

# 2022-2028年中国互联网+ 白酒市场评估与行业前景预测报告

## 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

《2022-2028年中国互联网+白酒市场评估与行业前景预测报告》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/202205/293505.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

中企顾问网发布的《2022-2028年中国互联网+白酒市场评估与行业前景预测报告》共六章。首先介绍了互联网+白酒行业市场发展环境、互联网+白酒整体运行态势等，接着分析了互联网+白酒行业市场运行的现状，然后介绍了互联网+白酒市场竞争格局。随后，报告对互联网+白酒做了重点企业经营状况分析，最后分析了互联网+白酒行业发展趋势与投资预测。您若想对互联网+白酒产业有个系统的了解或者想投资互联网+白酒行业，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1章：中国白酒行业转型升级必然性分析

#### 1.1 传统白酒行业陷入低迷期分析

##### 1.1.1 全球经济增速放缓

##### 1.1.2 国内产业结构调整

##### 1.1.3 传统渠道效率低下

##### （1）白酒行业产业链简析

##### （2）白酒行业流通链分析

##### （3）白酒行业流通渠道问题

##### （4）白酒行业“互联网+”渠道优势

#### 1.2 白酒行业发展趋势倒逼行业转型

##### 1.2.1 强势龙头品牌击垮非龙头品牌

##### 1.2.2 白酒电商消费渠道将快速发展

#### 1.3 互联网思维对白酒行业重构

##### 1.3.1 组织重构

##### 1.3.2 消费者重构

##### 1.3.3 产品重构

##### 1.3.4 品牌重构

##### 1.3.5 传播重构

## 第2章：“互联网+”时代中国白酒行业发展空间

### 2.1 白酒行业发展现状分析

#### 2.1.1 白酒所属行业发展特点分析

#### 2.1.2 白酒所属行业市场规模分析

##### （1）白酒所属行业产量规模分析

##### （2）白酒所属行业收入规模分析

#### 2.1.3 白酒所属行业经营效益分析

##### （1）白酒所属行业盈利能力分析

##### （2）白酒所属行业运营能力分析

##### （3）白酒所属行业偿债能力分析

##### （4）白酒所属行业发展能力分析

#### 2.1.4 白酒所属行业供需平衡分析

##### （1）白酒所属行业供给分析

##### （2）白酒所属行业需求分析

### 2.2 白酒行业互联网发展情况

#### 2.2.1 白酒行业互联网发展规模

#### 2.2.2 白酒行业互联网渗透率分析

#### 2.2.3 白酒行业互联网发展特点

### 2.3 互联网白酒行业发展前景

#### 2.3.1 传统白酒行业发展前景预测

#### 2.3.2 互联网白酒行业发展前景预测

#### 2.3.3 互联网白酒行业发展趋势分析

## 第3章：“互联网+”时代白酒行业运营模式分析

### 3.1 互联网白酒行业B2B运营模式

#### 3.1.1 互联网白酒行业B2B市场概况

#### 3.1.2 互联网白酒行业B2B市场规模

#### 3.1.3 互联网白酒行业B2B盈利模式

#### 3.1.4 互联网白酒行业B2B物流模式

#### 3.1.5 互联网白酒行业B2B运营模式方向

### 3.2 互联网白酒行业B2C运营模式

- 3.2.1 互联网白酒行业B2C市场概况
- 3.2.2 互联网白酒行业B2C市场规模
- 3.2.3 互联网白酒行业B2C盈利模式
- 3.2.4 互联网白酒行业B2C物流模式
- 3.2.5 互联网白酒行业B2C运营模式方向
- 3.3 互联网白酒行业C2C运营模式
- 3.3.1 互联网白酒行业C2C市场概况
- 3.3.2 互联网白酒行业C2C市场规模
- 3.3.3 互联网白酒行业C2C盈利模式
- 3.3.4 互联网白酒行业C2C物流模式
- 3.3.5 互联网白酒行业C2C运营模式方向
- 3.4 互联网白酒行业O2O运营模式
- 3.4.1 互联网白酒行业O2O市场概况
- 3.4.2 互联网白酒行业O2O市场规模
- 3.4.3 互联网白酒行业O2O盈利模式
- 3.4.4 互联网白酒行业O2O物流模式
- 3.4.5 互联网白酒行业O2O运营模式方向

## 第4章：白酒企业切入互联网路径与模式选择

### 4.1 白酒企业切入互联网路径

#### 4.1.1 垂直平台类白酒电商

- (1) 垂直平台类电商业务系统结构
- (2) 垂直平台类白酒电商盈利模式
- (3) 垂直平台类白酒电商运营成本
- (4) 垂直平台类白酒电商经营风险
- (5) 垂直平台类白酒电商优劣势分析

#### 4.1.2 垂直自营类白酒电商

- (1) 垂直自营类电商业务系统结构
- (2) 垂直自营类白酒电商盈利模式
- (3) 垂直自营类白酒电商运营成本
- (4) 垂直自营类白酒电商经营风险
- (5) 垂直自营类白酒电商优劣势分析

