

2018-2023年中国次高端白酒产业市场竞争现状调查与投资价值前景评估报告

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《2018-2023年中国次高端白酒产业市场竞争现状调查与投资价值前景评估报告》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/307591307591.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

1. 次高端逻辑得到进一步的确认，2018 年将继续

2018 年，我们认为次高端增长的逻辑核心未变，进一步得到确认。我们认为，2018 年，次高端的投资逻辑可以继续提炼为：外部景气消费升级提速+治理改善+全国化。

图：次高端为什么处在最好时光

2. 行业景气度提升已是共识，消费升级提速

高端白酒量价是行业是否景气的重要判断指标。2016 年年中以来，茅台酒零售价和批价持续上行，带动五粮液、老窖实际成交价格也在上行，高端白酒报表收入增速持续转好，高端白酒景气分析具有重要意义的预收款项余额也大幅改善，业绩调剂蓄水池蓄水充足。

图：茅台酒的批价持续上行

表：2015-2017 高端酒收入增速向好

图：高端白酒预收款余额持续走高

图：住宿和餐饮不变价格生产总值增长情况

图：批发和零售业 不变价生产总值增长

图：富裕人群的增长，为品牌/次高端及以上白酒消费夯实基础

注：低收入指年人均可支配收入低于13,000 元，中低收入人群指人均可支配收入在1.3 万-6.7 万之间，中高收入指人均年可支配收入在6.7 万-20 万之间，高收入指人均年可支配收入在20 万元以上。

图：城镇居民人均年可支配收入持续增长

观研天下（Insight&InfoConsultingLtd）发布的《2018-2023年中国次高端白酒产业市场竞争现状调查与投资价值前景评估报告》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。

