

# 2020-2026年中国酒类流通 行业分析与未来发展趋势报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2020-2026年中国酒类流通行业分析与未来发展趋势报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202002/154777.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

报告目录：

### 第一章 中国酒类流通行业综述

#### 第一节 酒类流通行业概述

一、酒类流通行业界定

二、酒类流通行业地位

#### 第二节 酒类企业销售渠道层级

一、酒厂——消费者

二、酒企——零售商——消费者

三、酒类企业——批发商——零售商——消费者

四、酒企业——代理商——批发商——零售

商——消费者

#### 第三节 酒类企业渠道模式分析

一、全国总代理、总经销制

二、跨区域性的集团分销制

三、区域代理制

四、企业自建销售网络制

五、企业直销零售市场制

六、企业网络直销制

#### 第四节 酒类流通行业价值链分析

一、价值链的生产商分析

二、价值链的流通企业分析

三、价值链的消费者分析

四、价值链各参与者关系分析

#### 第五节 酒类流通行业特性分析

一、酒类流通周期性特征

二、酒类流通季节性特征

三、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

#### 第一节 酒类流通行业政策环境分析

- 一、行业管理体制分析
- 二、行业主要法律法规
- 三、行业主要产业政策
- 四、行业标准制定情况

## 第二节 酒类流通行业经济环境分析

- 一、国民经济与酒产品产值增长趋势
- 二、社会消费品零售总额与烟酒零售总额变化
- 三、居民消费价格总水平与酒类零售价格变化
- 四、产业结构调整与升级

## 第三节 酒类流通行业技术环境分析

- 一、物联网技术的发展
- 二、云计算技术的发展
- 三、电子数据交换技术的应用
- 四、可视化技术的应用
- 五、货物跟踪技术的应用

## 第四节 酒类流通关联行业发展分析

- 一、餐饮业发展分析
- 二、酒店行业发展分析
- 三、零售行业发展分析
- 四、休闲娱乐行业发展分析
- 五、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

