

2016-2022年中国高端白酒行业规模现状及十三五 盈利战略研究报告

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《2016-2022年中国高端白酒行业规模现状及十三五盈利战略研究报告》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/240807240807.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

2013年至2014年上半年是白酒行业最艰难的调整时期，茅台、五粮液等高端白酒的价格几乎被“腰斩”，甚至出现了价格的连续跳水现象。2012年前后，飞天茅台价格从1900元降至800元，梦之蓝6价格从2100元降至1480元，其他知名品牌也都出现大幅度的降价。北京、成都、长春西安等地的高端白酒在此期间价格跌幅超过了五成左右。中高端白酒品牌的“回暖”始于2014年下半年，价格真正回升则到了2015年下半年，此轮涨价的“排头兵”依然以高端品牌为主。国内白酒品牌特别是高端市场的茅台和五粮液，以及各区域的强势品牌如陕西省内的西凤酒、太白酒等，增长都在两位数以上，行业底部已确认，涨价强化向上反转预期。

2015年1-10月生产白酒10459007.31 千升，同比增长4.82 %，中道泰和预计2015年白酒产量将达到1289.72万千升。白酒出现弱复苏迹象，销量总体向好、价格稳定，高端白酒景气度持续回升。但产大于销、供大于求的市场状况没有改变，消费环境依然严峻，市场信心依然不足，导致行业量增价不增。在深耕中国市场的前提下，高端白酒企业纷纷发力开拓国际市场。但是中国白酒企业开拓海外市场整体能力偏弱。在很长一段时间里，高端白酒海外终端消费群体局限于华人华侨、中方机构的传统消费圈，在各国消费群体发展偏缓慢，开拓海外市场面临中外饮酒口味差异和陌生市场环境双重挑战。据相关统计，2014年中国白酒占世界烈酒生产量的37.5%，但中国白酒在海外的市场份额却连千分之八也不到。

2015年进入下半年以来，一线白酒企业悄然掀起一股涨价风。继茅台、五粮液提价之后，泸州老窖也宣布全面调价，将带有“泸州老窖”字样的产品结算价提高到100元以上。在历经三年销售低迷、减产、降价后，限制“三公”消费对于高端白酒需求的抑制已经见底。2015年开始，白酒业初步出现转机，库存得到控制，商务消费和个人消费一定程度上弥补了三公消费带来的空缺，整个行业呈现出量价齐升的态势。数据显示，2015年一季度30家酒类上市企业营业收入共计459.63亿元，同比上升7.1%，可理解为迎来业绩拐点。目前来看，以茅台、五粮液为代表的部分名酒去泡沫、去库存已经较为充分，未来有望在白酒消费旺盛的民间需求拉动下步入复苏。

我国400元以上的高端白酒市场主要由五粮液和茅台两大市场领导者，国窖1573和水井坊两个市场跟随者，以及如洋河的梦之蓝、剑南春的东方红、汾酒的国藏汾酒、沱牌的舍得等为代表的市场补缺者。前四大品牌的市场占有率已经超过90%，都是国内的老八大名酒，同时三个阵营之间的收入差距都在4倍以上，进入的壁垒已经非常高。并且随着高档白酒市场逐渐成熟，新进入者所需要的巨额资金投入和3-5年的市场投入期，都使得高端白酒四分天下的基本格局将会在较长的一段时间内保持稳定。目前国内的四大高档白酒品牌，全部脱身于国内的老八大名酒。而由于89年之后全国名酒的评选已经无限期停止，使得老名酒品牌更具稀缺性和不可替代性。同时随着高档白酒市场进入稳定发展期，新的行业挑战者需要巨额的市场营销投入、数年的等待期和新的市场机遇。高贵的“血统”和巨额的费用投入使得高

档白酒行业呈现高度垄断化的特征。

如今的中国白酒市场已经在为过去快速成长埋单，过去五年间，中国白酒快速成长的泡沫和高端白酒消费群体的非价格敏感性是导致此轮白酒危机的始做俑者，要想解决中国白酒问题，就必须使盲目的“价格代表价值”的市场营销阶段向着价值营销阶段转型，而这种转型需要白酒市场营销价值链的重构，非一朝一夕能够解决得了。从市场上反应出来的销售数据显示，53度飞天茅台的最低价格已经低至830元，经销商几乎无利可图，“国酒”的残酷现实，同样照进了“世界的五粮液”，半年前，定价高于俗称“普五”的52度水晶盒五粮液数百元的五粮液1618在成交表现上开始悄然倒挂。再往下看，300元到600元价格带上代表性成员红花郎、洋酒天之蓝的实际成交价的下行幅度也至少在100元以上。表现相对稳定的是剑南春和水井坊，然而它们的稳也不过是稳在出厂价甚至略有倒挂的水平上而已。如此的高端白酒格局，从最高的茅台价格带向下恶性传导着，大有依次顶替的迹象，那么，未来中国白酒市场最后被压倒的到底是谁呢？根据分析，虽然有这样的传导迹象，而且事实上也的确带来了这样的连锁反应，但还不能完全认为中国白酒市场经过这样一场传导就能够走出泥沼，显然，中国白酒市场如何走向良性发展，进入新一轮的快速发展期的市场空间依然存在，只是各个品牌如何进行品牌价值重构就显得尤其重要。