第一章次高端白酒行业相关基础概述及研究机构

1.1次高端白酒的定义及分类

1.1.1次高端白酒的界定

1.1.2次高端白酒的品鉴

1.1.3次高端白酒的分类

1.2次高端白酒行业特点分析

1.2.1市场特点分析

1.2.2行业经济特性

1.2.3行业发展周期分析

1.2.4行业进入风险

1.2.5行业成熟度分析

第二章2015-2017年中国次高端白酒行业市场发展环境分析

2.1中国次高端白酒行业经济环境分析

2.1.1中国经济运行情况

1、国民经济运行情况GDP

2、消费价格指数CPI、PPI

3、全国居民收入情况

4、恩格尔系数

5、工业发展形势

6、酿酒工业发展现状

2.1.2经济环境对行业的影响分析

2.2中国次高端白酒行业政策环境分析

2.2.1行业监管环境

1、中国轻工业联合会

2、全国白酒标准化技术委员会

3、国家酒类及饮料质量监督检验中心

2.2.2行业政策分析

1、《白酒生产许可证审查细则》

2、《全国白酒行业纯粮固态发酵白酒行业规范》

3、《关于进一步加强白酒质量安全监督管理工作的通知》

2.2.3政策环境对行业的影响分析

2.3中国次高端白酒行业社会环境分析

2.3.1行业社会环境

- 1、人口环境分析
- 2、饮酒文化分析
- 3、消费升级分析
- 4、打击三公消费
- 5、大众消费崛起

2.3.2社会环境对行业的影响分析

2.4中国次高端白酒行业技术环境分析

2.4.1次高端白酒酿造工艺分析

- 1、酿造工艺流程分析
- 2、中国次高端白酒行业新工艺研究

2.4.2地理环境对次高端白酒品质的影响分析

第三章中国次高端白酒行业上、下游产业链分析

3.1次高端白酒行业产业链概述

3.1.1产业链定义

3.1.2次高端白酒行业产业链

3.2次高端白酒行业上游-高粱种植产业发展分析

3.2.1高粱种植产业发展现状

3.2.2高粱种植产业供给分析

3.2.3高粱供给价格分析

3.2.4主要供给企业分析

3.3次高端白酒行业下游-消费者消费情况分析

3.3.1居民人均次高端白酒消费情况

3.3.2次高端白酒消费者地域分布情况

3.3.3消费升级下的次高端白酒消费市场

3.3.4次高端白酒消费者品牌忠诚度分析

第四章国际次高端白酒行业市场发展分析

4.12015-2017年国际次高端白酒行业发展现状

4.1.1国际次高端白酒行业发展现状

4.1.2国际次高端白酒行业发展规模

4.22015-2017年国际次高端白酒市场需求研究

4.2.1国际次高端白酒市场需求特点

4.2.2国际次高端白酒市场需求结构

4.2.3国际次高端白酒市场需求规模

4.32015-2017年国际区域次高端白酒行业研究

4.3.1欧洲

4.3.2美国

4.3.3日韩

4.42018-2023年国际次高端白酒行业发展展望

4.4.1国际次高端白酒行业发展趋势

4.4.2国际次高端白酒行业规模预测

4.4.3国际次高端白酒行业发展机会

第五章2015-2017年中国次高端白酒行业发展概述

5.1中国次高端白酒行业发展状况分析

5.1.1中国次高端白酒行业发展阶段

5.1.2中国次高端白酒行业发展总体概况

5.1.3中国次高端白酒行业发展特点分析

5.22015-2017年次高端白酒行业发展现状

5.2.12015-2017年中国次高端白酒行业发展热点

5.2.22015-2017年中国次高端白酒行业发展现状

5.2.32015-2017年中国次高端白酒企业发展分析

5.3重点次高端白酒企业市场份额分析

5.4次高端白酒行业市场集中度分析

5.5中国次高端白酒行业细分市场概况

5.5.1细分市场结构分析

5.5.2高端次高端白酒市场调研

5.5.3中低端次高端白酒市场调研

5.6中国次高端白酒终端市场运作分析

5.6.1产品选择和客户管理

5.6.2公关和培训

5.6.3促销和客户服务

5.6.4激励政策

5.6.5物流管控

5.6.6理货管理和回款管理

5.7次高端白酒市场同质化竞争严重

5.7.1品牌泛滥弱化品牌形象

5.7.2价格体系混乱导致终端价格竞争激烈

5.7.3包装雷同及包装浮夸

5.7.4市场发展方向与居民消费需求脱节

第六章中国次高端白酒行业运行指标分析及预测

6.1中国次高端白酒行业企业数量分析

6.1.12015-2017年中国次高端白酒行业企业数量情况

6.1.22015-2017年中国次高端白酒行业企业竞争结构

6.2中国次高端白酒行业生产成本构成分析

6.32015-2017年中国次高端白酒行业财务指标总体分析

6.3.1行业盈利能力分析

6.3.2行业偿债能力分析

6.3.3行业营运能力分析

6.3.4行业发展能力分析

6.4中国次高端白酒行业市场规模分析及预测

6.4.12015-2017年中国次高端白酒行业市场规模分析

6.4.22018-2023年中国次高端白酒行业市场规模预测

6.5中国次高端白酒行业市场供需分析及预测

6.5.1中国次高端白酒行业市场供给分析

1、2015-2017年中国次高端白酒行业供给规模分析

2、2018-2023年中国次高端白酒行业供给规模预测

6.5.2中国次高端白酒行业市场需求分析

1、2015-2017年中国次高端白酒行业需求规模分析

2、2018-2023年中国次高端白酒行业需求规模预测

第七章中国互联网+次高端白酒行业发展现状及前景

7.1互联网给次高端白酒行业带来的冲击和变革分析

7.1.1互联网时代次高端白酒行业大环境变化分析

7.1.2互联网给次高端白酒行业带来挑战及机遇分析

7.1.3互联网时代次高端白酒营销模式变革分析

7.1.4互联网时代次高端白酒销售渠道变革分析

7.2中国互联网+次高端白酒行业市场发展现状分析

7.2.1中国互联网+次高端白酒行业投资布局分析

1、中国互联网+次高端白酒行业投资切入方式

2、中国互联网+次高端白酒行业投资规模分析

3、中国互联网+次高端白酒行业投资业务布局

7.2.2次高端白酒行业目标客户互联网渗透率分析

7.2.3中国互联网+次高端白酒行业市场规模分析

7.2.4中国互联网+次高端白酒行业竞争格局分析

1、中国互联网+次高端白酒行业参与者结构

2、中国互联网+次高端白酒行业竞争者类型

3、中国互联网+次高端白酒行业市场占有率

7.2.5中国次高端白酒垂直电商平台分析

1、酒仙网

2、酒美网

3、网酒网

4、酒库网

7.2.6中国次高端白酒企业互联网战略案例分析

7.3中国互联网+次高端白酒行业市场趋势预测分析

7.3.1中国互联网+次高端白酒行业市场增长动力分析

7.3.2中国互联网+次高端白酒行业市场发展瓶颈剖析

