

2018年中国高端白酒市场分析报告- 行业深度调研与发展前景研究

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国高端白酒市场分析报告-行业深度调研与发展前景研究》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：<https://baogao.chinabaogao.com/jiulei/369775369775.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: sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

（1）茅台：系列酒高增，量价平稳拉长景气周期

货量平稳均价仍有空间，系列酒高增势头强劲。Q1 酒类收入 174.53 亿元，同增 31.22%，茅台酒收入 157.65 亿元同增 27.5%，18 年起茅台酒出厂价提升 9%-25%，若按平均提价 18% 计算，吨价由去年 167 万元提升至 197 万元，则报表发货量约 8000 吨，考虑预收款环减 12 亿，则实际发货量约 7700 吨较去年发货量同增近 4%，调研显示 Q2 淡季发货情况较稳定，预计不会出现去年同期较大波动，且随着生肖酒等非标销售延展和直销比例提升，均价提升幅度仍有空间。当前茅台发货收款节奏稳健，渠道库存不足半月，维持供需紧平衡状态，批价回归至 1600-1650 元区间，未来发货稳定投放利于渠道销售有序展开，减少价格波动风险。18Q1 系列酒收入 16.88 亿元同增 80.5%，系列酒借力品牌和渠道优势获爆发式增长，18 年系列酒含税销售目标 80 亿，并通过 2 年扩产至 5 万吨保证系列酒基酒产能。

强化云商战略，规范化经销商管理，延续景气周期。随着未来继续强化云商 2.0 战略，直销比例提升及云商较高指导价有望抬升均价。公司进一步优化线上网络营销渠道，携手京东加大推广酱香酒，向阿里学习大数据建设，上线茅台酱香酒网易购海购旗舰店。近期公司亦强化对于稳定渠道价格、规范管理的态度，继三月底明确违反规定的三种行为将被直接解除经销商合同，4 月份对部分经销商进行处罚，渠道管理日趋规范，有助于白酒市场稳定增长、景气周期延续。公司茅台酒量稳价增稳健发展延续景气周期，系列酒高增势头强劲贡献增量。茅台产能稳步建设，未来规划茅台酒与系列酒比例 1:1，系列酒成为收入贡献重要来源；茅台前 4 月延续高增势头，营收增 47%，利润增 55%。

（2）五粮液：量价齐升拉动收入，产品矩阵渠道建设逐步完善

2018Q1 公司实现收入 138.98 亿元，同增 36.80%，归母净利润 49.71 亿元，同增 38.35%。长期愿景指引十三五末收入超 600 亿、五粮液市场投放量 3 万吨。近期股东大会上亦再次表示今年营收业绩预计上一台阶，利润增长 30% 以上，今年量有望同比增加。2017 年五粮液系列销量约 1.8 万吨同增约 12%，提价贡献增长约 15%；2018 年销量计划达 2 万吨，目前按计划内外价格 739/839 元 1:1 匹配均价达 789 元，18Q1 五粮液产品回款完成全年 50%，动销占全年投放量的 30% 左右，一批价约为 820-830 元左右，近期公司再次停货保价，同时加强对渠道和票据政策的调整管控，不断优化供需关系，批价仍有上挺空间。

公司持续推动主力产品“1+3”、“4+4”品牌聚焦发展策略。进一步强化高端空白和系列酒次高端发展潜力，通过水晶瓶升级、包装替代持续拉高产品结构；高端化层面，借助明清窖池资源优势推广超高端产品；时尚化层面，基于公司低度优势，把低度品类进行独立定位思考和产品研发；国际化层面，与英国公司签订协议推进，以国际视野完成推进。另外，公司针对系列酒强化梳理、制定标准，完成次高端、中端、低端白酒的布局，持续重点推进“4+4”品牌聚焦策略，淘汰贡献价值低的品牌，系列酒从 130 个品牌梳理到 49 个，老品牌库存

消化梳理后现有品牌的市场认知度仍有提升空间，下一步计划创新营销模式。今年系列酒计划完成百亿目标，重点品牌目标规划增长 50%以上，目前发展良好，增长速度匹配规划，未来核心单品计划贡献 20 亿以上。

