

2018-2023年中国高端白酒 市场现状分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2018-2023年中国高端白酒市场现状分析及投资前景研究报告》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.bosidata.com/report/R9189411PW.html>

【报告价格】纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8200元

【出版日期】2018-04-13

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2018-2023年中国高端白酒市场现状分析及投资前景研究报告》介绍了高端白酒行业相关概述、中国高端白酒产业运行环境、分析了中国高端白酒行业的现状、中国高端白酒行业竞争格局、对中国高端白酒行业做了重点企业经营状况分析及中国高端白酒产业发展前景与投资预测。您若想对高端白酒产业有个系统的了解或者想投资高端白酒行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

白酒（Baijiu）的标准定义是：以粮谷为主要原料，以大曲、小曲或麸曲及酒母等为糖化发酵剂，经蒸煮、糖化、发酵、蒸馏而制成的蒸馏酒。又称烧酒、老白干、烧刀子等。酒质无色（或微黄）透明，气味芳香纯正，入口绵甜爽净，酒精含量较高，经贮存老熟后，具有以酯类为主体的复合香味。以曲类、酒母为糖化发酵剂，利用淀粉质（糖质）原料，经蒸煮、糖化、发酵、蒸馏、陈酿和勾兑而酿制而成的各类酒。而严格意义上讲，由食用酒精和食用香料勾兑而成的配制酒则不能算做是白酒，而应该称之为含有酒精的饮料。白酒主集中在长江上游和赤水河流域的贵州仁怀、四川宜宾、泸州三角地带、以及山西汾阳有着全球规模最大、质量最优的蒸馏酒产区，其白酒产业集群扛起中国白酒产业的半壁河山。

据博思数据发布的《2018-2023年中国高端白酒市场现状分析及投资前景研究报告》表明：

指标	2018年第二季度	2018年第一季度	2017年第四季度	2017年第三季度	2017年第二季度	2017年第一季度
白酒(折65度，商品量)销售量_累计值(万千升)	501.9	283.4	1161.7	979.1	685.3	355.5
白酒(折65度，商品量)产销率_累计值(%)	103	105.1	97.8	99.1	101.1	106.6
白酒(折65度，商品量)产销率比上年同期增减(百分点)	-1.3	-4.7	0.2	1.7	2.6	3.7
白酒(折65度，商品量)期末库存比上年初增减(%)	-6.6	2.7	7.2	1.6	-3.2	-7.7

高端白酒长期价格畸形，政商消费需求成最大推手。在很长一段时间内，高端白酒都已经偏离消费本质，而是作为一种消费符号存在，高端白酒所承载的“面子、地位、圈子”等附加意义愈演愈烈，价格也被推上天际，茅台一度突破2000元，五粮液也高达1200元以上。政务消费和商务消费是高端白酒消费的主力军，在2012年之前大概有近80%的高端白酒消费来自政府和企业。三公消费受限，高端白酒需求迅速萎缩，呈现量价齐跌。反腐严重遏制了三公消费，高端白酒政务消费大幅度缩水，一线白酒价格也随之腰斩。行业经过三年的深度调整，白酒的需求结构发生巨大改变，2012年前高端白酒需求构成中政务消费

占比40%，商务消费占比42%，个人消费占比18%，2014年以后政务消费占比降至5%，商务消费占比51%，个人消费占比增至45%。商务消费和个人消费（尤其是后者）有效承接了政务消费减少后留出的市场份额，白酒的消费也开始向理性回归，向白酒消费本质回归。高端白酒结束高速增长期，逐步回归正常消费领域。

以往高端白酒主要依靠公务消费，目前更多是以商务消费、大众消费为主。酒价上涨一方面显示出高端白酒行业整体行情有所回暖。另一方面也表明，大多数白酒上市公司在经营、营销方面更加理性，盈利能力有所提高。由于高端白酒在酒的品质上具备无法复制的特性，高端白酒在民间消费崛起替代公务消费的情况下，迎来了量价齐升的良好局面，高端白酒市场供不应求，预计在高端白酒较为稀缺的情况下，高端白酒市场景气度将进一步提升，市场价格有望继续上涨。