#### 4.1.3 白酒企业利用第三方平台

- (1) 白酒企业利用第三方平台的优势
- (2) 白酒企业利用第三方平台运营成本
- (3) 白酒企业利用第三方平台运营策略

#### 4.2 白酒企业切入互联网模式选择

##### 4.2.1 白酒企业市场定位分析

##### 4.2.2 白酒企业产品及业务

##### 4.2.3 白酒企业切入互联网战略

### 第5章：“互联网+”时代白酒企业突围策略分析

#### 5.1 重视目标消费群体

##### 5.1.1 企业目标群体确立

##### 5.1.2 企业消费群体分析

##### 5.1.3 打造高契合度产品

#### 5.2 重视渠道与营销

##### 5.2.1 白酒企业进行微信营销

- (1) 微信用户行为及营销现状
- (2) 微信主要营销模式分析
- (3) 白酒企业微信营销案例

##### 5.2.2 白酒企业进行APP营销

- (1) APP用户体验分析
- (2) APP营销模式分析
- (3) 白酒企业APP营销案例

##### 5.2.3 白酒企业进行微博营销

- (1) 微博用户行为及营销现状
- (2) 微博主要营销模式分析
- (3) 白酒企业微博营销案例

### 第6章：白酒企业融入互联网优秀案例分析

#### 6.1 白酒企业融入互联网类型分析

#### 6.2 白酒企业融入互联网典型案例

##### 6.2.1 五粮液

- (1) 企业发展基本情况
- (2) 企业主营产品分析
- (3) 企业经营效益分析 ( )
- (4) 企业品牌格局分析
- (5) 企业互联网转型分析
- (6) 企业线上线下融合

#### 6.2.2 青青稞酒

- (1) 企业发展基本情况
- (2) 企业主营产品分析
- (3) 企业经营效益分析
- (4) 企业品牌格局分析
- (5) 企业互联网转型分析
- (6) 企业线上线下融合

#### 6.2.3 山西汾酒

- (1) 企业发展基本情况
- (2) 企业主营产品分析
- (3) 企业经营效益分析
- (4) 企业品牌格局分析
- (5) 企业互联网转型分析
- (6) 企业线上线下融合

#### 6.2.4 古井贡酒

- (1) 企业发展基本情况
- (2) 企业主营产品分析
- (3) 企业经营效益分析
- (4) 企业品牌格局分析
- (5) 企业互联网转型分析
- (6) 企业线上线下融合

#### 6.2.5 洋河

- (1) 企业发展基本情况
- (2) 企业主营产品分析
- (3) 企业经营效益分析
- (4) 企业品牌格局分析

(5) 企业互联网转型分析

(6) 企业线上线下融合

#### 6.2.6 茅台集团

(1) 企业发展基本情况

(2) 企业主营产品分析

(3) 企业品牌格局分析

(4) 企业首次触“电”分析

(5) 企业互联网发展战略

(6) 企业互联网发展效益

#### 6.2.7 泸州老窖三人炫

(1) 企业发展基本情况

(2) 企业主营产品分析

(3) 企业品牌格局分析

(4) 企业互联网发展战略

(5) 企业互联网发展效益

(6) 企业线上线下融合

#### 6.2.8 一九一九

(1) 企业发展基本情况

(2) 企业运营业态分析

(3) 企业经营效益分析

(4) 企业营销网络分析

(5) 企业销售品牌分析

(6) 企业电子商务分析

#### 6.2.9 燃点酒业

(1) 企业发展基本情况

(2) 企业主营业务分析

(3) 企业品牌定位分析

(4) 企业互联网思维分析

(5) 企业互联网发展战略

(6) 企业互联网发展效益

#### 6.2.10 酒便利

(1) 企业发展基本情况



- (2) 企业主营业务分析
- (3) 企业合作品牌分析
- (4) 企业服务特色分析
- (5) 企业互联网发展战略
- (6) 企业互联网发展效益

部分图表目录：

图表1：白酒行业产业链图表

图表2：白酒行业传统渠道与“互联网+”渠道之比较

图表3：2015-2019年中国白酒所属行业产量及增长情况（单位：万千升，%）

图表4：2015-2019年中国白酒所属行业销售收入（单位：万元，%）

图表5：2015-2019年中国白酒所属行业盈利能力

图表6：2015-2019年中国白酒所属行业盈利能力

图表7：2015-2019年中国白酒所属行业盈利能力

图表8：2015-2019年中国白酒所属行业盈利能力

图表9：2015-2019年中国白酒所属行业工业总产值变化

图表10：2015-2019年中国白酒所属行业销售产值变化

图表11：2022-2028年中国白酒所属行业销售收入预测（单位：万元）

图表12：2022-2028年中国互联网白酒行业销售收入预测（单位：万元）

图表13：白酒企业微信营销模式

图表14：白酒企业APP营销模式

图表15：白酒企业微博营销模式

图表16：五粮液公司基本发展情况

图表17：五粮液公司产品结构分类

图表18：2015-2019年五粮液公司营业收入变化（单位：万元）

图表19：2015-2019年五粮液公司利润总额变化（单位：万元）

图表20：青青稞酒基本情况介绍

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202205/293505.html>