从2013到2015年，白酒行业一直处于深度调整期，黄金十年畸形发展累积下来的问题日益显现。“塑化剂危机”、“勾兑门”、“虚假年份酒”等一系列新闻暴露出白酒行业的质量安全监管有待加强力度。黄金十年由于业外资本的大量进入及白酒企业过度扩张，白酒产能结构性过剩问题凸显。不少中低端的白酒甚至在这一影响下直接导致停产。例如，浏阳河酒。漫天的广告投放，却忽视消费群体的建设和消费体验的反馈，造成白酒价格的虚高，当高端白酒进入到理性消费期，就与之前形成强烈反差。白酒行业作为国民经济的有机组成部分，是深受国家政策、经济环境影响的，在现有的整体大环境下，高端白酒走下坡路已成必然，短期内都不会有太大变动。而高端白酒的消费人群多在45岁以上，主要是由商务宴请消费为主，市场具有一定的刚性消费需求。

《2016-2022年中国高端白酒行业规模现状及十三五盈利战略研究报告》由观研天下（Insight&InfoConsultingLtd）领衔撰写，在周密严谨的市场调研基础上，主要依据国家统计局数据，海关总署，问卷调查，行业协会，国家信息中心，商务部等权威统计资料。报告主要研行业市场经济特性（产能、产量、供需），投资分析（市场现状、市场结构、市场特点等以及区域市场分析）、竞争分析（行业集中度、竞争格局、竞争对手、竞争因素等）、产业链分析、替代品和互补品分析、行业的主导驱动因素、政策环境。为战略投资或行业规划者提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

