

# 2017-2022年中国高端白酒市场产销调研及十三五 投资动向研究报告

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2017-2022年中国高端白酒市场产销调研及十三五投资动向研究报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/jiulei/267621267621.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

中国报告网发布的《2017-2022年中国高端白酒市场产销调研及十三五投资动向研究报告》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。

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：

### 第一章全球白酒制造行业发展分析

#### 第一节2014-2016年世界白酒制造行业发展状况分析

- 一、全球白酒制造市场供给分析
- 二、全球白酒制造市场需求分析
- 三、全球主要白酒制造企业分析

#### 第二节2014-2016年全球主要国家白酒制造市场分析

- 一、美国白酒制造市场分析
- 二、德国白酒制造市场分析
- 三、日本白酒制造市场分析

#### 第三节2017-2022年全球白酒制造市场发展趋势分析

### 第二章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2014-2016中国白酒行业运行情况分析

- 一、2014年中国白酒行业运行情况
- 二、2016年中国白酒行业运行情况
- 三、2016年中国白酒行业运行情况

### 第四节2016年中国白酒行业运行情况分析

- 一、2016年中国白酒行业产销情况
- 二、2016年中国白酒市场价格情况
- 三、2016年白酒上市公司业绩良好
- 四、2016年白酒业掀起新一轮“资本潮”

### 第五节2017-2022年中国白酒市场发展预测

## 第三章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2014-2016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、2016年高端白酒市场价格情况分析

### 第三节2016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

## 第四章2014-2016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

### 第二节白酒制造发酵机理的研究

### 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

## 第五章2014-2016年中国白酒制造所属行业主要指标监测分析

### 第一节2014-2016年中国白酒制造行业数据统计与监测分析

#### 一、2014-2016年中国白酒制造行业企业数量增长分析

#### 二、2014-2016年中国白酒制造行业从业人数调查分析

#### 三、2014-2016年中国白酒制造行业总销售收入分析

#### 四、2014-2016年中国白酒制造行业利润总额分析

#### 五、2014-2016年中国白酒制造行业投资资产增长性分析

### 第二节2016年中国白酒制造行业最新数据统计与监测分析

#### 一、企业数量与分布

#### 二、销售收入

#### 三、利润总额

#### 四、从业人数

### 第三节2016年中国白酒制造行业投资状况监测

#### 一、行业资产区域分布

#### 二、主要省市投资增速对比

## 第六章2014-2016年中国白酒（折65度，商品量）产量数据统计分析

### 第一节2014-2016年中国白酒（折65度，商品量）产量数据分析

#### 一、2014-2016年全国白酒（折65度，商品量）产量数据分析

#### 二、2014-2016年白酒（折65度，商品量）重点省市数据分析

### 第二节2016年中国白酒（折65度，商品量）产量数据分析

#### 一、2016年全国白酒（折65度，商品量）产量数据分析

#### 二、2016年白酒（折65度，商品量）重点省市数据分析

### 第三节2016年中国白酒（折65度，商品量）产量增长性分析

#### 一、产量增长

#### 二、集中度变化

## 第七章2001-2016年中国浓度<80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进出口统计（2208）

### 第一节2001-2016年中国浓度<80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进出口数据监测

#### 一、浓度<80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进口数据分析

#### 二、浓度<80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料出口数据分析

#### 三、浓度<80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进出口单价分析

### 第二节浓度<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、浓度<80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进口来源国家及地区

