

2020-2025年中国高档白酒行业市场前景预测及投资战略研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国高档白酒行业市场前景预测及投资战略研究报告》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：<https://www.huaon.com/detail/480692.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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

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 中国白酒行业发展相关概述	14
第一节 中国白酒行业的分类与特性	14
一、白酒概念及分类	14
二、白酒香型的介绍	15
三、白酒行业的特征	16
四、白酒行业市场特性	17
第二节 中国白酒行业发展历程与现状	18
一、白酒行业发展历程	18
二、白酒酿造技术现状	21
三、白酒行业发展现状	23
四、白酒行业地位概述	24
五、白酒发展路径深化	24
第二章 中国白酒行业运行情况分析	26
第一节 中国白酒制造行业发展分析	26
一、中国白酒制造行业发展概况	26
二、中国白酒制造行业发展概况	27
三、中国白酒制造行业发展概况	28
第二节 中国白酒制造行业规模分析	29
一、企业数量增长分析	29
二、资产规模增长分析	30
三、销售规模增长分析	31
四、利润规模增长分析	32
第三节 中国白酒制造行业成本费用分析	33
一、销售成本统计	33
二、主要费用统计	34

第四节 中国白酒制造行业运营效益分析34

一、偿债能力分析34

二、盈利能力分析35

三、运营能力分析37

第三章 中国高端白酒市场发展分析39

第一节 中国高端白酒市场特征分析39

一、高端白酒市场特征分析39

二、高端白酒的消费特征39

三、高端白酒的销售规模40

四、高端白酒的市场调查40

五、高端白酒进入壁垒分析42

第二节 中国高端白酒市场发展情况分析43

一、高档白酒行业陷入寒冬43

二、高档白酒日益走向奢侈化43

三、茅台斥资打造RFID溯源体系44

四、二线品牌洗牌初显端倪44

第三节 中国高端白酒供需情况分析45

第四节 中国高端白酒市场发展趋势分析46

第五节 中国酱香型白酒市场发展分析及预测47

一、酱香型白酒市场发展现状分析47

二、仁怀将建成最大酱香型白酒生产基地48

三、酱香型白酒的发展优势49

四、酱香型白酒的发展前景预测50

第四章 中国高端白酒分区域市场分析51

第一节 华北地区高端白酒市场51

一、华北市场概述51

二、北京白酒市场51

三、天津白酒市场52

四、河北白酒市场53

五、山西白酒市场54

六、内蒙古白酒市场55

第二节 华东地区高端白酒市场57

一、华东地区市场概述57

二、上海白酒市场57

三、山东白酒市场58

四、江苏白酒市场60

五、浙江白酒市场61

六、安徽白酒市场63

七、江西白酒市场64

八、福建白酒市场65

第三节 华南地区高端白酒市场66

一、华南市场概述66

二、广东白酒市场66

三、广西白酒市场68

四、海南白酒市场68

第四节 华中地区高端白酒市场68

一、华中市场概述68

二、河南白酒市场69

三、湖南白酒市场71

四、湖北白酒市场72

第五节 东北地区高端白酒市场74

一、东北地区概述74

二、黑龙江白酒市场74

三、吉林白酒市场76

四、辽宁白酒市场77

第六节 西北地区高端白酒市场78

一、西北地区市场概述78

二、陕西白酒市场78

三、甘肃白酒市场81

第七节 西南地区高端白酒市场84

一、西南市场概述84

二、四川白酒市场84

三、重庆白酒市场85

四、贵州白酒市场86

五、云南白酒市场88

第五章 中国高端白酒消费者分析89

第一节 高端白酒消费者市场89

- 一、高端白酒消费市场发展概况89
 - 二、白酒市场消费量情况分析90
 - 第二节 白酒消费者购买行为分析90
 - 一、白酒消费者购买行为模式90
 - 二、影响白酒购买的因素分析91
 - 三、白酒消费者购买渠道分析92
 - 第二节 白酒消费者购买特征分析92
 - 一、白酒消费者的核心特征92
 - (一) 扮演重要的社会角色92
 - (二) 有足够的经济实力93
 - (三) 拥有完备的社交圈93
 - 二、白酒主流消费群体的饮用习惯94
 - (一) 喝酒频率94
 - (二) 喝酒场合94
 - (三) 喝酒程度94
 - 三、白酒主流消费者消费观念95
 - (一) 关键购买因素95
 - (二) 不同场合价格定位95
 - (三) 最受消费者欢迎的包装96
 - 第三节 中产阶级白酒消费群体分析97
 - 一、中产阶级扩大带来的机会97
 - 二、中产阶级的消费特征97
 - 三、中产阶级市场竞争策略99
 - 第四节 “80后”白酒消费群体分析101
 - 一、“80后”是未来的主流消费群体101
 - 二、“80后”群体的消费特征分析101
 - 三、白酒企业面对“80后”创新策略102
 - 第五节 白酒消费行为的价值体现及营销启示104
 - 一、白酒消费行为特点104
 - 二、白酒消费行为的价值体现105
 - 三、白酒消费行为价值体现的营销启示106
 - 第六节 白酒行业重要动态分析108
-
- 第六章 高端白酒营销策略分析110
 - 第一节 白酒的需求特质与渠道110