报告目录：

第一章 中国高端白酒行业的分类与特性

一、高端白酒的分类

二、高端白酒行业的特征

第二节 中国高端白酒行业发展历程与现状

一、高端白酒行业发展的历程

二、高端白酒行业技术现状

三、高端白酒行业发展现状

四、高端白酒行业规模和地位

第二章 2014-2017年世界高端白酒产业发展透析

第一节 2014-2017年世界高端白酒产业运营环境分析

一、经济环境

二、世界高端白酒产业发展现状

第二节 2014-2017年世界高端白酒行业发展总况

一、产品差异化分析

二、主流厂商技术领先

三、市场品牌调查

第三节 2014-2017年世界高端白酒重点国家及地区市场调研

一、欧美

二、日本

三、其他

第三章 2014-2017年中国高端白酒行业市场发展环境分析

第一节 2014-2017年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、全社会固定资产投资分析

三、消费价格指数分析

四、城乡居民收入分析

五、社会消费品零售总额

六、进出口总额及增长率分析

第二节 2014-2017年中国高端白酒行业政策环境分析

一、高端白酒行业监管管理体制

二、高端白酒行业相关政策及法律法规分析

三、高端白酒进出口相关政策分析

第三节 2014-2017年中国高端白酒行业社会环境分析

一、人口环境分析

二、文化环境分析

三、生态环境分析

第四章 2014-2017年中国高端白酒市场供需调查分析

第一节 2014-2017年中国高端白酒市场供给分析

一、产品市场供给

二、影响供给的因素分析

第二节 2014-2017年中国高端白酒市场需求分析

一、产品市场需求

二、影响需求的因素分析

第三节 2014-2017年中国高端白酒产业发展存在问题分析

第五章 2014-2017年中国高端白酒产品市场进出口数据分析

第一节 2014-2017年中国高端白酒产品出口统计

第二节 2014-2017年中国高端白酒产品进口统计

第三节 2014-2017年中国高端白酒产品进出口价格对比

第四节 中国高端白酒产品进口主要来源地及出口目的地

第六章 2014-2017年中国高端白酒产量统计分析

第一节 2014-2017年全国高端白酒产量分析

第二节 2017年全国及主要省份高端白酒产量分析

第三节 2017年高端白酒产量集中度分析

第七章 2014-2017年中国高端白酒产业主要数据监测分析

第一节 2014-2017年中国高端白酒行业规模分析

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 2017年中国高端白酒行业结构分析

一、企业数量结构分析

二、销售收入结构分析

第三节 2014-2017年中国高端白酒行业产值分析

一、产成品增长分析

二、工业销售产值分析

第四节 2014-2017年中国高端白酒行业成本费用分析

一、销售成本分析

二、费用分析

第五节 2014-2017年中国高端白酒行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第八章 高端白酒消费者分析

第一节 2017年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 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

第九章 2017年中国高端白酒营销策略分析

第一节 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

第二节 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

三、金融危机下白酒销售渠道分析

第三节 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 2017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（600519）

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业成长性分析
- 四、企业经营能力分析
- 五、企业盈利能力及偿债能力分析

第二节 宜宾五粮液股份有限公司（000858）

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业成长性分析
- 四、企业经营能力分析
- 五、企业盈利能力及偿债能力分析

第三节 泸州老窖股份有限公司（000568）

- 一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

五、企业盈利能力及偿债能力分析

第四节 四川沱牌曲酒股份有限公司（600702）

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

五、企业盈利能力及偿债能力分析

第五节 四川水井坊股份有限公司（600779）

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

五、企业盈利能力及偿债能力分析

第六节 山西杏花村汾酒厂股份有限公司（600809）

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

五、企业盈利能力及偿债能力分析

第七节 安徽古井贡酒股份有限公司（000596）

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

五、企业盈利能力及偿债能力分析

第八节 酒鬼酒股份有限公司（000799）

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

五、企业盈利能力及偿债能力分析

第九节 湖北稻花香集团

一、公司概况

二、稻花香集团将在涪陵兴建白酒生产基地

三、稻花香集团高薪聘请企业顾问谋发展

四、稻花香白酒生产技改再发力

第十一章 2018-2024年中国高端白酒市场投资潜力及趋势分析

第一节 2018-2024年中国高端白酒市场投资预测

一、中国高端白酒行业发展趋势

二、高端白酒产品技术的发展走向

三、高端白酒行业未来发展方向

第二节 2018-2024年中国高端白酒市场前景展望

一、中国高端白酒市场趋势预测

二、未来国家政策规划

三、2018-2024年中国高端白酒市场规模预测

第十二章 2018-2024年中国高端白酒市场投资潜力分析

第一节 2014-2017年中国高端白酒投资概况

一、中国高端白酒投资环境

二、高端白酒行业上游投资决定的产业整体规模

三、高端白酒产品市场投资热情

第二节 中国高端白酒产业投资模式分析

一、自行投资建设

二、合作投资

三、收购模式

四、参股现有企业

第三节 2018-2024年中国高端白酒投资机会分析

一、中国高端白酒投资吸引力分析

二、中国高端白酒产业投资潜力分析

第四节 2018-2024年中国高端白酒投资前景分析

- 一、市场运营机制风险
- 二、市场竞争风险
- 三、技术风险
- 四、进退入壁垒风险

第十三章 结论及专家建议

图表目录：

图表 2014-2017年中国GDP及增长率统计

图表 2017年国内生产总值统计

图表 2015年-2017年工业经济增长情况

图表 2015-2017年中国社会固定资产投资额以及增长率

图表 2017年中国全社会固定资产投资统计

图表 2017年年末中国人口数及其构成

图表 2017年年末中国人口数及其构成

图表 2015-2017年中研究与试验发展（R&D）经费支出

图表 2015-2017年中国城镇新增就业人数

图表 2015-2017年中国国家全员劳动生产率

图表 高端白酒行业产业链

图表 2014-2017年中国高端白酒行业工业总产值情况

图表 2014-2017年中国高端白酒行业价格走势

图表 中国高端白酒产品市场价格统计

图表 2014-2017年中国高端白酒行业生产情况

图表 2018-2024年中国高端白酒产能预测

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/R9189411PW.html>