二、浓度 < 80% 的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料出口国家及地区

第三节浓度 < 80% 的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进出口省市分析

一、浓度 < 80% 的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料主要进口省市分析

二、浓度 < 80% 的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料主要出口省市分析

第八章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

第二节华东地区高端白酒市场

第三节华南地区高端白酒市场

第四节华中地区高端白酒市场

第五节东北地区高端白酒市场

第六节西北地区高端白酒市场

第七节西南地区高端白酒市场

第九章高端白酒消费者分析

第一节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、白酒消费者购买目的分析

五、白酒消费者对广告促销的态度分析

第三节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

## 第十章中国高端白酒营销策略分析

### 第一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

### 第二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、金融危机下白酒销售渠道分析

### 第三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
- 七、关于金融危机时期白酒市场出路的分析

### 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

## 第十一章高端白酒行业竞争状况分析

### 第一节中国高端白酒行业竞争格局

- 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、2016年中国白酒市场场竞争加剧

#### 第二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

#### 第三节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

### 第十二章2014-2016年中国高端白酒标竿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、企业概况

##### 二、企业主要经济指标分析

##### 三、企业成长性分析

##### 四、企业经营能力分析

##### 五、企业盈利能力及偿债能力分析

#### 第二节宜宾五粮液股份有限公司（000858）

##### 一、企业概况

##### 二、企业主要经济指标分析

##### 三、企业成长性分析

##### 四、企业经营能力分析

##### 五、企业盈利能力及偿债能力分析

#### 第三节泸州老窖股份有限公司（000568）

##### 一、企业概况

##### 二、企业主要经济指标分析

##### 三、企业成长性分析

##### 四、企业经营能力分析

##### 五、企业盈利能力及偿债能力分析

#### 第四节四川沱牌曲酒股份有限公司（600702）

##### 一、企业概况

##### 二、企业主要经济指标分析

##### 三、企业成长性分析

##### 四、企业经营能力分析

##### 五、企业盈利能力及偿债能力分析

#### 第五节四川水井坊股份有限公司（600779）



一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

五、企业盈利能力及偿债能力分析

第六节山西杏花村汾酒厂股份有限公司（600809）

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

五、企业盈利能力及偿债能力分析

第七节安徽古井贡酒股份有限公司（000596）

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

五、企业盈利能力及偿债能力分析

第八节酒鬼酒股份有限公司（000799）

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

五、企业盈利能力及偿债能力分析

第九节湖北稻花香集团

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

五、企业盈利能力及偿债能力分析

第十节江苏洋河酒厂股份有限公司

第十三章2016年中国高端白酒行业运行环境与趋势探讨

第一节2016年中国白酒行业经济环境分析

一、中国宏观经济环境分析

二、中国宏观对白酒市场的推动作用分析

第二节2016年中国白酒行业运行政策环境分析

一、2016年白酒税收促使我国白酒发展更加规范化

二、2016年严惩“酒驾”对白酒销售的影响分析

三、《酱香型白酒》国家标准通过专家组审定

第三节2017-2022年中国白酒行业发展预测分析

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

第四节2017-2022年中国高端白酒行业景气度分析及预测

一、高端类消费品受益于经济的复苏

二、高端白酒提价能力分析

三、品牌基础和消费升级促高端白酒销量增长

四、白酒公司2~15%提价就可完全抵消消费税征收

第五节2017-2022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2020年

第十四章2017-2022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12014-2016年全球白酒制造行业市场规模分析