【报告大纲】

第一部分 产业环境透视

第一章 中国白酒行业相关概述

第一节 白酒的基本特性

- 一、白酒概念介绍
- 二、白酒分类情况
- 三、白酒中的名酒
- 四、白酒的度数及测定
- 五、白酒的勾兑及调味

第二节 白酒起源及发展

- 一、白酒兴起情况
- 二、白酒的发展历程
- 三、白酒技术发展历程
- 四、白酒工业发展分析

第三节 白酒行业市场特点

- 一、白酒行业特性分析
- 二、白酒行业市场特点
- 三、白酒行业周期分析
- 四、白酒行业经营模式

第二章 中国白酒行业发展环境解析

第一节 中国宏观经济发展环境

- 一、中国GDP增长情况
- 二、工业经济发展形势
- 三、社会固定资产投资
- 四、社会消费品零售额
- 五、城乡居民收入消费
- 六、对外贸易发展形势

第二节 白酒行业政策环境分析

- 一、国内白酒行业管理体制
- 二、国内白酒行业产业政策
- 三、国内白酒行业法律法规
- 四、国内白酒行业许可情况
- 五、白酒重点影响政策解析

第三节 国内社会环境发展分析

- 一、中国人口发展环境分析
- 二、中国城镇化率发展情况
- 三、中国生态环境发展分析
- 四、中国居民饮酒文化分析

五、中国居民酒类消费情况

第四节 中国白酒行业工艺技术发展分析

一、香型白酒生产工艺发展分析

1、浓香型白酒生产工艺发展分析

2、酱香型白酒生产工艺发展分析

3、清香型白酒生产工艺发展分析

二、白酒生产新工艺创新与发展

1、生物技术的应用

2、酶催化工程引进

3、物理化学的创新

4、酿造设备及控制的创新

5、美拉德反应

6、低度白酒技术创新

7、淡雅型白酒新风格

8、新工艺白酒

9、固液勾兑新工艺白酒应用

三、白酒生产工艺用应案例介绍

第三章 国际高端白酒行业发展分析

第一节 国际烈酒市场增长情况分析

一、烈酒消费在时间序列上的变化

1、烈酒消费黄金年代（1960-1980）

2、烈酒消费"阵痛"时期（1980-1990）

3、烈酒消费匍匐前进时期（1990-2000）

4、烈酒消费稳定期（2000至今）

二、烈酒消费在空间上的变化

三、烈酒品类增长与竞争分析

1、主要烈酒品牌产量

2、主要烈酒品牌市场份额

第二节 高端烈酒市场增长与品牌塑造

一、高端烈酒市场增长情况

二、高端烈酒品牌案例分析

1、Johnnie Walker

2、Absolut Vodka

第二部分 行业深度分析

第四章 我国高端白酒行业运行现状分析

第一节 我国高端白酒行业发展状况分析

- 一、我国高端白酒行业发展阶段
- 二、我国高端白酒行业发展总体概况
- 三、我国高端白酒行业发展特点分析
- 四、我国高端白酒行业商业模式分析

第二节 2014-2015年高端白酒行业发展现状

- 一、2014-2015年我国高端白酒行业市场规模
- 二、2014-2015年我国高端白酒行业发展分析
 - 1、高端白酒行业面临调整分析
 - 2、高端白酒行业进入"后限价时代"的转变分析
 - 3、高端白酒未来发展关键性因素分析
- 三、中国高端白酒企业发展分析
 - 1、高端白酒的守护者-茅台、五粮液
 - 2、高端白酒的建设者-水井坊、国窖1573
 - 3、高端白酒的改变者-洋河蓝色经典、兰花汾酒
 - 4、高端白酒的探索者-舍得、红花郎酒
 - 5、高端白酒的眷顾者-古井贡纪年酒、双沟珍宝坊
 - 6、高端白酒的务实派-二名酒
 - 7、高端白酒的流星群落-业外资本
 - 8、高端白酒的机会主义者-名酒的子品牌
 - 9、高端白酒的搅局者-中小企业的高端白酒

第三节 2014-2015年高端白酒市场情况分析

- 一、2014-2015年中国高端白酒市场总体概况
 - 1、高端白酒市场销售形势和影响因素分析
 - 2、高端白酒经销商面临现状与对策分析
 - 3、高端白酒面临的替代压力与形势分析
- 二、2014-2015年中国高端白酒产品市场发展分析
 - 1、超高端白酒发展难度分析
 - 2、次高端白酒的机遇与挑战

