 一、国人境外消费洋酒情况
- 二、高端洋酒品牌的中国式营销

第十章 中国白酒重点企业分析

第一节 五粮液

- 一、公司概况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业财务数据分析
- 五、公司发展展望及策略

第二节 贵州茅台

- 一、公司概况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业财务数据分析
- 五、公司发展展望及策略

第三节 泸州老窖股份有限公司

- 一、公司概况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业财务数据分析
- 五、公司发展展望及策略

第四节 四川水井坊股份有限公司

一、公司概况

二、企业经营情况分析

三、企业经营情况分析

四、企业财务数据分析

五、公司发展展望及策略

第五节 四川沱牌舍得酒业股份有限公司

一、公司概况

二、企业经营情况分析

三、企业经营情况分析

四、企业财务数据分析

五、公司发展展望及策略

第六节 山西杏花村汾酒厂股份有限公司

一、公司概况

二、企业经营情况分析

三、企业经营情况分析

四、企业财务数据分析

五、公司发展展望及策略

第七节 安徽古井贡酒股份有限公司

一、公司概况

二、企业经营情况分析

三、企业经营情况分析

四、企业财务数据分析

五、公司发展展望及策略

第八节 酒鬼酒股份有限公司

一、公司概况

二、企业经营情况分析

三、企业经营情况分析

四、企业财务数据分析

五、公司发展展望及策略

第九节 湖北稻花香集团

一、公司概况

二、“十三五”跨越发展纪实

三、稻花香经营情况分析

四、稻花香经营情况分析

第十节 四川剑南春集团有限责任公司

- 一、公司概况
- 二、剑南春原酒生产能力恢复震前水平
- 三、剑南春经营策略分析

第十一章 中国白酒中小企业发展分析

第一节 中小品牌白酒面临的问题

- 一、资金短缺
- 二、融资能力低
- 三、市场竞争力低
- 四、人才短缺
- 五、做品牌与销量的“夹缝生存困惑”
- 六、市场狭窄

第二节 中小白酒企业的竞争定位

- 一、基于地缘优势上的盘整
- 二、基于产品包装上的优势
- 三、基于产品品质上的定位
- 四、基础促销创新上的差异
- 五、基于品牌传播上的突破

第三节 中小品牌白酒突围之道

- 一、区域抢跑
- 二、市场卡位
- 三、差异领先
- 四、资源聚焦

第四节 招商性中小企业攻略

- 一、招商性中小企业现状及发展瓶颈
- 二、招商性中小企业成功方略

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiulei/352655352655.html>