图表22014-2016年全球白酒制造行业需求规模分析

图表32014-2016年我国白酒产量统计：千升

图表42014-2016年我国白酒制造行业三费概况

图表52014-2016年我国白酒制造行业效益变化

图表62014-2016年我国白酒行业产量分析

图表72017-2022年影响高端白酒行业运行的不利因素

图表82014-2016年中国白酒制造行业企业数量增长分析

图表92014-2016年中国白酒制造行业从业人数调查分析

图表102014-2016年中国白酒制造行业产品销售收入分析

图表112014-2016年中国白酒制造行业利润总额分析

图表122014-2016年中国白酒制造行业资产合计分析

图表132014-2016年中国白酒制造行业企业数量分析

图表142014-2016年中国白酒制造行业产品销售收入分析

图表152014-2016年中国白酒制造行业产品利润总额分析

图表162014-2016年中国白酒制造行业从业人数分析

图表172016年1-12月中国白酒制造行业投资区域分析

图表182016年1-12月我国白酒各省市产量分析

图表192016年1-12月我国白酒产量分析

图表202016年1-12月我国白酒各省市产量分析

图表212014-2016年12月我国白酒产量增长性分析

图表222016年1-12月我国白酒产量集中度分析

图表232014-2016年12月我国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进口分析

图表242014-2016年12月我国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料出口分析

图表252014-2016年12月我国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料仅出口均价分析

图表262016年1-12月我国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进口来源国分析

图表272016年1-12月我国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料出口目的地分析

图表282016年1-12月我国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进口省市分析

图表292016年1-12月我国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料出口省市分析

图表302016年1-12月我国白酒市场华北地区产量集中度分析

图表312016年1-12月我国白酒市场华东地区产量集中度分析

图表322016年1-12月我国白酒市场华南地区产量集中度分析

图表332016年1-12月我国白酒市场华中地区产量集中度分析

图表342016年1-12月我国白酒市场东北地区产量集中度分析

图表352016年1-12月我国白酒市场西北地区产量集中度分析

图表362016年1-12月我国白酒市场西南地区产量集中度分析

图表37经济周期中我国高端白酒消费驱动因素及表

图表38我国白酒重度消费群体的年龄分布以及当前我国人口结构

图表39美国GDP增速和烈性酒消费之间的关系

图表4020年内白酒行业利润和收入表现证明了白酒行业调整的短期性

图表41我国高端白酒总量测算

图表42政府消费白酒测算

图表43我国高端白酒需求结构分析

图表44白酒消费者购买行为类型分析

图表45白酒消费者购买动机分析

图表46白酒消费者购买方式分析

图表47白酒消费者购买目的分析

图表48白酒消费者对广告促销的态度分析

图表49以消费需求为核心的高端白酒战略驱动模块

图表502014-2016年12月贵州茅台资产负债表

图表512014-2016年12月贵州茅台利润表

图表522014-2016年12月贵州茅台成长能力

图表532014-2016年12月贵州茅台营运能力

图表542014-2016年12月贵州茅台盈利能力及偿债能力

图表552014-2016年12月五粮液资产负债表

图表562014-2016年12月五粮液利润表

图表572014-2016年12月五粮液成长能力

图表582014-2016年12月五粮液营运能力

图表592014-2016年12月五粮液盈利能力及偿债能力

图表602014-2016年12月泸州老窖资产负债表

图表612014-2016年12月泸州老窖利润表

图表622014-2016年12月泸州老窖成长能力

图表632014-2016年12月泸州老窖营运能力  
图表642014-2016年12月泸州老窖盈利能力及偿债能力  
图表652014-2016年12月沱牌舍得资产负债表  
图表662014-2016年12月沱牌曲酒利润表  
图表672014-2016年12月沱牌舍得成长能力  
图表682014-2016年12月沱牌舍得营运能力  
图表692014-2016年12月沱牌舍得盈利能力及偿债能力  
图表702014-2016年12月水井坊资产负债表  
图表712014-2016年12月水井坊利润表  
图表722014-2016年12月水井坊成长能力  
图表732014-2016年12月水井坊营运能力  
图表742014-2016年12月水井坊盈利能力及偿债能力  
图表752014-2016年12月山西汾酒资产负债表  
图表762014-2016年12月山西汾酒利润表  
图表772014-2016年12月山西汾酒成长能力  
图表782014-2016年12月山西汾酒营运能力  
图表792014-2016年12月山西汾酒盈利能力及偿债能力  
图表802014-2016年12月古井贡酒资产负债表  
图表812014-2016年12月古井贡酒利润表  
图表822014-2016年12月古井贡酒成长能力  
图表832014-2016年12月古井贡酒营运能力  
图表842014-2016年12月古井贡酒盈利能力及偿债能力  
图表852014-2016年12月酒鬼酒资产负债表  
图表862014-2016年12月酒鬼酒利润表  
图表872014-2016年12月酒鬼酒成长能力  
图表882014-2016年12月酒鬼酒运营能力  
图表892014-2016年12月酒鬼酒盈利能力及偿债能力  
图表90近4年湖北稻花香集团流动资产周转次数变化情况  
图表91近4年湖北稻花香集团总资产周转次数变化情况  
图表92近4年湖北稻花香集团销售毛利率变化情况  
图表93近4年湖北稻花香集团固定资产周转次数情况  
图表94近4年湖北稻花香集团资产负债率变化情况  
图表95近4年湖北稻花香集团产权比率变化情况  
图表96近4年湖北稻花香集团已获利息倍数变化情况  
图表972014-2016年12月洋河股份资产负债表

图表982014-2016年12月洋河股份利润表

图表992014-2016年12月洋河股份财务指标

图表1002016年GDP初步核算数据

图表1012014-2016年国内生产总值及其增长速度

图表102宏观经济增长推动白酒行业收入利润增长

图表103子行业品牌影响力分析

图表104六大子行业最佳生产环境对比分析

图表105六大子行业产品生产周期对比分析

图表106六大子行业产品品性对比分析

图表107六大子行业文化推动力对比分析

图表108各子行业定价能力分析

图表109全国历届（五届）评酒会获奖名单

图表110中国名酒评比综述表

图表111贵州茅台、五粮液、泸州老窖销售渠道分析  
( GYZT )

图表详见正文 . . . . .

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiulei/267621267621.html>