

2017-2022年中国酒类流通行业市场发展现状及十三五市场商机分析报告

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《2017-2022年中国酒类流通行业市场发展现状及十三五市场商机分析报告》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/279104279104.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

传统物流：受宏观经济影响，物流业业务总量有所下滑，但主营业务利润较为稳定。近年来大宗商品价格指数持续下滑，传统物流面临较大冲击。但供应链效率的提升，也提供了发展机遇。

2014-2016年物流业景气指数：业务总量

2014-2016年物流业景气指数：主营业务利润

快递物流：快递行业持续高增长。网购交易额由于基数变大，增速有所下滑，但增量依旧可观。受益电商崛起，快递行业高速增长，2008-2014年，网购交易额年均复合增长达67%，带动快递业务年均复合增长31%。

2005-2015年网络购物交易额GAGR达73%

快递持续高增长。2016年上半年快递业务量达到133亿件，同比增长57%；业务收入达到1714.7亿元，同比增长43.4%。

2014Q1-2016Q2快递行业规模以上快递业务量（万件）

中国报告网发布的《2017-2022年中国酒类流通行业市场发展现状及十三五市场商机分析报告》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：中国酒类流通行业综述

1.1酒类流通行业概述

1.1.1酒类流通行业界定

1.1.2酒类流通行业地位

1.2酒类企业销售渠道层级

1.2.1酒厂——消费者

1.2.2酒企——零售商——消费者

1.2.3酒类企业——批发商——零售商——消费者

1.2.4酒企业——代理商——批发商——零售商——消费者

1.3酒类企业渠道模式分析

1.3.1全国总代理、总经销制

1.3.2跨区域性的集团分销制

1.3.3区域代理制

1.3.4企业自建销售网络制

1.3.5企业直销零售市场制

1.3.6企业网络直销制

1.4酒类流通行业价值链分析

1.4.1价值链的生产商分析

1.4.2价值链的流通企业分析

1.4.3价值链的消费者分析

1.4.4价值链各参与者关系分析

1.5酒类流通行业特性分析

1.5.1酒类流通周期性特征

1.5.2酒类流通季节性特征

1.5.3酒类流通区域性特征

第二章：中国酒类流通行业发展环境分析

2.1酒类流通行业政策环境分析

2.1.1行业管理体制分析

2.1.2行业主要法律法规

2.1.3行业主要产业政策

2.1.4行业标准制定情况

2.2酒类流通行业经济环境分析

2.2.1国民经济与酒产品产值增长趋势

2.2.2社会消费品零售总额与烟酒零售总额变化

2.2.3居民消费价格总水平与酒类零售价格变化

2.2.4产业结构调整与升级

2.3酒类流通行业技术环境分析

2.3.1物联网技术的发展

2.3.2云计算技术的发展

2.3.3电子数据交换技术的应用

2.3.4可视化技术的应用

2.3.5货物跟踪技术的应用

2.4酒类流通关联行业发展分析

2.4.1餐饮业发展分析

2.4.2酒店行业发展分析

2.4.3商超行业发展分析

2.4.4休闲娱乐行业发展分析

2.4.5物流行业发展分析

第三章：中国酒类产品产销与运营情况分析

3.1酒类总体产销与运营情况

3.1.1酒类产量规模分析

3.1.2酒类消费总额分析

3.1.3酒类进口总额分析

3.1.4酒类出口总额分析

3.2白酒产销与运营情况分析

3.2.1白酒生产情况分析

3.2.2白酒消费情况分析

(1) 白酒消费总量统计

(2) 白酒消费特征调研

(3) 白酒消费趋势分析

3.2.3白酒行业经营情况

(1) 白酒行业销售收入

(2) 白酒平均售价走势

(3) 白酒行业经营效益

3.3葡萄酒产销与运营情况分析

3.3.1葡萄酒生产情况分析

3.3.2葡萄酒消费情况分析

(1) 葡萄酒消费总量统计

(2) 葡萄酒消费特征调研

(3) 葡萄酒消费趋势分析

3.3.3葡萄酒投资需求分析

3.3.4葡萄酒行业经营情况

(1) 葡萄酒行业销售收入

(2) 葡萄酒平均售价走势

(3) 葡萄酒行业经营效益

3.4洋酒进口与消费特征分析

3.4.1国外酒类市场现状

3.4.2不同酒类进口情况

(1) 白酒进口情况分析

- (2) 葡萄酒进口情况分析
- (3) 黄酒进口情况分析