未来计划加快建设三大平台（数字化物流平台、全渠道互联网平台、大数据营销决策平台，促进营销体系升级。其中数字化物流平台拟解决目前商家管理、库存管理、市场秩序管理问题，实施三个月以来已实现自动化跟踪，进入设备监测、成本分析阶段，预计今年底能建成。全渠道互联网平台，提供商家、终端、消费者的营销管理，通过平台及时反馈和完善企业工作，感知消费者场景和变化，建立消费者、终端、经销商大数据体系，目前已经完成调研规划设计。此外，基于前两个平台发展的精细度打造大数据营销决策平台，智能化管理促进公司营销体系转型和升级。

图：五粮液走势

数据来源：公开数据整理

区域贡献度高，推动相关品牌合作集中发展。从区域经济来看，四川产业具有 42 个细分行业，其中食品饮料行业对经济的贡献度最高，当前 7200 亿规模中白酒产业销售贡献约 1/3、利润贡献约 1/2，五粮液在白酒产业中贡献超 1/3，公司在四川区域优势和竞争力明显。而四川浓香型白酒品牌资源丰富，区域品牌战略性整合趋势加强，公司对相关白酒优质品牌资源的合作上亦有考量和计划，有利于未来品牌相对集中发展，符合行业整体长期趋势。

（3）泸州老窖：挺价预期强，品牌发展架构清晰

挺价预期强，1573 高增，加快特曲发展。公司力争 18 年收入同增 25%，一季度增速略超全年指引，业绩在消费税率提升下仍保持稳健增长。公司通过聚焦单品、成立品牌事业部，推动核心品牌快速发展：国窖 1573 提升至“浓香国酒”高度，去年提结算价至 740/810 元（计划外），零售价提至 969 元，保证渠道价差提供放量动力。根据近期调研及部分媒体报道，国窖 1573 在四川湖南等部分区域实行淡季停货，公司着力控制价盘、设 840 元的团购价底价红线，配额制维持批价及渠道价差稳定，品牌价值坚挺下看好 1573 今年保持 50%增速冲击百亿目标（含税）。中端窖龄及特曲系列 2017 年调整到位，未来 200 元价格带将成重点战场，公司亦将分配更多资源重振特曲系列，目前特曲价位偏低挺价预期较强，近期已对特曲 60 零售价上涨 18 元至 498 元，提价 3.75%继续抢占 500 元价位带，量价齐升下特曲系列力争完成全年 50 亿销售；窖龄系列聚焦 60 年实现补位发展，冲击 20 亿目标。此外头二曲巩固根基，养生酒、创新酒积极研发及运营推广均有望贡献增量，塔基产品定位“大众消费第一品牌”。各区域差异化布局，积极营销释放品牌价值。公司采取保西南、争华东、剑指华南的区域策略，在西南、西北、华北等强势地区进一步巩固优势，发力营销落地、直控终端，不断加强团购及烟酒店渠道建设，保证经销商质量。而在华东/华南等相对弱势地区积极拓展经销商资源。营销方面开启品牌文化建设，特曲秉持“浓香正宗、中国味道”，国窖 1573 定位“浓香国酒”，窖龄酒坚持“商务精英用酒”，覆盖多层次消费人群，品牌价值有望持续释放。公司产品定位清晰，1573 高增叠加特曲快速复苏，目标冲刺白酒前。

(WW)

观研天下发布的《2018年中国高端白酒市场分析报告-行业深度调研与发展前景研究》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。

【报告大纲】

第一章 2016-2018年中国高端白酒行业发展概述

第一节 高端白酒行业发展情况概述

- 一、高端白酒行业相关定义
- 二、高端白酒行业基本情况介绍
- 三、高端白酒行业发展特点分析

第二节 中国高端白酒行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、高端白酒行业产业链条分析
- 三、中国高端白酒行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国高端白酒行业生命周期分析

- 一、高端白酒行业生命周期理论概述
- 二、高端白酒行业所属的生命周期分析

第四节 高端白酒行业经济指标分析

- 一、高端白酒行业的赢利性分析
- 二、高端白酒行业的经济周期分析
- 三、高端白酒行业附加值的提升空间分析

第五节 国中高端白酒行业进入壁垒分析

- 一、高端白酒行业资金壁垒分析
- 二、高端白酒行业技术壁垒分析
- 三、高端白酒行业人才壁垒分析
- 四、高端白酒行业品牌壁垒分析
- 五、高端白酒行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球高端白酒行业市场发展现状分析

第一节 全球高端白酒行业发展历程回顾

第二节 全球高端白酒行业市场区域分布情况

第三节 亚洲高端白酒行业地区市场分析

- 一、亚洲高端白酒行业市场现状分析
- 二、亚洲高端白酒行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲高端白酒行业市场前景分析

