

2020-2026年中国高端白酒 行业分析与投资方向研究报告

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年中国高端白酒行业分析与投资方向研究报告》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.cction.com/report/202005/165777.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

回顾白酒行业的十年历程，2019年只是新一轮高端白酒量恢复的开始，资本市场称为补库存周期。除茅台，渠道商可能会刻意惜售、炒货外，五粮液、国窖1573渠道库存暂都不大。

也就是说高端白酒还没到鱼龙混杂的泡沫阶段。2019年，进入量价平衡阶段。这个阶段里，可能需高度关注量与价、库存与动销的动态变化。白酒行业区域资产规模分析2014-2019年贵州省酱香型白酒行业产销率分析

中企顾问网发布的《2020-2026年中国高端白酒行业分析与投资方向研究报告》共十四章。首先介绍了中国高端白酒行业市场发展环境、高端白酒整体运行态势等，接着分析了中国高端白酒行业市场运行的现状，然后介绍了高端白酒市场竞争格局。随后，报告对高端白酒做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国高端白酒行业发展趋势与投资预测。您若想对高端白酒产业有个系统的了解或者想投资中国高端白酒行业，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：

第一章中国白酒行业发展概述

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

第二节白酒的其他知识

一、白酒的度及其测定方法

二、白酒的勾兑和调味

三、白酒的各种成分

第三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2013-2016年中国白酒行业进口量分析

四、白酒行业规模和地位

五、中国白酒发展路径的9种深化

第二章中国白酒行业运行情况分析

第一节中国白酒产业结构分析

一、从白酒产量看行业结构中国酱香型白酒产地集中度分析

二、从白酒销售收入、利税看行业结构

三、从香型、酒度、酒质看行业结构

四、从白酒企业数量及企业结构看行业结构

第二节2019年中国白酒行业运行情况分析

一、2019年中国白酒行业运行情况

二、2017白酒行业竞争格局分析

三、2019年白酒营销关键词

第三节2019年中国白酒行业运行情况分析

一、2019年中国白酒行业运行情况

二、2019年中国白酒行业规模分析

三、2019年中国白酒行业资本劳动密集度

四、2019年中国白酒行业产销情况

五、2019年中国白酒行业成本费用结构

六、2019年中国白酒行业盈利情况

七、2019年中国白酒行业运营绩效

第四节2019年中国白酒行业运行情况分析

一、2019年我国白酒行业生产情况分析

二、2019年我国白酒行业盈利情况分析

三、2019年我国白酒行业价格情况分

第五节2011-2019年白酒产品产量分地区统计数据

一、2019年全国及重点省市白酒产量分析

二、2019年全国及重点省市白酒产量分析

第六节中国白酒行业存在的问题

一、中国白酒企业六大硬伤

二、中国白酒行业发展存在的问题

三、中国白酒行业自身的问题

四、中国白酒行业的发展对策

五、中国白酒品牌创新发展策略

第三章2010-2019年中国白酒制造所属行业主要指标监测分析

第一节2010-2019年中国白酒制造行业数据统计与监测分析

一、2010-2019年中国白酒制造行业企业数量增长分析

二、2010-2019年中国白酒制造行业从业人数调查分析

三、2010-2019年中国白酒制造行业总销售收入分析

四、2010-2019年中国白酒制造行业利润总额分析

五、2010-2019年中国白酒制造行业投资资产增长性分析

第二节2019年中国白酒制造行业最新数据统计与监测分析

一、企业数量与分布

二、销售收入

三、利润总额

四、从业人数

第三节2019年中国白酒制造行业投资状况监测

一、行业资产区域分布

二、主要省市投资增速对比

第四章中国白酒市场分析

第一节中国白酒市场状况分析

一、2019年中国白酒市场发展特征

二、2019年白酒市场涨价情况分析

三、2019年中国白酒出口市场分析

四、2019年酒价仍有较大上涨空间

第二节高端白酒市场分析及预测

一、2017高档白酒市场价格走势分析

二、高端白酒的消费特征

三、高端白酒市场预测

第三节中档白酒市场分析

一、中档酒将成激烈争夺领域

二、中档酒市场发展特点分析

三、中低端白酒增长成亮点

四、中低端白酒市场价格走势

第四节中国白酒终端市场的运作解析

一、产品选择和客户管理

二、公关和培训

三、促销和服务客户

四、激励政策和物流管理

五、理货管理和回款管理

第五节中国白酒市场的同质化现象

一、浓香型白酒占据较大市场份额

二、品牌泛滥导致名酒形象淡化

三、价格体系紊乱及终端不良竞争加剧

四、白酒外包装雷同及广告宣传浮夸

五、白酒市场发展方向与消费需求脱节94

第五章中国白酒分区域市场分析

第一节华北地区高端白酒市场

第二节华东地区高端白酒市场

第三节华南地区高端白酒市场

第四节华中地区高端白酒市场

第五节东北地区高端白酒市场

第六节西北地区高端白酒市场

第七节西南地区高端白酒市场

第六章白酒消费者分析

第一节白酒消费需求分析

一、白酒消费主流及趋势分析

二、现阶段我国高端白酒消费特点

三、2019年我国白酒市场销量分析

四、白酒市场状况与潜在消费需求分析

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、白酒消费者购买目的分析

五、白酒消费者对广告促销的态度分析

第三节“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

第四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

第七章白酒营销策略分析

第一节2019年白酒的需求特质与渠道

一、2019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、高端白酒招商策略

第五节白酒广告策略分析

第六节中国白酒市场的文化营销分析

- 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

第八章白酒行业竞争状况分析

第一节白酒市场竞争特点

- 一、 中档酒是新生白酒品牌的最佳立足空间
- 二、 渠道价值仍然不可低估
- 三、 餐饮终端是酒类产品的竞争焦点
- 四、 促销方式以单纯产品促销为主
- 五、 地域市场品牌仍占消费主流
- 六、 商务用酒的消费比例