- (4) 啤酒进口情况分析
- (5) 其它烈酒进口情况分析
- 3.4.3进口酒类消费特征
- 3.4.4进口酒类消费趋势
- 3.5黄酒产销与运营情况分析
- 3.5.1黄酒生产情况分析
- 3.5.2黄酒消费情况分析
 - (1) 黄酒消费总量统计
 - (2) 黄酒消费特征调研
 - (3) 黄酒消费趋势分析
- 3.5.3黄酒行业经营情况
 - (1) 黄酒行业销售收入
 - (2) 黄酒平均售价走势
 - (3) 黄酒行业经营效益
- 3.6啤酒产销与运营情况分析
- 3.6.1啤酒生产情况分析
- 3.6.2啤酒消费情况分析
 - (1) 啤酒消费总量统计
 - (2) 啤酒消费特征调研
 - (3) 啤酒消费趋势分析
- 3.6.3啤酒行业经营情况
 - (1) 啤酒行业销售收入
 - (2) 啤酒平均售价走势
 - (3) 啤酒行业经营效益
- 第四章：中国酒类流通行业发展现状分析
- 4.1酒类流通渠道变革历程
 - 4.1.1传统流通渠道时代
 - 4.1.2厂商自建渠道时代
 - 4.1.3酒类连锁经营时代
 - 4.1.4酒类电子商务时代
- 4.2酒类流通行业发展现状
 - 4.2.1酒类流通行业发展规模
 - 4.2.2酒类流通行业发展特点

4.2.3酒类细分产品流通现状

- (1) 白酒流通市场分析
- (2) 葡萄酒流通市场分析
- (3) 洋酒流通市场分析
- (4) 黄酒流通市场分析
- (5) 啤酒流通市场分析

4.3酒类批发分销发展现状

- 4.3.1酒类批发业发展历程
- 4.3.2酒类批发业发展现状
- 4.3.3酒类批发业主要问题
- 4.3.4酒类批发业发展趋势

4.4酒类零售市场发展现状

- 4.4.1酒类零售市场发展历程
- 4.4.2酒类零售业态主要类型
 - (1) 酒类产品购买终端
 - (2) 酒类产品饮用终端
- 4.4.3酒类零售业态格局划分
- 4.4.4酒类零售市场主要特点
- 4.4.5酒类零售市场发展趋势

4.5酒类流通行业竞争强度

- 4.5.1制造商与流通企业竞争
- 4.5.2行业波特五力模型分析
 - (1) 现有企业之间的竞争
 - (2) 上游供应商议价能力
 - (3) 下游客户议价能力
 - (4) 行业潜在进入者威胁
 - (5) 行业替代品威胁

4.6酒类流通行业发展方向

- 4.6.1品牌驱动市场战略模式
- 4.6.2酒类零售连锁运作模式
- 4.6.3酒类电子商务运作模式
- 4.6.4产业链延伸模式
- 4.6.5酒业流通的“金融化”升级
 - (1) 酒类金融化现状
 - (2) 酒类金融化下的发展机会

(3) 酒类金融化发展趋势

第五章：中国酒类连锁经营模式分析

5.1 酒类连锁经营兴起背景

5.1.1 酒类连锁经营本质特征

5.1.2 酒类连锁经营背景分析

5.1.3 酒类连锁经营兴起原因

5.2 酒类连锁经营主要特点

5.2.1 酒类连锁企业采购渠道

5.2.2 酒类连锁企业物流体系

5.2.3 酒类连锁企业品质保障

5.2.4 酒类连锁企业增值服务

5.3 酒类连锁经营发展现状

5.3.1 酒类连锁经营市场概况

5.3.2 酒类连锁经营市场规模

5.3.3 酒类连锁经营效益水平

5.3.4 酒类连锁经营市场格局

5.3.5 酒类连锁经营发展趋势

5.4 酒类连锁经营模式分析

5.4.1 直营连锁模式分析

(1) 直营连锁模式核心特征

(2) 直营连锁模式优劣势分析

(3) 直营连锁模式代表企业

5.4.2 合作店（加盟店）连锁

(1) 合作店连锁模式核心特征

(2) 合作店连锁模式优劣势分析

(3) 合作店连锁模式代表企业

5.4.3 合资连锁模式分析

(1) 合资连锁模式核心特征

(2) 合资连锁模式优劣势分析

(3) 合资连锁模式代表企业

5.4.4 特许连锁模式分析

(1) 特许连锁模式核心特征

(2) 特许连锁模式优劣势分析

(3) 特许连锁模式代表企业

5.4.5 复合连锁模式分析

5.5酒类连锁经营困局

5.5.1选址遭遇新挑战

5.5.2产品组合难题

5.5.3顾客管理缺失

5.5.4新兴渠道难以维护

5.5.5差异化难有新意

5.6酒类连锁经营战略出路

5.6.1酒类连锁经营成功因素

5.6.2酒类连锁品类管理策略

(1) 酒类品类管理主要误区

(2) 酒类连锁品类管理法则

(3) 酒类连锁品类战略制定

(4) 酒类连锁品类管理战术

5.6.3酒类连锁经营扩张路径

(1) 全国化扩张条件与特点

(2) 区域性扩张条件与特点

5.6.4酒类连锁经营战略选择

(1) 采取“集中经营”战略

(2) 重新考虑“客户的选择”