第四节 北美高端白酒行业地区市场分析

- 一、北美高端白酒行业市场现状分析
- 二、北美高端白酒行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美高端白酒行业市场前景分析

第五节 欧盟高端白酒行业地区市场分析

- 一、欧盟高端白酒行业市场现状分析
- 二、欧盟高端白酒行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟高端白酒行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界高端白酒行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球高端白酒行业市场规模预测

第三章 中国高端白酒产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品高端白酒总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节中国高端白酒行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节中国高端白酒产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国高端白酒行业运行情况

第一节 中国高端白酒行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国高端白酒行业市场规模分析

第三节 中国高端白酒行业供应情况分析

第四节 中国高端白酒行业需求情况分析

第五节 中国高端白酒行业供需平衡分析

第六节 中国高端白酒行业发展趋势分析

第五章 中国高端白酒所属行业运行数据监测

第一节 中国高端白酒所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国高端白酒所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国高端白酒所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2016-2018年中国高端白酒市场格局分析

第一节 中国高端白酒行业竞争现状分析

一、中国高端白酒行业竞争情况分析

二、中国高端白酒行业主要品牌分析

第二节 中国高端白酒行业集中度分析

一、中国高端白酒行业市场集中度分析

二、中国高端白酒行业企业集中度分析

第三节 中国高端白酒行业存在的问题

第四节 中国高端白酒行业解决问题的策略分析

第五节 中国高端白酒行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2016-2018年中国高端白酒行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国高端白酒行业消费特点

第二节 中国高端白酒行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 高端白酒行业成本分析

第四节 高端白酒行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国高端白酒行业价格现状分析

第六节 中国高端白酒行业平均价格走势预测

一、中国高端白酒行业价格影响因素

二、中国高端白酒行业平均价格走势预测

三、中国高端白酒行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国高端白酒行业区域市场现状分析

第一节 中国高端白酒行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区高端白酒市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区高端白酒市场规模分析

四、华东地区高端白酒市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区高端白酒市场规模分析

四、华中地区高端白酒市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区高端白酒市场规模分析

第九章 2016-2018年中国高端白酒行业竞争情况

第一节 中国高端白酒行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国高端白酒行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国高端白酒行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 高端白酒行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章 2018-2024年中国高端白酒行业发展前景分析与预测

第一节中国高端白酒行业未来发展前景分析

一、高端白酒行业国内投资环境分析

二、中国高端白酒行业市场机会分析

三、中国高端白酒行业投资增速预测

第二节中国高端白酒行业未来发展趋势预测

第三节中国高端白酒行业市场发展预测

一、中国高端白酒行业市场规模预测

二、中国高端白酒行业市场规模增速预测

三、中国高端白酒行业产值规模预测

四、中国高端白酒行业产值增速预测

五、中国高端白酒行业供需情况预测

第四节中国高端白酒行业盈利走势预测

一、中国高端白酒行业毛利润同比增速预测

二、中国高端白酒行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国高端白酒行业投资风险与营销分析

第一节 高端白酒行业投资风险分析

一、高端白酒行业政策风险分析

二、高端白酒行业技术风险分析

三、高端白酒行业竞争风险

四、高端白酒行业其他风险分析

第二节 高端白酒行业企业经营发展分析及建议

一、高端白酒行业经营模式

二、高端白酒行业销售模式

三、高端白酒行业创新方向

第三节 高端白酒行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2018-2024年中国高端白酒行业发展策略及投资建议

第一节 中国高端白酒行业品牌战略分析

一、高端白酒企业品牌的重要性

二、高端白酒企业实施品牌战略的意义

三、高端白酒企业品牌的现状分析

四、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

第二节 中国高端白酒行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国高端白酒行业战略综合规划分析

- 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

第十四章 2018-2024年中国高端白酒行业发展策略及投资建议

第一节中国高端白酒行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国高端白酒行业定价策略分析

第三节中国高端白酒行业营销渠道策略

- 一、高端白酒行业渠道选择策略
- 二、高端白酒行业营销策略

第四节中国高端白酒行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国高端白酒行业重点投资区域分析
- 二、中国高端白酒行业重点投资产品分析

图表详见正文.....

详细请访问：<https://baogao.chinabaogao.com/jiulei/369775369775.html>