第四节 我国高端白酒市场价格走势分析

- 一、高端白酒市场定价机制组成
- 二、高端白酒市场价格影响因素
- 三、高端白酒产品价格走势分析
- 四、2016-2022年高端白酒产品价格走势预测

第五章 我国高端白酒行业整体运行形势分析

第一节 高端白酒行业产量规模分析

一、全国高端白酒行业产量规模分析

二、不同省市高端白酒产量规模分析

三、全国高端白酒行业产量规模预测

第二节 高端白酒行业经济指标分析

一、高端白酒行业综合经济指标

二、高端白酒行业不同规模企业经济指标

1、大型企业

2、中型企业

3、小型企业

三、高端白酒行业不同性质企业经济指标

1、国有企业

2、集体企业

3、股份制企业

4、私营企业

第三节 高端白酒消费者人群分析

一、高端白酒的核心群体品牌认知与选择分析

二、高端白酒消费人群调查

1、高端白酒消费者年龄结构分析

2、高端白酒消费者职业分布分析

3、高端白酒消费者收入结构分析

三、高端白酒消费者偏好调查

1、消费者饮酒原因分析

2、消费者饮酒频繁度分析

3、消费者区域特点分析

4、消费者购买因素分析

5、包装对购买者购买影响分析

四、高端白酒企业对消费者的营销策略

1、酒厂游

2、线下活动，线下拉动

3、大规模团购

4、定制模式

5、白酒金融化

第六章 我国高端白酒市场供需形势分析

第一节 高端白酒行业供给指标分析

一、白酒行业总产值

二、白酒行业产成品

三、高端白酒行业总产值

四、高端白酒行业产成品

第二节 高端白酒行业需求指标分析

一、白酒行业销售产值

二、白酒行业销售收入

三、高端白酒行业销售产值

四、高端白酒行业销售收入

第三节 高端白酒行业产销率分析

一、白酒行业整体产销率

二、白酒行业分地区产销率

三、高端白酒行业整体产销率

四、高端白酒行业分地区产销率

第七章 高端白酒行业进出口结构及面临挑战

第一节 高端白酒行业进出口市场分析

一、高端白酒行业进出口综述

二、高端白酒行业出口市场分析

1、2014-2015年行业出口整体情况

2、2014-2015年行业出口总额分析

三、高端白酒行业进口市场分析

1、2014-2015年行业进口整体情况

2、2014-2015年行业进口总额分析

第二节 中国高端白酒出口面临的挑战及对策

一、中国高端白酒出口面临的挑战

二、中国高端白酒行业未来出口展望

三、中国高端白酒产品出口对策

四、高端白酒行业进出口前景及建议

第三部分 市场全景调研

第八章 高端白酒行业产业链分析

第一节 产业链上游原材料市场分析

一、高粱市场分析

1、高粱供给与高端白酒业需求

2、2014-2015年高粱价格波动

二、大米市场分析

1、大米供给与高端白酒业需求

2、2014-2015年大米价格波动

三、小麦市场分析

1、小麦供给与高端白酒业需求

2、2014-2015年小麦价格波动

四、玉米市场分析

1、玉米供给与高端白酒业需求

2、2014-2015年玉米价格波动

第二节 产业链中游服务市场分析

一、高端白酒物流市场分析

1、高端白酒物流市场规模分析

2、高端白酒物流市场SWOT分析

3、高端白酒物流市场发展前景

二、高端白酒包装市场分析

1、高端白酒包装市场规模分析

2、高端白酒包装市场SWOT分析

3、高端白酒包装市场发展前景

第三节 产业链下游流通市场分析

一、高端白酒零售市场分析

1、专卖店消费需求分析

2、大型超市消费需求分析

3、电子商务平台消费需求分析

二、高端白酒餐饮市场分析

1、星级酒店消费需求分析

2、高档酒楼消费需求分析

三、高端白酒休闲娱乐市场分析

第九章 我国高端白酒细分市场分析及预测

第一节 中国酱香型白酒行业分析

一、酱香型白酒相关概述

1、酱香型白酒定义

2、酱香型白酒酿造流程

3、酱香型白酒工艺说明

4、酱香型白酒国家标准分析

二、酱香型白酒发展概况

1、酱香型白酒市场特点

2、酱香型白酒行业发展阶段

3、酱香型白酒面临的问题

4、酱香型白酒的地域特征分析

三、酱香型白酒市场分析

1、酱香型白酒市场发展现状分析

2、仁怀将建成最大酱香型白酒生产基地

3、酱香型白酒产能与需求分析

4、酱香型白酒差异化分析

5、酱香型白酒竞争进入"战国时代"

6、酱香型白酒的发展模式分析

四、酱香型白酒发展前景分析

1、未来五年酱香型白酒将进入先进时代

2、酱香型白酒是白酒行业的发展趋势

3、酱香型白酒的发展前景预测

4、酱香型高端白酒发展前景广阔

第二节 中国浓香型白酒行业分析

一、浓香型白酒相关概述

1、浓香型白酒定义

2、浓香型白酒酿造原料

3、浓香型白酒制作工艺

4、浓香型白酒相关标准分析

二、浓香型白酒市场分析

1、浓香型白酒的市场地位

2、浓香型白酒市场现状分析

3、浓香型白酒市场特点分析

三、浓香型白酒发展前景分析

1、浓香型白酒具有广阔的发展前景

2、浓香型白酒要适合人性化需求

3、浓香型高端白酒发展前景及趋势

第三节 中国清香型白酒行业分析

一、清香型白酒相关概述

1、清香型白酒定义

2、清香型白酒特点

3、清香型白酒标准

二、清香型白酒市场分析

1、清香型白酒的市场地位

2、清香型白酒市场现状分析

3、清香型白酒市场特点分析

三、清香型白酒发展前景分析

1、清香型白酒重在价值的提升

2、清香型白酒取决于消费者的认知

3、清香型白酒呈现高端化趋势

第四节 中国米香型白酒行业分析

一、米香型白酒相关概述

1、米香型白酒定义

2、米香型白酒制作工艺

3、传统米香型白酒特点

4、新型米香型白酒特点

二、米香型白酒市场分析

1、梅州建设米香型白酒生产基地

2、广西白酒依托米香型白酒发展

3、米香型高端白酒的发展机遇分析

三、米香型白酒发展前景分析

1、米香型白酒在白酒行业发展前景良好

2、米香型白酒满足现代消费者的需求

第五节 中国兼香型白酒行业发展分析

一、兼香型白酒相关概述

1、兼香型白酒定义

2、兼香型白酒生产特点

3、兼香型白酒的香型特点

4、兼香型白酒的类型

二、兼香型白酒市场分析

1、兼香型高端白酒发展分析

2、兼香型白酒发展机会分析

3、兼香型白酒进入"大时代"