## 第一节 酒类总体产销与运营情况

- 一、酒类产量规模分析
- 二、酒类消费总额分析
- 三、酒类进口总额分析
- 四、酒类出口总额分析

## 第二节 白酒产销与运营情况分析

- 一、白酒生产情况分析
- 二、白酒消费情况分析
- 三、白酒行业经营情况

### 第三节 葡萄酒产销与运营情况分析

#### 一、葡萄酒生产情况分析

#### 二、葡萄酒消费情况分析

#### 三、葡萄酒投资需求分析

#### 四、葡萄酒行业经营情况

### 第四节 黄酒产销与运营情况分析

#### 一、黄酒生产情况分析

#### 二、黄酒消费情况分析

#### 三、黄酒行业经营情况

### 第五节 啤酒产销与运营情况分析

#### 一、啤酒生产情况分析

#### 二、啤酒消费情况分析

#### 三、啤酒行业经营情况

### 第六节 酒类进口与消费特征分析

#### 一、不同酒类进口情况

#### 二、进口酒类消费特征

#### 三、进口酒类消费趋势

## 第四章 中国酒类流通行业发展现状分析

### 第一节 酒类流通渠道变革历程

#### 一、传统流通渠道时代

#### 二、厂商自建渠道时代

#### 三、酒类连锁经营时代

#### 四、酒类电子商务时代

### 第二节 酒类流通行业发展现状

#### 一、酒类流通行业发展规模

#### 二、酒类流通行业发展特点

#### 三、酒类细分产品流通现状

### 第三节 酒类批发分销发展现状

#### 一、酒类批发业发展历程

#### 二、酒类批发业发展现状

#### 三、酒类批发业主要问题

#### 四、酒类批发业发展趋势

#### 第四节 酒类零售市场发展现状

##### 一、酒类零售市场发展历程

##### 二、酒类零售业态主要类型

##### 三、酒类零售业态格局划分

##### 四、酒类零售市场主要特点

##### 五、酒类零售市场发展趋势

#### 第五节 酒类流通行业竞争强度

##### 一、制造商与流通企业竞争

##### 二、行业波特五力模型分析

#### 第六节 酒类流通行业发展方向

##### 一、品牌驱动市场战略模式

##### 二、酒类零售连锁运作模式

##### 三、酒类电子商务运作模式

##### 四、产业链延伸模式

##### 五、酒业流通的“金融化”升级

### 第五章 中国酒类连锁经营模式分析

#### 第一节 酒类连锁经营兴起背景

##### 一、酒类连锁经营本质特征

##### 二、酒类连锁经营背景分析

##### 三、酒类连锁经营兴起原因

#### 第二节 酒类连锁经营主要特点

##### 一、酒类连锁企业采购渠道

##### 二、酒类连锁企业物流体系

##### 三、酒类连锁企业品质保障

##### 四、酒类连锁企业增值服务

#### 第三节 酒类连锁经营发展现状

##### 一、酒类连锁经营市场概况

##### 二、酒类连锁经营市场规模

##### 三、酒类连锁经营效益水平

##### 四、酒类连锁经营市场格局

## 五、酒类连锁经营发展趋势

### 第四节 酒类连锁经营模式分析

#### 一、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

#### 二、合作店（加盟店）连锁

#### 三、合资连锁模式分析

#### 四、特许连锁模式分析

#### 五、复合连锁模式分析

### 第五节 酒类连锁经营困局

#### 一、选址遭遇新挑战

#### 二、产品组合难题

#### 三、顾客管理缺失

#### 四、新兴渠道难以维护

#### 五、差异化难有新意

### 第六节 酒类连锁经营战略出路

#### 一、酒类连锁经营成功因素

#### 二、酒类连锁品类管理策略

#### 三、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

#### 四、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

### 一、线下酒类零售供应链

### 二、线下酒类零售主要问题

### 第二节 酒类电子商务渠道优势及其发展

## 一、酒类电子商务发展基础

## 二、酒类电子商务优势分析

## 三、酒类电子商务网站数量

## 四、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、酒类网购品类结构

## 五、酒类电子商务经营效益

## 六、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

## 第三节 酒类电子商务发展模式分析

### 一、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

### 二、酒类电子商务平台合作趋势

## 第四节 酒类电子商务内外部竞争分析

### 一、酒类电子商务市场格局

### 二、酒类电子商务竞争特点

### 三、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

### 四、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

### 第五节 酒类电子商务B2C成功案例分析

#### 一、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

#### 二、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

#### 三、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

#### 四、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

### 第六节 酒类电子商务网站发展策略

#### 一、酒类电子商务面临的瓶颈

#### 二、酒类电子商务成功的关键

#### 三、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

## 四、酒类专业电商平台发展策略

### 五、酒类电商与传统渠道的平衡

## 六、酒业电商发展——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

### 第一节 酒类流通企业商业模式概述

#### 一、酒类流通企业商业模式定义

#### 二、酒类流通企业商业模式比较分析

#### 三、酒类流通企业商业模式核心要素

### 第二节 粤强酒业商业模式分析

#### 一、企业发展历程

#### 二、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

#### 三、企业商业模式总结

### 第三节 华致酒行商业模式分析

#### 一、企业发展历程

#### 二、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

#### 三、企业商业模式总结

### 第四节 名品世家商业模式分析

#### 一、企业发展历程

#### 二、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

三、企业商业模式总结

## 第五节 华泽集团商业模式分析

一、企业发展历程

二、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

三、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

### 第一节 新环境下流通职能的定位

一、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

二、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

### 第二节 酒类流通企业核心能力分析

一、终端建设能力

二、网络管理能力

三、与供应商的谈判能力

四、品牌建设与推广

五、物流与配送系统建设

六、服务体系建设

七、信息系统建设

### 第三节 酒类流通企业的发展战略

- 一、酒类流通企业远景
- 二、酒类流通企业战略目标
- 三、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
- 四、酒类流通企业业务战略
  - 1、地理维度
  - 2、产品市场维度
- 五、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

### 第一节 酒类流通行业发展前景预测

- 一、酒类产品需求潜力分析
- 二、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
- 三、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

### 第二节 酒类流通行业并购重组分析

- 一、酒类流通行业并购重组案例
- 二、酒类流通行业并购重组特征
- 三、酒类流通行业并购重组趋势

### 第三节 酒类流通行业资本运作情况

- 一、酒类流通企业投融资事件
- 二、酒类流通企业投资方向
- 三、酒类流通企业投资预测

### 第四节 酒类流通行业投资机会分析

- 一、酒类流通行业投资价值

- 二、酒类流通行业投资机会
- 三、酒类流通行业进入壁垒
- 四、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