- 一、白酒行业需求特质分析110
- 二、需求特质影响下白酒营销模式及渠道方式111
- 三、需求特质与白酒企业的战略选择112
- 第二节 白酒营销形势分析114
 - 一、白酒市场基本营销模式114
 - 二、白酒营销的分层化趋势114
 - 三、白酒行业未来营销趋势116
- 第三节 白酒营销渠道分析118
 - 一、市场销售渠道结构情况118
 - 二、白酒行业销售渠道现状118
 - 三、白酒新兴销售渠道分析122
- 第四节 白酒价格营销策略分析123
- 第五节 白酒广告策略分析125
 - 一、白酒广告目标制定分析125
 - 二、白酒广告预算决策分析127
 - 三、白酒广告信息传递分析128
 - 四、白酒广告媒介决策分析129
 - 五、白酒广告效果评价分析130
 - 六、酒类广告投放态势分析131
 - (一) 酒类广告投放增长率131
 - (二) 白酒行业增速放缓132
 - (三) 酒类报刊广告投放top10企业132
- 第六节 高端白酒文化营销策略分析133
 - 一、浅析白酒如何注入新文化133
 - 二、契合文化的白酒品牌想象力135
 - 三、高端白酒文化营销策略分析136
- 第七节 高端白酒营销策略分析136
 - 一、浅谈高端白酒的营销定位136
 - 二、专业酒展推动高端白酒营销137
 - 三、高端白酒营销的根据地之战138
 - 四、高端白酒招商策略分析139
- 第八节 高端白酒的形成路径分析140
 - 一、五粮液的多品牌延伸战略和品牌瘦身战略140
 - 二、茅台的单品牌战略与单品牌延伸战略141
 - 三、泸州老窖的双品牌发展战略141

第十节 高端白酒买断品牌营销策略分析141

第七章 高端白酒行业竞争状况分析143

第一节 中国白酒行业竞争分析143

- 一、国内白酒业市场竞争概况143
- 二、白酒行业集中度分析143
- 三、白酒行业竞争差异分析145
- 四、白酒市场竞争特征分析145
- 五、白酒行业市场竞争中的关键因素146

第二节 当前高端白酒行业竞争格局147

- 一、高端白酒市场的竞争格局147
- 二、高档白酒品牌集中度分析148
- 三、高档白酒市场的垄断竞争148

第三节 中国白酒品牌生存发展情况分析148

- 一、品牌格局148
 - (一) 品牌市场综合占有情况148
 - (二) 品牌市场份额占有情况149
 - (三) 品牌市场覆盖面情况150
- 二、品牌发展策略150

第四节 高端白酒行业竞争趋势分析152

第八章 中国高端白酒企业分析154

第一节 贵州茅台酒股份有限公司154

- 一、企业基本情况介绍154
- 二、企业经营情况分析155
- 三、企业经济指标分析155
- 四、企业盈利能力分析156
- 五、企业偿债能力分析156
- 六、企业运营能力分析157
- 七、企业成本费用分析157
- 八、企业发展战略分析157

