

# 2021-2027年中国酒类流通 行业发展趋势与投资可行性报告

## 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

《2021-2027年中国酒类流通行业发展趋势与投资可行性报告》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/202012/195006.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

《酒类流通管理办法》，由商务部于2005年10月19日第15次部务会议审议通过。自2006年1月1日起施行。管理办法全文共包括六章。2012年11月15日，商务部公布《酒类流通管理办法（修订）（征求意见稿）》，规定酒类流通实行经营者备案登记制和溯源制；向未成年人售酒者，处2000元以下罚款。

2016年11月09日，根据商务部令2016年第4号《商务部关于废止部分规章的决定》，废止《酒类流通管理办法》。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国酒类流通行业发展趋势与投资可行性报告》共十章。首先介绍了酒类流通相关概念及发展环境，接着分析了中国酒类流通规模及消费需求，然后对中国酒类流通市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国酒类流通面临的机遇及发展前景。您若想对中国酒类流通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 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

### 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

##### 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

##### 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

##### 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

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202012/195006.html>