第二节当前白酒行业竞争格局

- 一、 中国白酒行业集中度分析
- 二、 2019年业外资本积极涌入
- 三、 高端白酒行业竞争格局
- 四、 浓香型高端白酒竞争格局
- 五、 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

第四节高端白酒行业竞争趋势分析

- 一、 2019年高端白酒行业竞争趋势
- 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

第九章白酒替代品行业竞争分析

第一节啤酒行业

- 一、 2019年我国啤酒产量分析

二、2019年中国啤酒业展望

第二节葡萄酒行业

一、2019年中国葡萄酒产量

二、2019年中国葡萄酒业展望

第三节黄酒行业

一、2019年黄酒行业发展分析

二、2019年中国黄酒行业展望

第四节保健酒行业

一、保健酒发展分析

第五节烈性洋酒在中国的发展

一、2019年国人境外消费洋酒情况

二、高端洋酒品牌的中国式营销

第十章中国白酒重点企业分析

第一节五粮液

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

第二节贵州茅台

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

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

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

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

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

第七节安徽古井贡酒股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

第八节酒鬼酒股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

第九节湖北稻花香集团

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

第十节江苏洋河酒厂股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

第十一章中国白酒中小企业发展分析

第一节中小品牌白酒面临的问题

一、资金短缺

二、融资能力低

三、市场竞争力低

四、人才短缺

五、做品牌与销量的“夹缝生存困惑”

六、市场狭窄

第二节中小白酒企业的竞争定位

一、基于地缘优势上的盘整

二、基于产品包装上的优势

三、基于产品品质上的定位

第三节2019年中小品牌白酒突围之道

一、区域抢跑

二、市场卡位

三、差异领先

四、资源聚焦

第十二章2020-2026年中国白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

第二节中国白酒行业发展环境分析与预测

一、2019年中国白酒行业发展环境

二、2019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

第四节高端白酒行业景气度分析及预测

一、一线超高端白酒“十二五”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、2019年三线次高端白酒企业利润增长预期

第五节未来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2020年

第十三章2020-2026年中国白酒包装发展现状与趋势

第一节中国白酒包装现状分析

一、白酒包装现状

二、白酒的包装与设计

三、白酒包装的理性回归

四、浅析激光全息材料在白酒纸包装上的应用

第二节白酒包装发展策略

一、白酒包装设计需个性化发展

二、白酒包装需要推陈出新

三、白酒包装如何打出品牌

四、白酒包装应该以实用为风向标

第三节白酒包装发展趋势

一、追求高档化

二、崇尚个性化

三、包装材料的变化

四、包装色调上的变化

第十四章2020-2026年中国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

第二节白酒企业的招商策略

一、品牌规划策略

二、市场规划策略

三、招商启动策略

四、白酒企业招商应注意的问题

第三节白酒海外市场攻略

第四节二线白酒企业突围的关键要素

一、战略企图

二、声誉产品

三、市场板块

四、团队整合

五、资源匹配度

图表目录：

图表11949-2019年白酒产量(千万升)

图表21996-2019年白酒销售收入与利润(亿元)

图表31999-2017白酒企业数量及其情况

图表42001-2017白酒企业结构统计

图表52019年我国白酒制造业资本/劳动密集度情况

图表62019年中国白酒行业成本费用结构

图表72019年全国及重点省市白酒产量分析

图表82019年全国及重点省市白酒产量分析

图表92010-2019年中国白酒制造行业企业数量增长分析

图表102010-2019年中国白酒制造行业从业人数调查分析

图表112010-2019年中国白酒制造行业产品销售收入分析

图表122010-2019年中国白酒制造行业利润总额分析

图表132010-2019年中国白酒制造行业资产合计分析

图表142011-2019年中国白酒制造行业企业数量分析

图表152019年中国白酒制造行业产品销售收入分析

图表162019年中国白酒制造行业产品利润总额分析

图表172019年中国白酒制造行业从业人数分析

图表182019年中国白酒制造行业总资产周转率分析

图表192019年中国白酒制造行业投资区域分析

图表202020-2026年影响高端白酒行业运行的不利因素

图表212019年我国白酒市场华北地区产量集中度分析

图表222019年我国白酒市场华东地区产量集中度分析

图表232019年我国白酒市场华南地区产量集中度分析

图表242019年我国白酒市场华中地区产量集中度分析

图表252019年我国白酒市场东北地区产量集中度分析

图表262019年我国白酒市场西北地区产量集中度分析

图表272019年我国白酒市场西南地区产量集中度分析

图表28美国GDP增速和烈性酒消费之间的关系

图表29我国白酒重度消费群体的年龄分布以及当前我国人口结构

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202005/165777.html>