第十章 中国白酒行业市场销售渠道分析

第一节 渠道对白酒业发展的重要性

第二节 渠道决策的评估方法介绍

一、评估数学模型介绍

二、财务评估方法介绍

三、交易成本评估方法

四、经验评估方法介绍

第三节 白酒行业销售渠道重要环节

一、批发商

二、零售商

三、代理商

第四节 白酒行业重点品牌渠道分析

一、茅台

二、五粮液

三、洋河

四、泸州老窖

五、水井坊

第五节 白酒行业销售渠道发展趋势

一、白酒行业渠道运作趋势

二、白酒行业渠道支持趋势

三、白酒行业渠道格局趋势

四、白酒行业渠道结构趋势

第六节 白酒行业销售渠道策略分析

一、直接渠道或间接渠道的营销策略

二、长渠道或短渠道的营销策略分析

三、宽渠道或窄渠道的营销策略分析

四、单一销售渠道和多销售渠道策略

五、传统销售渠道/垂直销售渠道策略

第十一章 中国白酒行业市场经营策略分析

第一节 白酒行业资本运作模式解析

一、品牌战略驱动模式分析

二、流通渠道倍增模式分析

三、外资渗透模式分析

四、资本战略联盟优化模式

五、酒类零售连锁运作模式

六、产业链整合模式分析

七、产业空间集聚模式分析

第二节 白酒行业市场营销状况分析

一、白酒市场主力消费群分析

二、白酒主力消费群价值需求

三、白酒市场基本营销模式

四、白酒行业市场营销态势

第三节 白酒行业市场营销策略分析

一、白酒行业市场定位策略

二、白酒行业市场产品策略

三、白酒行业市场价格策略

四、白酒行业市场渠道策略

五、白酒行业市场促销策略

第四节 白酒行业市场营销深度分析

一、白酒行业市场品牌营销

二、白酒行业市场文化营销

三、白酒行业市场营销创新

四、白酒行业市场电商营销

五、二三四级市场营销分析

第五节 白酒行业市场广告策略分析

一、白酒广告目标制定分析

二、白酒广告预算决策分析

三、白酒广告信息传递分析

四、白酒广告媒介决策分析

五、白酒广告效果评价分析

六、白酒广告投放策略分析

1、酒类广告投放费用

2、酒类广告季节投放

3、白酒广告媒体选择

4、高端白酒广告投放

第六节 白酒地方强势品牌营销策略

一、经销商原则

二、特通渠道原则

三、核心区域合作经销商原则

四、强势商场和大型连锁超市直供原则

第四部分 竞争格局分析

第十二章 高端白酒行业重点区域市场分析

第一节 北京市高端白酒市场分析

一、北京市高端白酒行业市场需求分析

1、北京市高端白酒行业销售收入分析

2、北京市高端白酒行业销售产品结构分析

二、北京市高端白酒行业市场竞争格局分析

三、北京市高端白酒行业消费集中度分析

四、北京市高端白酒行业发展前景预测

第二节 上海市高端白酒市场分析

一、上海市高端白酒行业市场需求分析

1、上海市高端白酒行业销售收入分析

2、上海市高端白酒行业销售产品结构分析

二、上海市高端白酒行业市场竞争格局分析

三、上海市高端白酒行业消费集中度分析

四、上海市高端白酒行业发展前景预测

第三节 广东省高端白酒市场分析

一、广东省高端白酒行业市场需求分析

1、广东省高端白酒行业销售收入分析

2、广东省高端白酒行业销售产品结构分析

二、广东省高端白酒行业市场竞争格局分析

三、广东省高端白酒行业消费集中度分析

四、广东省高端白酒行业发展前景预测

第四节 山东省高端白酒市场分析

一、山东省高端白酒行业市场需求分析

1、山东省高端白酒行业销售收入分析

2、山东省高端白酒行业销售产品结构分析

二、山东省高端白酒行业市场竞争格局分析

三、山东省高端白酒行业消费集中度分析

四、山东省高端白酒行业发展前景预测

第五节 四川省高端白酒市场分析

一、四川省高端白酒行业市场需求分析

1、四川省高端白酒行业销售收入分析

2、四川省高端白酒行业销售产品结构分析

二、四川省高端白酒行业市场竞争格局分析

三、四川省高端白酒行业消费集中度分析

四、四川省高端白酒行业发展前景预测

第六节 贵州省高端白酒市场分析

一、贵州省高端白酒行业市场需求分析

1、贵州省高端白酒行业销售收入分析

2、贵州省高端白酒行业销售产品结构分析

二、贵州省高端白酒行业市场竞争格局分析

三、贵州省高端白酒行业消费集中度分析

四、贵州省高端白酒行业发展前景预测

第七节 江苏省高端白酒市场分析

一、江苏省高端白酒行业市场需求分析

1、江苏省高端白酒行业销售收入分析

2、江苏省高端白酒行业销售产品结构分析

二、江苏省高端白酒行业市场竞争格局分析

三、江苏省高端白酒行业消费集中度分析

四、江苏省高端白酒行业发展前景预测

第八节 浙江省高端白酒市场分析

一、浙江省高端白酒行业市场需求分析

1、浙江省高端白酒行业销售收入分析

2、浙江省高端白酒行业销售产品结构分析

二、浙江省高端白酒行业市场竞争格局分析

三、浙江省高端白酒行业消费集中度分析

四、浙江省高端白酒行业发展前景预测

第九节 湖北省高端白酒市场分析

一、湖北省高端白酒行业市场需求分析

1、湖北省高端白酒行业销售收入分析

2、湖北省高端白酒行业销售产品结构分析

二、湖北省高端白酒行业市场竞争格局分析

三、湖北省高端白酒行业消费集中度分析

四、湖北省高端白酒行业发展前景预测

第十节 福建省高端白酒市场分析

一、福建省高端白酒行业市场需求分析

1、福建省高端白酒行业销售收入分析

2、福建省高端白酒行业销售产品结构分析

二、福建省高端白酒行业市场竞争格局分析

三、福建省高端白酒行业消费集中度分析

四、福建省高端白酒行业发展前景预测

第十三章 高端白酒行业领先企业经营形势分析

第一节 中国高端白酒企业总体发展状况分析

一、高端白酒企业主要类型

二、高端白酒企业资本运作分析

三、高端白酒企业国际竞争力分析

四、2015年高端白酒行业企业排名分析

第二节 品牌价值前十企业分析

一、中国贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司

- 1、企业发展概况
- 2、企业营销渠道及分布
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业经济指标分析
- 5、企业盈利能力分析
- 6、企业运营能力分析
- 7、企业偿债能力分析
- 8、企业发展能力分析
- 9、企业销售转型分析
- 10、企业消费转型分析

二、五粮液集团有限公司

- 1、企业发展概况
- 2、企业营销渠道及分布
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业经济指标分析
- 5、企业盈利能力分析
- 6、企业运营能力分析
- 7、企业偿债能力分析
- 8、企业发展能力分析
- 9、企业技改扩能项目分析
- 10、企业创新驱动战略

