

2020-2026年中国高端白酒 市场评估与前景趋势报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国高端白酒市场评估与前景趋势报告》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/202006/170493.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

量、价两方面是高端白酒缺一不可的要素。产量方面，飞天茅台、普五、1573等工艺精细，从基酒到成品酒要经历复杂漫长的生产工艺流程，受产能限制长期供不应求。高端酒价格区间

品牌	价格区间	产品名称
茅台	1000元以上	飞天茅台
五粮液	800元以上	五粮液普五
泸州老窖	600元以上	国窖1573（52度经典装）

中企顾问网发布的《2020-2026年中国高端白酒市场评估与前景趋势报告》共十四章。首先介绍了高端白酒相关概念及发展环境，接着分析了中国高端白酒规模及消费需求，然后对中国高端白酒市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国高端白酒面临的机遇及发展前景。您若想对中国高端白酒有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您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。

报告目录：

第一章 2018年中国白酒行业整体运行情况分析

第一节 中国白酒行业相关要述

一、白酒的分类

二、白酒香型介绍

三、白酒生产的特性

第二节 中国白酒行业运行简况

一、白酒行业发展的历程

二、白酒酿造技术现状

三、白酒行业规模和地位

四、中国白酒发展路径的9种深化

第三节 近三年中国白酒行业运行情况分析

一、中国白酒行业产销情况

二、中国白酒市场价格情况

三、白酒上市公司业绩良好

四、白酒业掀起新一轮“资本潮”

第二章 2018年中国高端白酒市场运行分析

第一节 高端白酒市场特征分析

- 一、高档酒市场特征
- 二、高端白酒的消费特征
- 三、高端白酒市场调查
- 四、高端白酒市场进入壁垒与赢利模式分析

第二节 2018年高端白酒市场发展情况分析

- 一、前期调整主要源自需求下滑和库存消化
- 二、2018年高端白酒市场价格情况分析

第三节 2020-2026年高端白酒市场预测分析

- 一、高档白酒进入平稳增长期
- 二、当前影响中国高端白酒发展的因素

第三章 2018年中国白酒产业技术研发分析

第一节 生物工程技术的研究

- 一、窖泥微生物研究
- 二、酱香功能菌的研究

第二节 酿酒发酵机理的研究

第三节 白酒香味成分剖析

第四节 生产工艺的改革与创新

- 一、麸曲酱香白酒工艺创新
- 二、复式发酵
- 三、分层发酵
- 四、夹泥发酵
- 五、汾酒发酵的最高品温控制
- 六、将先进的纳米技术引入白酒行业

第五节 白酒贮存研究

第六节 新型白酒的发展

第七节 低度酒的生产与发展

第四章 2015-2018年中国白酒制造所属行业主要数据监测分析

第一节2015-2018年中国白酒制造所属行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、从业人数增长分析

三、资产规模增长分析

第二节2018年中国白酒制造所属行业结构分析

一、企业数量结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

二、销售收入结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

第三节2015-2018年中国白酒制造所属行业分析

一、产成品增长分析

二、工业销售分析

三、出口情况分析

第四节2015-2018年中国白酒制造所属行业成本费用分析

一、销售成本分析

二、费用分析

第五节2015-2018年中国白酒制造所属行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第五章 2015-2018年中国白酒（折65度，商品量）产量统计分析

