

2020-2026年中国高端酒市 场深度分析与行业竞争对手分析报告

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年中国高端酒市场深度分析与行业竞争对手分析报告》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/202006/168576.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

根据酒业协会及国家统计局数据显示，目前600元以上高端白酒占整体行业份额为15%，消费升级将持续带动高端白酒结构带扩容，预计2023年市场份额有望提升至19%。由于高端白酒市场品牌稳固，茅台、五粮液及国窖1573占据接近95%的份额，新品牌或产品已很难进入高端白酒阵营，现有三大品牌将主要分享600元以上高端酒扩容红利，因而普五及国窖1573等高端品牌实现放量亦可期。 高端白酒整体份额仍在继续提升（%）数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2020-2026年中国高端酒市场深度分析与行业竞争对手分析报告》共九章。首先介绍了中国高端酒行业市场发展环境、高端酒整体运行态势等，接着分析了中国高端酒行业市场运行的现状，然后介绍了高端酒市场竞争格局。随后，报告对高端酒做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国高端酒行业发展趋势与投资预测。您若想对高端酒产业有个系统的了解或者想投资中国高端酒行业，本报告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：

第一部分行业及市场分析

第一章中国白酒行业整体发展情况分析

第一节中国白酒行业的分类与特性

一、白酒的分类

二、白酒香型介绍

三、白酒行业的特征

四、白酒生产的特性

第二节中国白酒行业发展历程与现状

一、白酒行业发展的历程

二、白酒酿造技术现状

三、白酒行业发展现状

四、白酒行业规模和地位

五、中国白酒发展路径的9种深化

第三节2012-2017年中国白酒行业运行情况分析

一、2012年中国白酒行业运行情况

二、2017年白酒行业发展分析

三、2017年中国白酒行业运行情况

(一) 行业规模

(二) 资本劳动密集度

(三) 产销情况

(四) 成本费用结构

(五) 盈利情况

(六) 行业运营绩效

第四节2017年中国白酒行业运行情况分析

一、2017年我国白酒行业生产情况分析

二、2017年我国白酒行业盈利情况分析

三、2017年我国白酒行业价格情况分析

四、2017年我国白酒上市公司经营情况分析

第五节2017年中国白酒市场发展预测

第二章中国高端酒市场分析

第一节高端酒市场特征分析

一、高档酒市场特征

二、高端酒的消费特征

三、高端酒市场调查

2015年，通过财报对照就能发现高端白酒触底迹象。2016年，转向补库需求，以国窖为代表的高端白酒价格上涨。2017年起，高端白酒复苏情势明显。

2016年，茅五国三大高端白酒，年度营收预计在450亿元左右。2017年，茅五国年度营收预计在700亿元左右。如果不出意料2019年高端白酒保持30%增速是没问题的。2015和2020年次高端和高端白酒销量预计（万吨）高端白酒需求结构发生改变，政务消费大幅减少数据来源

：公开资料整理

四、高端酒市场进入壁垒与赢利模式分析

第二节2017年高端酒市场发展情况分析

一、高档酒增长平稳且涨价频频

二、以茅台、五粮液为首的高档白酒日益走向奢侈化。

三、白酒行业出现收藏投资热

四、二线品牌表现甚佳，成为行业关注的焦点

第三节2017年高端酒市场发展情况分析

第四节2017年高端酒市场预测

第五节我国高端酒市场分析及预测

一、2017年《酱香型白酒国家标准》正式实施

二、仁怀十三五力争建设成中国最大酱香型白酒生产基地

三、酱香型白酒发展前景预测

四、酱香型白酒发展策略

五、酱香型白酒区域发展策略

第三章高端酒分区域市场分析

第一节华北地区高端酒市场

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

第二部分消费者及营销策略分析

第四章高端酒消费者分析

第一节2017年高端酒消费者需求分析

一、现阶段我国高端酒消费特点

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、高端酒市场具有收入和利润的高弹性

六、高端酒厂商盈利具有高弹性

七、我国高端酒各主要细分市场消费占比测算

第二节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

第五章高端酒营销策略分析

第一节2017年白酒的需求特质与渠道

- 一、2017年白酒的需求特质
- 二、需求特质影响下的白酒营销模式、渠道方式
- 三、需求特质与白酒企业的战略选择

第二节白酒营销形势分析

- 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

第三节白酒营销渠道分析

- 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

第四节白酒营销策略分析

- 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、高端酒招商策略
- 第五节白酒广告策略分析
- 第六节高端酒文化营销策略分析
 - 一、高端酒：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
- 第七节高端酒营销策略分析
 - 一、浅谈高端酒的营销定位
 - 二、专业酒展推动高端酒营销
 - 三、高端酒营销的根据地之战
- 第八节高端酒买断品牌需求创新的驱动战略