(3) 扩大客户的采购量

(4) 提高执行效率

第六章：中国酒类电子商务模式分析

6.1传统线下酒类零售模式弊端

6.1.1线下酒类零售供应链

6.1.2线下酒类零售主要问题

6.2酒类电子商务渠道优势及其发展

6.2.1酒类电子商务发展基础

6.2.2酒类电子商务优势分析

6.2.3酒类电子商务网站数量

6.2.4酒类网购交易市场现状

(1) 酒类网购用户规模

(2) 酒类网购市场规模

(3) 酒类网购市场渗透率

(4) 酒类网购品类结构

6.2.5酒类电子商务经营效益

6.2.6不同酒类电子商务现状

- (1) 白酒电子商务现状
- (2) 葡萄酒电子商务现状
- (3) 洋酒电子商务现状
- (4) 黄酒电子商务现状
- (5) 啤酒电子商务现状

6.3酒类电子商务发展模式分析

6.3.1酒类电子商务发展模式

- (1) 综合性网上商城平台
- (2) 酒企自建电商平台
- (3) 酒类专业电商平台
- (4) 酒类B2B电商平台

6.3.2酒类电子商务平台合作趋势

6.4酒类电子商务内外部竞争分析

6.4.1酒类电子商务市场格局

6.4.2酒类电子商务竞争特点

6.4.3酒类电子商务竞争要素

- (1) 品牌宣传成本
- (2) 商品供应成本
- (3) 产品管理成本
- (4) 物流配送成本
- (5) 售后服务成本

6.4.4与传统酒类渠道商的竞争

- (1) 酒类电商对传统渠道商的影响
- (2) 传统渠道商与电商之间的抗衡

6.5酒类电子商务B2C成功案例分析

6.5.1酒仙网

- (1) 企业发展简介
- (2) 企业供应链管理
- (3) 企业营销体系搭建
- (4) 企业物流配送体系
- (5) 企业售后服务体系

6.5.2也买酒

- (1) 企业发展简介
- (2) 企业供应链管理

(3) 企业营销体系搭建

(4) 企业物流配送体系

(5) 企业售后服务体系

6.5.3 品尚红酒

(1) 企业发展简介

(2) 企业供应链管理

(3) 企业营销体系搭建

(4) 企业物流配送体系

(5) 企业售后服务体系

6.5.4 茅台网上商城

(1) 企业发展简介

(2) 企业产品价格策略

(3) 企业营销体系搭建

(4) 企业物流配送体系

(5) 企业售后服务体系

6.6 酒类电子商务网站发展策略

6.6.1 酒类电子商务面临的瓶颈

6.6.2 酒类电子商务成功的关键

6.6.3 酒类企业开展电商的策略

(1) 发展电子商务先决条件

(2) 企业电子商务平台搭建

(3) 企业电子商务运作建议

6.6.4 酒类专业电商平台发展策略

6.6.5 酒类电商与传统渠道的平衡

6.6.6 酒业电商发展前瞻——渠道3.0时代

(1) 盈利模式升级

(2) 价值链体系变迁

第七章：中国酒类流通标杆企业商业模式分析

7.1 酒类流通企业商业模式概述

7.1.1 酒类流通企业商业模式种类

7.1.2 酒类流通企业商业模式比较分析

7.1.3 酒类流通企业商业模式核心要素

7.2 粤强酒业商业模式分析

7.2.1 企业发展历程

7.2.2 企业商业模式分析

- (1) 企业定位
- (2) 企业业务系统
- (3) 企业关键资源能力
- (4) 企业盈利模式
- (5) 企业现金流结构
- (6) 企业价值

7.2.3企业商业模式总结

7.3华致酒行商业模式分析

7.3.1企业发展历程

7.3.2企业商业模式分析

- (1) 企业定位
- (2) 企业业务系统
- (3) 企业关键资源能力
- (4) 企业盈利模式
- (5) 企业现金流结构
- (6) 企业价值

7.3.3企业商业模式总结

7.4名品世家商业模式分析

7.4.1企业发展历程

7.4.2企业商业模式分析

- (1) 企业定位
- (2) 企业业务系统
- (3) 企业关键资源能力
- (4) 企业盈利模式
- (5) 企业现金流结构
- (6) 企业价值

7.4.3企业商业模式总结

7.5华泽集团商业模式分析

7.5.1企业发展历程

7.5.2企业商业模式分析

- (1) 企业定位
- (2) 企业业务系统
- (3) 企业关键资源能力
- (4) 企业盈利模式
- (5) 企业现金流结构

（6）企业价值

7.5.3企业商业模式总结

第八章：中国酒类流通企业核心能力与发展战略

8.1新环境下流通职能的定位

8.1.1价值链中角色的转化

（1）生产商角色的转化

（2）流通企业角色的转化

（3）消费者角色的转化

8.1.2新价值链中流通企业角色

（1）面向生产商所需能力

（2）面向消费者所需能力

（3）面向同业竞争者所需能力

8.2酒类流通企业核心能力分析

8.2.1终端建设能力

8.2.2网络管理能力

8.2.3与供应商的谈判能力

8.2.4品牌建设与推广

8.2.5物流与配送系统建设

8.2.6服务体系建设

8.2.7信息系统建设

8.3酒类流通企业的发展战略

8.3.1酒类流通企业远景

8.3.2酒类流通企业战略目标

8.3.3酒类流通企业资源战略

（1）网络资源

（2）资金

（3）人力资源

（4）自购/外取策略

8.3.4酒类流通企业业务战略

（1）地理维度

（2）产品市场维度

8.3.5酒类流通企业组织战略

第九章：中国酒类流通行业发展前景与投资机会分析

9.1酒类流通行业发展前景预测

9.1.1酒类产品需求潜力分析

9.1.2酒类流通行业影响因素

- (1) 影响行业发展的有利因素
- (2) 影响行业发展的不利因素

9.1.3酒类流通行业前景预测

- (1) 酒类流通行业发展前景预测
- (2) 酒类连锁经营发展前景预测
- (3) 酒类电子商务发展前景预测

9.2酒类流通行业并购重组分析

9.2.1酒类流通行业并购重组案例