第一节 2015-2018年全国白酒（折65度，商品量）产量分析

第二节 2018年全国及主要省份白酒（折65度，商品量）产量分析

第三节 2018年白酒（折65度，商品量）产量集中度分析

第六章 2015-2018年中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进出口数据监测

第一节 2015-2018年中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进口数据分析

一、进口数量分析（2208）

二、进口金额分析

第二节 2015-2018年中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料出口数据分析

一、出口数量分析

二、出口金额分析

第三节 2015-2018年中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进出口平均单价分析

第四节 2015-2018年中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进出口国家及地区分析

一、进口国家及地区分析

二、出口国家及地区分析

第七章 2018年中国高端白酒分区域市场运行分析

第一节 华北地区高端白酒市场

一、华北市场概述

二、北京白酒市场

三、天津白酒市场

四、河北白酒市场

五、山西白酒市场

六、内蒙古白酒市场

第二节 华东地区高端白酒市场

一、华东地区市场概述

二、上海白酒市场

三、山东白酒市场

四、江苏白酒市场

五、浙江白酒市场

六、安徽白酒市场

七、江西白酒市场

八、福建白酒市场

第三节 华南地区高端白酒市场

一、华南市场概述

二、广东白酒市场

三、广西白酒市场

四、海南白酒市场

第四节 华中地区高端白酒市场

一、华中市场概述

二、河南白酒市场

三、湖南白酒市场

四、湖北白酒市场

第五节 东北地区高端白酒市场

一、东北地区概述

二、黑龙江白酒市场

三、吉林白酒市场

四、辽宁白酒市场

第六节 西北地区高端白酒市场

一、西北地区市场概述

二、陕西白酒市场

三、甘肃白酒市场

第七节 西南地区高端白酒市场

一、西南市场概述

二、四川白酒市场

三、重庆白酒市场

四、贵州白酒市场

五、云南白酒市场

第八章 2018年中国高端白酒消费者分析

第一节 2018年中国高端白酒消费者需求分析

一、现阶段我国高端白酒消费特点

二、商务消费回暖和再库存化预期带动行业反弹

三、私人消费回暖带动高端白酒复苏

四、长期：商务和私人消费是未来持续增长动力

五、高端白酒市场具有收入和利润的高弹性

六、高端白酒厂商盈利具有高弹性

七、我国高端白酒各主要细分市场消费占比测算

第二节 2018年中国高端白酒消费者购买行为分析

一、白酒消费者购买行为类型分析

二、白酒消费者购买动机分析

三、白酒消费者购买方式分析

四、白酒消费者购买目分析

五、白酒消费者对广告促销的态度分析

第三节 2018年中国中产阶层白酒消费群体分析

一、中产阶层扩大带来的机会

二、中产阶层的消费特征

三、中产阶层市场竞争策略

第四节 “80后”白酒消费群体分析

一、“80后”未来的主流消费群体

二、“80后”群体的消费特征分析

三、针对“80后”群体白酒企业的创新策略

第五节 白酒消费行为的价值体现及营销启示

一、白酒消费行为特点

二、白酒消费行为的价值体现

三、白酒消费行为价值体现的营销启示

第九章 2018年中国高端白酒营销策略分析

第一节 2018年中国白酒营销形势分析

一、白酒营销模式及其发展趋势

二、中国白酒营销的四种形式

三、白酒营销的分层化趋势

第二节 2018年中国白酒营销渠道分析

一、白酒终端现状与策略分析

二、电子商务对白酒营销渠道的发展

三、金融危机下白酒销售渠道分析

第三节 2018年中国白酒营销策略分析

一、白酒营销规律分析

二、白酒淡季营销策略分析

三、白酒企业促销攻略

四、白酒企业三、四级市场攻略

五、白酒价格营销策略分析

六、高端白酒招商策略

七、关于金融危机时期白酒市场出路的分析

第四节 白酒广告策略分析

第五节 高端白酒文化营销策略分析

一、高端白酒：中国酒文化的宏大叙事

二、白酒业：契合文化的品牌想象力

三、浅析白酒如何注入新文化

第六节 高端白酒营销策略分析

一、浅谈高端白酒的营销定位

二、专业酒展推动高端白酒营销

三、高端白酒营销的根据地之战

第七节 高端白酒买断品牌需求创新的驱动战略

第十章 2018年中国高端白酒市场竞争新格局透析

第一节 2015-2018年中国高端白酒行业竞争总况

一、高端白酒五强格局初成型

二、浓香型高端白酒竞争格局

三、中国白酒市场场竞争加剧

第二节 2018年中国白酒品牌生存发展情况分析

一、品牌竞争格局

二、品牌竞争力体现

第三节 2018年中国高端白酒行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、生产企业的集中分布