7.3.3中国互联网+次高端白酒行业市场发展趋势分析

第八章中国次高端白酒行业消费市场运营状况分析

8.1次高端白酒市场消费需求分析

8.1.1次高端白酒市场的消费需求变化

8.1.2次高端白酒行业的需求情况分析

8.1.3次高端白酒品牌市场消费需求分析

8.2次高端白酒消费市场状况分析

8.2.1次高端白酒行业消费特点

8.2.2次高端白酒行业消费结构分析

8.2.3次高端白酒行业消费的市场变化

8.2.4次高端白酒市场的消费方向

8.3次高端白酒行业产品的品牌市场运营状况分析

8.3.1消费者对行业品牌认知度宏观调查

8.3.2消费者对行业产品的品牌偏好调查

8.3.3消费者对行业品牌的首要认知渠道

8.3.4次高端白酒行业品牌忠诚度调查

8.3.5消费者的消费理念调研

第九章中国次高端白酒行业市场竞争格局分析

9.1中国次高端白酒行业竞争格局分析

9.1.1次高端白酒行业区域分布格局

9.1.2次高端白酒行业企业规模格局

9.1.3次高端白酒行业企业性质格局

9.2中国次高端白酒行业竞争五力分析

9.2.1次高端白酒行业上游议价能力

9.2.2次高端白酒行业下游议价能力

9.2.3次高端白酒行业新进入者威胁

9.2.4次高端白酒行业替代产品威胁

9.2.5次高端白酒行业现有企业竞争

9.3中国次高端白酒行业竞争SWOT分析

9.3.1次高端白酒行业优势分析（S）

9.3.2次高端白酒行业劣势分析（W）

9.3.3次高端白酒行业机会分析（O）

9.3.4次高端白酒行业威胁分析（T）

9.4中国次高端白酒行业投资兼并重组整合分析

9.4.1投资兼并重组现状

9.4.2投资兼并重组案例

第十章中国次高端白酒行业领先企业竞争力分析

10.1江苏洋河酒厂股份有限公司竞争力分析

（1）企业概况

（2）主营业务情况分析

（3）公司运营情况分析

（4）公司优劣势分析

10.2宜宾五粮液股份有限公司竞争力分析

（1）企业概况

（2）主营业务情况分析

（3）公司运营情况分析

（4）公司优劣势分析

10.3山西杏花村汾酒厂股份有限公司竞争力分析

（1）企业概况

（2）主营业务情况分析

（3）公司运营情况分析

（4）公司优劣势分析

10.4泸州老窖股份有限公司竞争力分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

10.5安徽口子酒业股份有限公司竞争力分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

10.6四川水井坊股份有限公司竞争力分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

10.7江苏今世缘酒业股份有限公司竞争力分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

10.8河北衡水老白干酒业股份有限公司竞争力分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

10.9四川沱牌舍得酒业股份有限公司竞争力分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

10.10安徽古井贡酒股份有限公司竞争力分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

第十一章2018-2023年中国次高端白酒行业发展趋势与投资机会研究

11.12018-2023年中国次高端白酒行业市场发展潜力分析

11.1.1中国次高端白酒行业市场空间分析

11.1.2中国次高端白酒行业竞争格局变化

11.1.3中国次高端白酒行业互联网+前景

11.22018-2023年中国次高端白酒行业发展趋势分析

11.2.1中国次高端白酒行业品牌格局趋势

11.2.2中国次高端白酒行业渠道分布趋势

11.2.3中国次高端白酒行业市场趋势分析

11.2.4中国次高端白酒行业发展新契机分析

1、新消费

2、新市场

3、新零售

4、新渠道

5、新传播

11.32018-2023年中国次高端白酒行业投资机会与建议

11.3.1中国次高端白酒行业行业前景调研展望

11.3.2中国次高端白酒行业投资机会分析

第十二章2018-2023年中国次高端白酒行业投资分析与风险规避

12.1中国次高端白酒行业关键成功要素分析

12.2中国次高端白酒行业投资壁垒分析

12.3中国次高端白酒行业投资前景与规避

12.3.1宏观经济风险与规避

12.3.2行业政策风险与规避

12.3.3上游市场风险与规避

12.3.4市场竞争风险与规避

12.3.5技术风险分析与规避

12.3.6下游需求风险与规避

12.4中国次高端白酒行业融资渠道与策略

12.4.1次高端白酒行业融资渠道分析

12.4.2次高端白酒行业融资策略分析

第十三章2018-2023年中国次高端白酒行业盈利模式与投资规划建议规划分析

13.1国外次高端白酒行业投资现状及经营模式分析

13.1.1境外次高端白酒行业成长情况调查

13.1.2经营模式借鉴

13.1.3行业投资新趋势动向

13.2中国次高端白酒行业商业模式探讨

13.2.1行业主要商业模式分析

13.2.2次高端白酒行业商业模式创新分析

13.3中国次高端白酒行业投资投资前景规划

13.3.1战略优势分析

13.3.2战略机遇分析

13.3.3战略规划目标

13.3.4战略措施分析

13.4最优投资路径设计

13.4.1投资对象

13.4.2投资模式

13.4.3预期财务状况分析

13.4.4风险资本退出方式

第十四章研究结论及建议

14.1研究结论

14.2建议

14.2.1行业投资策略建议

14.2.2行业投资方向建议

14.2.3行业投资方式建议

图表目录

图表：次高端白酒行业特点

图表：次高端白酒行业生命周期

图表：次高端白酒行业产业链分析

图表：中国GDP增长情况

图表：中国CPI增长情况

图表：中国人口数量及其构成

图表：中国次高端白酒消费年龄段变化分析

图表：中国次高端白酒饮用场所分析

图表：中国次高端白酒不同年龄段饮用时机分析

图表：中国工业增加值及其增长速度

图表：中国城镇居民可支配收入情况

图表：中国高端次高端白酒渗透率及平均饮用量分析

图表：中国高端次高端白酒区域市场调研

图表：中国中低端次高端白酒区域市场调研

（GYWWJP）

图表详见正文

特别说明：观研天下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/307591307591.html>