三、江苏洋河酒厂股份有限公司

- 1、企业发展概况
- 2、企业营销渠道及分布
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业经济指标分析
- 5、企业盈利能力分析
- 6、企业运营能力分析
- 7、企业偿债能力分析
- 8、企业发展能力分析

9、企业投资兼并重组分析

10、企业品牌价值分析

11、企业竞争优劣势分析

12、企业未来发展战略

四、泸州老窖股份有限公司

1、企业发展概况

2、企业营销渠道及分布

3、企业产品结构分析

4、企业经济指标分析

5、企业盈利能力分析

6、企业运营能力分析

7、企业偿债能力分析

8、企业发展能力分析

9、企业高端白酒电商分析

10、企业组合营销分析

11、企业竞争优劣势分析

12、企业未来发展战略

五、四川郎酒集团有限责任公司

1、企业发展概况

2、企业营销渠道及分布

3、企业产品结构分析

4、企业经济指标分析

5、企业盈利能力分析

6、企业运营能力分析

7、企业偿债能力分析

8、企业发展能力分析

9、企业新兴市场培育分析

10、企业重点销售分析

11、企业竞争优劣势分析

12、企业未来发展战略

六、陕西西凤酒集团股份有限公司

1、企业发展概况

2、企业营销渠道及分布

3、企业产品结构分析

4、企业经济指标分析

- 5、企业盈利能力分析
- 6、企业运营能力分析
- 7、企业偿债能力分析
- 8、企业发展能力分析
- 9、企业信息一体化分析
- 10、企业品牌价值分析
- 11、企业竞争优势劣势分析
- 12、企业未来发展战略

七、湖北稻花香酒业股份有限公司

- 1、企业发展概况
- 2、企业营销渠道及分布
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业经济指标分析
- 5、企业盈利能力分析
- 6、企业运营能力分析
- 7、企业偿债能力分析
- 8、企业发展能力分析
- 9、企业循环经济发展分析
- 10、企业商标集群化分析
- 11、企业竞争优势劣势分析
- 12、企业未来发展战略

八、安徽古井集团有限责任公司

- 1、企业发展概况
- 2、企业营销渠道及分布
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业经济指标分析
- 5、企业盈利能力分析
- 6、企业运营能力分析
- 7、企业偿债能力分析
- 8、企业发展能力分析
- 9、企业网络营销新模式分析
- 10、企业配套产业园建设
- 11、企业竞争优势劣势分析
- 12、企业未来发展战略

九、华泽集团有限公司

- 1、企业发展概况
 - 2、企业营销渠道及分布
 - 3、企业产品结构分析
 - 4、企业经济指标分析
 - 5、企业盈利能力分析
 - 6、企业运营能力分析
 - 7、企业偿债能力分析
 - 8、企业发展能力分析
 - 9、企业异地技改项目分析
 - 10、企业品牌价值分析
- 十、山西杏花村汾酒集团有限责任公司

- 1、企业发展概况
- 2、企业营销渠道及分布
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业经济指标分析
- 5、企业盈利能力分析
- 6、企业运营能力分析
- 7、企业偿债能力分析
- 8、企业发展能力分析
- 9、企业酒文化旅游基地建设
- 10、企业战略联盟构建

第三节 其他重点企业分析

一、湖南浏阳河酒业发展有限公司

- 1、企业发展概况
- 2、企业营销渠道及分布
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业经济指标分析
- 5、企业盈利能力分析
- 6、企业运营能力分析
- 7、企业偿债能力分析
- 8、企业发展能力分析
- 9、企业华东市场布局分析
- 10、企业向资本平台转变
- 11、企业竞争优势劣势分析
- 12、企业未来发展战略

二、湖北枝江酒业股份有限公司

- 1、企业发展概况
- 2、企业营销渠道及分布
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业经济指标分析
- 5、企业盈利能力分析
- 6、企业运营能力分析
- 7、企业偿债能力分析
- 8、企业发展能力分析
- 9、企业销售平台分析
- 10、企业品牌建设分析

三、四川剑南春集团有限责任公司

- 1、企业发展概况
- 2、企业营销渠道及分布
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业经济指标分析
- 5、企业盈利能力分析
- 6、企业运营能力分析
- 7、企业偿债能力分析
- 8、企业发展能力分析
- 9、企业第二战略核心分析
- 10、企业酿艺技术分析

四、四川水井坊股份有限公司

- 1、企业发展概况
- 2、企业营销渠道及分布
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业经济指标分析
- 5、企业盈利能力分析
- 6、企业运营能力分析
- 7、企业偿债能力分析
- 8、企业发展能力分析
- 9、企业国际化发展分析
- 10、企业投资并购分析
- 11、企业竞争优势分析
- 12、企业未来发展战略