第四节 2020-2026年中国高端白酒行业竞争趋势分析

一、高端白酒提价或导致行业洗牌

二、品牌决定未来格局

三、白酒行业市场竞争中的四大关键因素

第十一章 2018年中国高端白酒标杆企业竞争对比及关键性财务数据分析

第一节 贵州茅台酒股份有限公司 茅台酒基酒产量（吨）

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

第二节 宜宾五粮液股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

第三节 泸州老窖股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

第四节 四川沱牌曲酒股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

第五节 四川水井坊股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

第六节 山西杏花村汾酒厂股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

第十二章 2018年中国高端白酒行业运行环境

第一节 2018年中国白酒行业经济环境分析

一、中国gdp分析

二、酒的制造在国民经济中的地位

三、城乡家庭人均可支配收入分析

四、中国cpi分析

五、进出口总额及增长率分析

六、社会消费品零售总额

第二节 2018年中国白酒行业运行政策环境分析

一、白酒税收调整促使我国白酒发展更加规范化

二、严查酒后驾驶对白酒的影响

三、《酱香型白酒》国家标准通过组审定

第三节 2018年中国高端白酒行业景气度分析

一、高端类消费品受益于经济的复苏

二、高端白酒提价能力分析

三、品牌基础和消费升级促高端白酒销量增长

四、白酒公司2-15%提价就可完全抵消消费税征收

第十三章 2020-2026年中国高端白酒行业发展趋势分析

第一节 2020-2026年中国白酒行业发展方向分析

一、白酒收入和利润总额在规模和增速上均领先行业

二、白酒行业税前利润率持续提升并领先行业

三、白酒产量增速数据和稳定性强于其他子行业

四、四次政策调整促使白酒行业出现两个发展方向

五、行业格局在政策的引导下出现两个发展方向

六、消费升级和城镇化率提升是白酒行业发展的驱动因素

第二节 2020-2026年中国高端白酒行业发展趋势

一、未来高端行业发展趋势

二、白酒低度化趋势

三、白酒包装发展趋势分析

四、高端白酒消费可延续到年

第三节 2020-2026年中国白酒市场消费趋势分析

一、消费需求市场趋势

二、集中度仍将稳步提高

三、业外资本不断涌入对白酒行业形成冲击

四、白酒消费不断朝品牌化靠近

五、低度酒、高档化白酒将成为发展趋势

第四节 2020-2026年中国高端白酒行业产销预测分析

第十四章 2020-2026年中国高端白酒行业发展战略分析

第一节 中国白酒行业新盈利模式探析

第二节 白酒品牌发展策略分析

- 一、建设白酒品牌的十则
- 二、白酒品牌布局策略
- 三、白酒品牌客户资源的战略整合
- 四、中小白酒企业的品牌经营
- 五、白酒品牌传播如何诠释自己的卖点
- 六、成功创建白酒品牌的关键

第三节 高端白酒品牌发展策略分析

- 一、高端白酒品牌竞争策略
- 二、浅析高档白酒品牌的发展思路
- 三、打造高档白酒品牌的四则
- 四、中国高端白酒“功能价值”救赎之路
- 五、高端白酒正确把握价值与理性的相融

第四节 中国白酒的蓝海战略

- 一、白酒企业寻找蓝海十个命题的判断
- 二、白酒企业开辟蓝海的方向

第五节 白酒海外市场攻略

- 一、区域的选择
- 二、模式的选择
- 三、时机与方式的选择

图表目录：

图表：2015-2018年中国白酒制造行业企业数量及增长率分析 单位：个

图表：2015-2018年中国白酒制造行业亏损企业数量及增长率分析 单位：个

图表：2015-2018年中国白酒制造行业从业人数及同比增长分析 单位：个

图表：2015-2018年中国白酒制造企业总资产分析 单位：亿元

图表：2015-2018年中国白酒制造产成品及增长分析 单位：亿元

图表：2015-2018年中国白酒制造工业销售产值分析 单位：亿元

图表：2015-2018年中国白酒制造出口 交货值分析 单位：亿元

图表：2015-2018年中国白酒制造行业销售成本分析 单位：亿元

图表：2015-2018年中国白酒制造行业费用分析 单位：亿元

图表：2015-2018年中国白酒制造行业主要盈利指标分析 单位：亿元

图表：2015-2018年中国白酒制造行业主要盈利能力指标分析

图表：2015-2018年全国白酒（折65度，商品量）产量分析

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202006/170493.html>