9.2.2酒类流通行业并购重组特征

9.2.3酒类流通行业并购重组趋势

9.3酒类流通行业资本运作情况

9.3.1酒类流通企业投融资事件

9.3.2酒类流通企业投资方向

9.3.3酒类流通企业投资预测

9.4酒类流通行业投资机会分析

9.4.1酒类流通行业投资价值

9.4.2酒类流通行业投资机会

9.4.3酒类流通行业进入壁垒

9.4.4酒类流通行业风险预警

第十章：中国酒类生产与流通领域领先企业经营分析

10.1酒类生产品牌企业经营情况分析

10.1.1宜宾五粮液股份有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营产品概况
- (3) 公司运营情况
- (4) 公司优劣势分析

10.1.2贵州茅台酒股份有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营产品概况
- (3) 公司运营情况
- (4) 公司优劣势分析

10.1.3泸州老窖股份有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

10.1.4江苏洋河酒厂股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

10.1.5湖北稻花香酒业股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

10.1.6湖北枝江酒业股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

10.1.7四川剑南春(集团)有限责任公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

10.1.8四川郎酒集团有限责任公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

10.1.9山西杏花村汾酒厂股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

10.1.10安徽古井贡酒股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

10.1.11烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

10.1.12王朝酒业集团有限公司

10.1.13中粮长城葡萄酒(烟台)有限公司

10.1.14烟台威龙葡萄酒股份有限公司

10.1.15中国长城葡萄酒有限公司

10.1.16通化葡萄酒股份有限公司

10.1.17中信国安葡萄酒业股份有限公司

10.1.18烟台张裕卡斯特酒庄有限公司

10.1.19甘肃莫高实业发展股份有限公司

10.1.20浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司

10.2酒类流通行业领先企业经营分析

10.2.1广东粤强酒业有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

10.2.2福建吉马集团有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

10.2.3名品世家(北京)酒业连锁有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

10.2.4华泽集团有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

10.2.5 商源集团有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

10.3 酒类电子商务领先企业经营分析

10.3.1 酒仙网

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

10.3.2 也买酒网

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

10.3.3 品尚红酒

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

10.3.4 酒美网

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

10.3.5 酒酷网

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

部分图表目录：

图表1：酿酒行业价值链简图

图表2：酒类流通价格占终端价格的比重（单位：%）

图表3：酒类企业零售渠道模式

图表4：酒类企业零售渠道模式优劣势分析

图表5：酒类企业一级渠道模式

图表6：酒类企业一级渠道模式优劣势分析

图表7：酒类企业二级渠道模式

图表8：酒类企业二级渠道模式优劣势分析

图表9：酒类企业三级渠道模式

图表10：酒类企业三级渠道模式优劣势分析

图表11：酒类销售的价值链条

图表12：酒类流通行业价值链利润分布图

图表13：大型流通企业与酒类生产商的关系图

图表14：酒类流通行业主要法律法规

图表15：酒类流通行业主要产业政策

图表16：酒类流通行业相关标准

图表17：2014-2016年6月国民经济与酒类增长趋势（单位：%）

图表18：以来居民消费价格指数与饮料、烟酒零售价格指数变化趋势（单位：%）

图表19：物联网的四大关键领域

图表20：物流可视化的流程图

（GYZX）

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/279104279104.html>