第三部分竞争格局分析

- 第六章高端酒行业竞争状况分析
 - 第一节中国白酒行业集中度分析
 - 第二节当前高端酒行业竞争格局
 - 一、高端酒五强格局初成型
 - 二、浓香型高端酒竞争格局
 - 三、未来5年中国白酒市场竞争加剧
 - 第三节中国白酒品牌生存发展情况分析
 - 一、品牌格局
 - 二、品牌发展战略
 - 三、品牌发展趋势
 - 第四节高端酒行业竞争趋势分析
 - 一、2017年高端酒行业竞争趋势
 - 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

第七章中国高端酒企业分析

第一节五粮液

一、公司概况

二、2017年企业经营情况分析

三、2017年企业经营情况分析

四、2012-2017年企业财务数据分析

第二节贵州茅台

一、公司概况

二、2017年企业经营情况分析

三、2017年企业经营情况分析

四、2012-2017年企业财务数据分析

第三节四川剑南春集团有限责任公司

一、公司概况

二、2017年剑南春原酒生产能力恢复震前水平

三、2015年剑南春销售收入过百亿

第四节泸州老窖股份有限公司

一、公司概况

二、2017年企业经营情况分析

三、2017年企业经营情况分析

四、2012-2017年企业财务数据分析

第五节四川水井坊股份有限公司

一、公司概况

二、2017年企业经营情况分析

三、2017年企业经营情况分析

四、2012-2017年企业财务数据分析

第六节四川沱牌舍得酒业股份有限公司

一、公司概况

二、2017年企业经营情况分析

三、2017年企业经营情况分析

四、2012-2017年企业财务数据分析

第七节山西杏花村汾酒集团有限责任公司

一、公司概况

二、2017年企业经营情况分析

三、2017年企业经营情况分析

四、2012-2017年企业财务数据分析

第八节安徽古井贡酒股份有限公司

一、公司概况

二、2017年企业经营情况分析

三、2017年企业经营情况分析

四、2012-2017年企业财务数据分析

第九节酒鬼酒股份有限公司

一、公司概况

二、2017年企业经营情况分析

三、2017年企业经营情况分析

四、2012-2017年企业财务数据分析

第十节湖北稻花香集团

一、公司概况

二、“十三五”跨越发展纪实

三、2017年稻花香经营情况分析

四、2017年稻花香销售收入过百亿受表彰

第四部分趋势及策略

第八章2020-2026年中国高端酒行业发展环境与趋势分析

第一节中国白酒行业经济环境分析与预测

一、宏观环境对白酒市场的推动作用分析

二、2017年宏观环境对白酒市场的推动作用分析

三、2020-2026年我国经济前景分析与预测

第二节中国白酒行业发展环境分析与预测

一、2017年中国白酒行业发展环境

二、2017年酱香白酒国标出台及影响分析

第三节2020-2026年我国白酒行业发展预测

一、2020-2026年我国白酒行业发展预测

二、2020-2026年我国白酒行业发展趋势

第四节高端酒行业景气度分析及预测

一、一线超高端酒“十三五”生存环境无虞

二、高档酒受到经济波动的影响将相对有限

三、白酒价格上涨一定是必然趋势

四、2017年三线次高端酒企业利润增长预期

第五节未来高端酒行业发展趋势

一、高端酒消费结构转化

二、超高端阵营增速加快

三、高端阵营稳步扩

四、次高端阵营较快速发展

五、高端酒正在从“品牌梯队模式”向“多香并立模式”转型

第九章2020-2026年中国高端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、建设白酒品牌的十大法则

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

七、白酒老品牌升级路线的布局策略

八、中国白酒价格带竞争趋势暨关键策略掌控

九、“十三五”

第三节高端酒品牌发展策略分析

一、高端酒品牌竞争策略

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大法则

四、中国高端酒“功能价值”救赎之路

五、高端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：我国高端酒消费的主要群体分析

图表：我国高端酒需求结构分析

图表：我国高端酒消费的主要群体分析

图表：我国高端酒总量测算

图表：政府消费白酒测算

图表：09年我国高端酒需求结构分析

图表：白酒购买类型调查图

图表：影响消费者购买动机调查表

图表：白酒市场消费者购买方式调查分析图

图表：白酒市场消费者购买目的调查分析图

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202006/168576.html>