第二节 宜宾五粮液股份有限公司158

- 一、企业基本情况介绍158
- 二、企业经营情况分析159
- 三、企业经济指标分析160

四、企业盈利能力分析161

五、企业偿债能力分析161

六、企业运营能力分析162

七、企业成本费用分析162

八、企业发展战略分析162

第三节 泸州老窖股份有限公司164

一、企业基本情况介绍164

二、企业经营情况分析166

三、企业经济指标分析167

四、企业盈利能力分析167

五、企业偿债能力分析168

六、企业运营能力分析168

七、企业成本费用分析169

八、企业发展战略分析169

第四节 四川水井坊股份有限公司171

一、企业基本情况介绍171

二、企业经营情况分析172

三、企业经济指标分析173

四、企业盈利能力分析174

五、企业偿债能力分析174

六、企业运营能力分析175

七、企业成本费用分析175

八、企业发展战略分析175

第五节 四川沱牌舍得酒业股份有限公司177

一、企业基本情况介绍177

二、企业经营情况分析178

三、企业经济指标分析179

四、企业盈利能力分析179

五、企业偿债能力分析180

六、企业运营能力分析180

七、企业成本费用分析180

八、企业发展战略分析181

第六节 山西杏花村汾酒厂股份有限公司183

一、企业基本情况介绍183

二、企业经营情况分析184

- 三、企业经济指标分析185
- 四、企业盈利能力分析186
- 五、企业偿债能力分析186
- 六、企业运营能力分析187
- 七、企业成本费用分析187
- 八、企业发展战略分析187
- 第七节 安徽古井贡酒股份有限公司189
 - 一、企业基本情况介绍189
 - 二、企业经营情况分析190
 - 三、企业经济指标分析192
 - 四、企业盈利能力分析193
 - 五、企业偿债能力分析193
 - 六、企业运营能力分析194
 - 七、企业成本费用分析194
 - 八、企业发展战略分析194
- 第八节 酒鬼酒股份有限公司195
 - 一、企业基本情况介绍195
 - 二、企业经营情况分析196
 - 三、企业经济指标分析198
 - 四、企业盈利能力分析199
 - 五、企业偿债能力分析199
 - 六、企业运营能力分析199
 - 七、企业成本费用分析200
 - 八、企业发展战略分析200
- 第九节 江苏洋河酒厂股份有限公司201
 - 一、企业基本情况介绍201
 - 二、企业经营情况分析202
 - 三、企业经济指标分析203
 - 四、企业盈利能力分析203
 - 五、企业偿债能力分析204
 - 六、企业运营能力分析204
 - 七、企业成本费用分析204
 - 八、企业发展战略分析205
- 第十节 湖北稻花香集团206
 - 一、公司基本情况分析206

- 二、企业产品结构分析206
- 三、企业主要经济指标207
- 四、企业经营效益分析207
- 五、企业酿酒工艺分析208
- 六、企业科研实力分析209
- 七、企业发展战略分析210
- 第十一节 四川剑南春集团有限责任公司210
 - 一、公司基本情况分析210
 - 二、企业产品结构分析211
 - 三、企业主要经济指标211
 - 四、企业经营效益分析212
 - 五、企业酿酒工艺分析212
 - 六、企业科研实力分析213

- 第九章 中国高端白酒行业发展环境与趋势分析215
 - 第一节 中国白酒行业经济环境分析与预测215
 - 一、宏观环境对白酒市场的推动作用分析215
 - 二、白酒行业宏观环境发展分析217
 - (一) 中国GDP增长情况分析217
 - (二) 全社会消费品零售总额218
 - (三) 城乡居民收入增长分析220
 - (四) 居民消费价格变化分析221
 - 三、我国经济前景分析与预测223
 - 第二节 中国白酒行业政策环境分析及影响预测224
 - 一、中国白酒行业政策环境概述224
 - 二、酱香白酒国标出台及影响分析228
 - 三、政策环境对白酒行业的影响分析228
 - 第三节 高端白酒的进入障碍229
 - 第四节 中国高端白酒行业发展预测230
 - 一、中国白酒制造行业前景预测分析230
 - 二、中国白酒行业市场规模预测分析230
 - 三、中国高端白酒行业前景预测分析231
 - 第五节 高端白酒行业景气度分析及预测232
 - 一、“习李新政”推动高端白酒的行业调整232
 - 二、白酒价格分析233

三、白酒库存分析235

四、高端白酒“十三五”发展机遇分析235

第六节 高端白酒行业发展趋势235

一、中国白酒行业发展趋势235

二、高端白酒多元化发展236

三、商业模式创新趋势237

四、次高端阵营较快速发展237

五、“品牌梯队”向“多香并立”转型237

第十章 中国高端白酒行业发展战略分析239

第一节 中国白酒行业新盈利模式探析239

第二节 白酒品牌发展策略分析240

一、建设白酒品牌的十大法则240

二、白酒品牌客户资源的战略整合243

三、中小白酒企业的品牌聚焦策略245

四、白酒品牌传播如何诠释自己的卖点246

五、白酒老品牌升级路线的布局策略248

六、中国白酒价格带竞争趋势及关键策略掌控249

七、“十三五”中国白酒业产能泡沫251

第三节 高端白酒品牌发展策略分析252

一、浅析高档白酒品牌的发展思路252

二、打造高档白酒品牌的四大法则252

三、中国高端白酒“功能价值”救赎之路253

四、高端白酒正确把握价值与理性的相融255

第四节 高端白酒渠道变革策略258

一、传统渠道扁平化——专卖店与自营店并存258

二、转攻电商渠道——传统产业渠道建设趋势259

三、引入移动终端——自媒体时代的必然选择260

第五节 中国白酒的蓝海战略261

一、白酒企业寻找蓝海的命题判断261

二、白酒企业开辟蓝海的方向263

第六节 中国白酒的海外市场攻略265

一、区域的选择265

二、模式的选择265

三、时机与方式的选择265

图表目录：

图表 1 中国白酒分类构成情况统计8

图表 2 新一代白酒生产线生产工艺流程16

图表 3 中国白酒工业技术发展研究构成情况统计16

图表 4 中国白酒制造行业经济指标统计20

图表 5 中国白酒制造行业经济指标统计21

图表 6 中国白酒制造行业经济指标统计22

图表 7 中国白酒制造企业数量变化趋势图24

图表 8 中国白酒制造行业资产总额统计24

图表 9 中国白酒制造行业资产变化趋势图25

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/480692.html>