### 第一节 酒类生产品牌企业经营情况分析

#### 一、宜宾五粮液股份有限公司

- 1、公司发展简介
- 2、公司产品种类分析
- 3、公司经营情况分析
- 4、公司销售网络构建

#### 二、贵州茅台酒股份有限公司

- 1、公司发展简介
- 2、公司产品种类分析
- 3、公司经营情况分析
- 4、公司销售网络构建

#### 三、泸州老窖股份有限公司

- 1、公司发展简介
- 2、公司产品种类分析
- 3、公司经营情况分析
- 4、公司销售网络构建

#### 四、江苏洋河酒厂股份有限公司

- 1、公司发展简介
- 2、公司产品种类分析
- 3、公司经营情况分析
- 4、公司销售网络构建

#### 五、湖北稻花香酒业股份有限公司

- 1、公司发展简介
- 2、公司产品种类分析
- 3、企业经营情况分析
- 4、公司销售网络构建

### 第二节 酒类流通行业领先企业经营分析

## 一、广东粤强酒业有限公司

- 1、公司基本情况简介
- 2、公司组织结构体系分析
- 3、公司经营酒类品种与品牌
- 4、公司经营情况分析

## 二、福建吉马集团有限公司

- 1、公司基本情况简介
- 2、公司组织结构体系分析
- 3、公司经营酒类品种与品牌
- 4、公司经营情况分析

## 三、名品世家（北京）酒业连锁有限公司

- 1、公司基本情况简介
- 2、公司组织结构体系分析
- 3、公司经营酒类品种与品牌
- 4、公司经营情况分析

## 四、华泽集团有限公司

- 1、公司基本情况简介
- 2、公司组织结构体系分析
- 3、公司经营酒类品种与品牌
- 4、公司经营情况分析

## 五、商源集团有限公司

- 1、公司基本情况简介
- 2、公司组织结构体系分析
- 3、公司经营酒类品种与品牌
- 4、公司经营情况分析

## 第三节 酒类电子商务领先企业经营分析

### 一、酒仙网

- 1、公司发展简介
- 2、公司组织结构体系
- 3、公司经营产品与品牌
- 4、公司经营情况分析

### 二、也买酒网

- 1、公司发展简介
- 2、公司经营产品与品牌
- 3、公司经营情况分析
- 4、公司销售模式分析

### 三、品尚红酒

- 1、公司发展简介
- 2、公司组织结构体系
- 3、公司经营产品与品牌
- 4、公司经营情况分析

### 四、酒美网

- 1、公司发展简介
- 2、公司经营产品与品牌
- 3、公司经营情况分析
- 4、公司销售模式分析

### 五、酒酷网

- 1、公司发展简介
- 2、公司组织结构体系
- 3、公司经营产品与品牌
- 4、公司经营情况分析

### 图表目录：

图表 1：2019年酒类流通价格占终端价格的比重（单位：%）

图表 2：酒类企业零售渠道模式

图表 3：酒类企业零售渠道模式优劣势分析

图表 4：酒类企业一级渠道模式

图表 5：酒类企业一级渠道模式优劣势分析

图表 6：酒类企业二级渠道模式

图表 7：酒类企业二级渠道模式优劣势分析

图表 8：酒类企业三级渠道模式

图表 9：酒类企业三级渠道模式优劣势分析

图表 10：酒类销售的价值链条

图表 11：酒类流通行业价值链利润分布图

图表 12：大型流通企业与酒类生产商的关系图

图表 13：酒类流通行业主要法律法规

图表 14：酒类流通行业主要产业政策

图表 15：酒类流通行业相关标准

图表 16：2018-2024年国民经济与酒类增长趋势（单位：%）

图表 17：2018-2024年社会消费品零售总额及变化趋势（单位：亿元，%）

图表 18：2019年以来烟酒零售市场成交额变化情况（单位：亿元）

图表 19：2018-2024年居民消费价格指数与酒类居民消费价格指数变化趋势

图表 20：物联网的四大关键领域

图表 21：物流可视化的流程图

图表 22：2018-2024年社会消费品零售总额与住宿餐饮业增加值增速比较（单位：%）

图表 23：2018-2024年我国星级酒店营业收入及变化情况（单位：亿元，%）

图表 24：2018-2024年中国经济型酒店门店数量增长情况（单位：家，%）

图表 25：2019年中国经济型酒店品牌市场占有率（单位：%）

图表 26：2018-2024年中国社会物流总额变动情况（单位：万亿元，%）

图表 27：2019年中国社会物流总额构成（单位：%）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202002/154777.html>