五、四川省绵阳市丰谷酒业有限责任公司

- 1、企业发展概况
- 2、企业营销渠道及分布
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业经济指标分析
- 5、企业盈利能力分析
- 6、企业运营能力分析
- 7、企业偿债能力分析
- 8、企业发展能力分析
- 9、企业项目建设分析
- 10、企业技术创新分析

六、湖北白云边股份有限公司

- 1、企业发展概况
- 2、企业营销渠道及分布
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业经济指标分析
- 5、企业盈利能力分析
- 6、企业运营能力分析
- 7、企业偿债能力分析
- 8、企业发展能力分析
- 9、企业市场竞争力分析
- 10、企业白酒基地建设

七、安徽金种子酒业股份有限公司

- 1、企业发展概况
- 2、企业营销渠道及分布
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业经济指标分析
- 5、企业盈利能力分析
- 6、企业运营能力分析
- 7、企业偿债能力分析
- 8、企业发展能力分析
- 9、企业绿色食品基地建设
- 10、企业五星品牌分析
- 11、企业竞争优势劣势分析
- 12、企业未来发展战略

八、新疆伊力特实业股份有限公司

- 1、企业发展概况
- 2、企业营销渠道及分布
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业经济指标分析
- 5、企业盈利能力分析
- 6、企业运营能力分析
- 7、企业偿债能力分析
- 8、企业发展能力分析
- 9、企业精湛酿造技术分析
- 10、企业新型工业化建设

九、古贝春集团有限公司

- 1、企业发展概况
- 2、企业营销渠道及分布
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业经济指标分析
- 5、企业盈利能力分析
- 6、企业运营能力分析
- 7、企业偿债能力分析
- 8、企业发展能力分析
- 9、企业江北第一酒城分析
- 10、企业创新发展分析
- 11、企业竞争优势分析
- 12、企业未来发展战略

十、四特酒有限责任公司

- 1、企业发展概况
- 2、企业营销渠道及分布
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业经济指标分析
- 5、企业盈利能力分析
- 6、企业运营能力分析
- 7、企业偿债能力分析
- 8、企业发展能力分析
- 9、企业全国化渠道布局分析
- 10、企业新模式塑造分析

11、企业竞争优劣势分析

12、企业未来发展战略

十一、河南省张弓酒业集团有限公司

1、企业发展概况

2、企业营销渠道及分布

3、企业产品结构分析

4、企业经济指标分析

5、企业盈利能力分析

6、企业运营能力分析

7、企业偿债能力分析

8、企业发展能力分析

9、企业发展新布局分析

10、企业销售战略分析

11、企业竞争优劣势分析

12、企业未来发展战略

十二、河南宋河酒业股份有限公司

1、企业发展概况

2、企业营销渠道及分布

3、企业产品结构分析

4、企业经济指标分析

5、企业盈利能力分析

6、企业运营能力分析

7、企业偿债能力分析

8、企业发展能力分析

9、企业电子商务发展分析

10、企业全国布局提速

11、企业竞争优劣势分析

12、企业未来发展战略

十三、泰山酒业集团股份有限公司

1、企业发展概况

2、企业营销渠道及分布

3、企业产品结构分析

4、企业经济指标分析

5、企业盈利能力分析

6、企业运营能力分析

- 7、企业偿债能力分析
- 8、企业发展能力分析
- 9、企业"泰山现象"分析
- 10、企业双品牌发展分析
- 11、企业竞争优势分析
- 12、企业未来发展战略

十四、承德乾隆醉酒业有限责任公司

- 1、企业发展概况
- 2、企业营销渠道及分布
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业经济指标分析
- 5、企业盈利能力分析
- 6、企业运营能力分析
- 7、企业偿债能力分析
- 8、企业发展能力分析
- 9、企业并购重组分析
- 10、企业投资项目分析

十五、内蒙古河套酒业集团股份有限公司

- 1、企业发展概况
- 2、企业营销渠道及分布
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业经济指标分析
- 5、企业盈利能力分析
- 6、企业运营能力分析
- 7、企业偿债能力分析
- 8、企业发展能力分析
- 9、企业竞争优势分析
- 10、企业技术实力分析

十六、湖南酒鬼股份有限公司

- 1、企业发展概况
- 2、企业营销渠道及分布
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业经济指标分析
- 5、企业盈利能力分析
- 6、企业运营能力分析

7、企业竞争优势劣势分析

8、企业发展能力分析

9、企业品牌战略实施

10、企业科研创新分析

十七、安徽口子酒业股份有限公司

1、企业发展概况

2、企业营销渠道及分布

3、企业产品结构分析

4、企业经济指标分析

5、企业盈利能力分析

6、企业运营能力分析

7、企业偿债能力分析

8、企业发展能力分析

9、企业开创新格局分析

10、企业IPO历程分析

11、企业竞争优势劣势分析

12、企业未来发展战略

十八、山东扳倒井股份有限公司

1、企业发展概况

2、企业营销渠道及分布

3、企业产品结构分析

4、企业经济指标分析

5、企业盈利能力分析

6、企业运营能力分析

7、企业多元发展分析

8、企业发展能力分析

9、企业竞争优势劣势分析

10、企业未来发展战略

十九、北京红星股份有限公司

1、企业发展概况

2、企业营销渠道及分布

3、企业产品结构分析

4、企业经济指标分析

5、企业盈利能力分析

6、企业运营能力分析

7、企业偿债能力分析

8、企业发展能力分析

9、企业抢滩养生酒市场分析

10、企业品牌创新分析

二十、河北衡水老白干酿酒（集团）有限公司

1、企业发展概况

2、企业营销渠道及分布

3、企业产品结构分析

4、企业经济指标分析

5、企业盈利能力分析

6、企业运营能力分析

7、企业偿债能力分析

8、企业发展能力分析

9、企业全国性品牌建设

10、企业酿造技艺分析

第五部分 发展前景展望

第十四章 2016-2022年高端白酒行业前景及趋势预测

第一节 2016-2022年高端白酒市场发展前景

一、2016-2022年高端白酒市场发展潜力

二、2016-2022年高端白酒市场发展前景展望

三、2016-2022年高端白酒细分行业发展前景分析

第二节 2016-2022年高端白酒市场发展趋势预测

一、2016-2022年高端白酒行业发展趋势

1、技术发展趋势分析

2、产品发展趋势分析

3、产品应用趋势分析

二、2016-2022年高端白酒市场规模预测

1、高端白酒行业市场容量预测

2、高端白酒行业销售收入预测

三、2016-2022年高端白酒行业应用趋势预测

四、2016-2022年细分市场发展趋势预测

第三节 2016-2022年中国高端白酒行业供需预测

一、2016-2022年中国高端白酒行业供给预测

二、2016-2022年中国高端白酒行业产量预测

三、2016-2022年中国高端白酒市场销量预测

四、2016-2022年中国高端白酒行业需求预测

五、2016-2022年中国高端白酒行业供需平衡预测

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

一、市场整合成长趋势

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测

三、企业区域市场拓展的趋势

四、科研开发趋势及替代技术进展

五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十五章 2016-2022年高端白酒行业投资及风险

第一节 高端白酒行业投资特性分析

一、高端白酒行业进入壁垒分析

二、高端白酒行业盈利因素分析

三、高端白酒行业盈利模式分析

第二节 2016-2022年高端白酒行业发展的影响因素

一、有利因素

二、不利因素

第三节 高端白酒行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

四、高端白酒行业投资现状分析

第四节 2016-2022年高端白酒行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、高端白酒行业投资机遇

第五节 2016-2022年高端白酒行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

第六部分 发展战略研究

第十六章 高端白酒行业发展战略研究

第一节 高端白酒行业发展战略研究

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

第二节 对我国高端白酒品牌的战略思考

一、高端白酒品牌的重要性

二、高端白酒实施品牌战略的意义

三、高端白酒企业品牌的现状分析

四、我国高端白酒企业的品牌战略

五、高端白酒品牌战略管理的策略

第三节 高端白酒经营策略分析

一、高端白酒市场细分策略

二、高端白酒市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、高端白酒新产品差异化战略

第四节 高端白酒行业投资战略研究

一、2016年高端白酒行业投资战略

二、2016-2022年高端白酒行业投资战略

三、2016-2022年细分行业投资战略

图表目录

图表：2014-2015年白酒制造行业工业销售产值

图表：2014-2015年白酒出口情况

图表：2014-2015年白酒进口情况

图表：2014-2015年高端白酒市场规模

图表：2014-2015年贵州省白酒市场规模

图表：2014-2015年四川省白酒市场规模

图表：2014-2015年湖南省白酒市场规模

图表：2014-2015年北京市白酒市场规模

图表：2014-2015年江苏省白酒市场规模

图表：2014-2015年福建省白酒市场规模

图表：2014-2015年广东省白酒市场规模
图表：2014-2015年浙江省白酒市场规模
图表：2014-2015年全球高端白酒行业市场规模
图表：2014-2015年中国高端白酒行业市场规模
图表：2014-2015年高端白酒市场价格走势
图表：2014-2015年公务市场高端白酒市场规模
图表：2014-2015年商务市场高端白酒市场规模
图表：2014-2015年个人市场高端白酒市场规模
图表：2016-2022年白酒销售收入预测
图表：2016-2022年白酒产量预测
图表：2016-2022年白酒销量预测
图表：2016-2022年白酒产销率预测
图表：2016-2022年白酒行业工业总产值预测
图表：2016-2022年白酒行业产成品预测
图表：2016-2022年白酒行业工业销售产值预测
图表：2016-2022年白酒行业主营业务收入预测
图表：2016-2022年白酒行业主营业务成本预测
图表：2016-2022年白酒行业总资产预测
图表：2016-2022年白酒行业利润总额预测
图表：2016-2022年高端白酒市场规模预测
图表：2016-2022年公务市场高端白酒市场规模预测
图表：2016-2022年商务市场高端白酒市场规模预测
图表：2016-2022年个人市场高端白酒市场规模预测
图表详见正文 · · · · · (GY XFT)

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiulei/240807240807.html>