

2022-2028年中国高度酒市 场深度评估与投资潜力分析报告

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

《2022-2028年中国高度酒市场深度评估与投资潜力分析报告》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/202201/262261.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

高度酒是中国特有的一种蒸馏酒。优质高度酒必须有适当的贮存期。泸型酒至少贮存3~6个月，多在一年以上；汾型酒贮存期为一年左右，茅型酒要求贮存三年以上。酒度一般都在40度以上，40度以下为低度酒。这是我国传统生产方法所形成的高度酒，酒度在41度以上，多在55度以上，一般不超过65度。经济增长方式发生了改变：高度酒行业加强了产品结构、组织结构、运行机制等多方面的调整，经济增长方式发生了改变，由原来的粗放式经营，依靠量的扩张，向集约化经营，依靠品牌效应、文化效应、质量效应、市场精耕细作等方式的转变，提高了经济增长的质量和效益。高度酒行业，特别是名优高度酒企业的经济实力大幅度提升。

高端酒（600元以上）是准奢侈品，可选消费。主要有几个特点，1、产量的稀缺性，茅台、五粮液等总量不过4万吨，占高度酒行业总产量不到1%；2、集中度极高且稳定，过去三年已完成洗牌，茅台、五粮液、泸州老窖三家基本占据90%以上份额；3、极强的提价能力，一方面来自消费升级拉动，另一方面来自高端酒的投资品属性。我们判断未来高端酒将量价齐升，小幅扩容增长，总量每年保持5-10%增速，价格贡献幅度跑赢CPI，收入增长中枢在8-10%。次高端（300-600元），逻辑类似高端酒，估计总量是高档酒的3-4倍，但收入的行业占比估计不到10%，容量小。跟随高档酒提价，受益消费升级，总量稳定增长，但集中度明显低于高档酒，竞争比较激烈。中端酒（100-300元），大众消费及消费升级的核心价位段，销量占行业的15%左右，但收入占行业总收入的40-50%，特点主要有：容量大，销量约150-200万吨，收入约2000亿；集中度很低，竞争激烈，洋河的海之蓝、梦之蓝及古井的年份原浆系列，合计市占率约6-7%；长期总量稳定，红海市场，企业增长来自集中度提升；具备提价能力，中长期看，龙头企业的核心产品提价幅度能跑赢CPI。低端酒（100元以下），逻辑类似中端酒，大众消费的核心价格段，受益消费升级，收入规模小，但销量规模大，总销量约500万吨占整个行业的一半，但收入500亿只占整个行业的10%；CR2估计在5-10%；这个价格带的集中速度会快于中档酒；提价呈小幅慢跑，跑平CPI，消费者对价格较敏感。

高度酒的需求主要由政务、商务、个人三部分组成，本轮行业调整前，政商务占需求主导。糖酒快讯数据显示，本轮调整前，工作、政务、商务应酬消费占比达到60%以上，而交流感情、娱乐、突发情况形成的纯粹个人支出性消费占比分别为10%、20%、10%。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国高度酒市场深度评估与投资潜力分析报告》共十四章。首先介绍了中国高度酒行业市场发展环境、高度酒整体运行态势等，接着分析了中国高度酒行业市场运行的现状，然后介绍了高度酒市场竞争格局。随后，报告对高度酒做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国高度酒行业发展趋势与投资预测。您若想对高度酒产业

有个系统的了解或者想投资中国 高度酒行业，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 高度酒行业相关基础概述及研究机构

1.1 高度酒的定义及分类

1.1.1 高度酒的界定

1.1.2 高度酒的分类

1.1.3 高度酒的特性

1.2 高度酒行业特点分析

1.2.1 市场特点分析

1.2.2 行业经济特性

1.2.3 行业发展周期分析

1.2.4 行业进入风险

1.2.5 行业成熟度分析

1.3 高度酒行业研究机构

1.3介绍

1.3.2 高度酒行业研究优势

1.3.3 高度酒行业研究范围

第二章 2015-2019年中国高度酒行业市场发展环境分析

2.1 中国高度酒行业经济环境分析

2.1.1 中国经济运行情况

1、国民经济运行情况GDP

2、消费价格指数CPI、PPI

3、全国居民收入情况

4、恩格尔系数

5、酿酒工业触底回升

6、酿酒行业产销量重拾增长

2.1.2 经济环境对行业的影响分析

2.2 中国高度酒行业政策环境分析

2.2.1 行业监管环境

- 1、行业主管部门
- 2、行业监管体制

2.2.2 行业政策分析

- 1、《白酒生产许可证审查细则》
- 2、《全国白酒行业纯粮固态发酵白酒行业规范》
- 3、《关于进一步加强白酒质量安全监督管理工作的通知》

2.2.3 政策环境对行业的影响分析

2.3 中国高度酒行业社会环境分析

2.3.1 行业社会环境

- 1、人口环境分析
- 2、饮酒文化分析
- 3、消费升级分析
- 4、打击三公消费
- 5、大众消费崛起

2.3.2 社会环境对行业的影响分析

2.4 中国高度酒行业技术环境分析

2.4.1 高度酒技术分析

- 1、技术水平总体发展情况
- 2、中国高度酒行业新技术研究

2.4.2 高度酒技术发展水平

- 1、中国高度酒行业技术水平所处阶段
- 2、与国外高度酒行业的技术差距

2.4.3 行业主要技术发展趋势

2.4.4 技术环境对行业的影响

第三章 中国高度酒行业上、下游产业链分析

3.1 高度酒行业产业链概述

3.1.1 产业链定义

3.1.2 高度酒行业产业链

3.2 高度酒行业上游-粮食产业发展分析

3.2.1 粮食产业发展现状

3.2.2 粮食产业供给分析

3.2.3 供给价格分析

3.2.4 主要供给企业分析

3.3 高度酒行业下游-消费者消费情况分析

3.3.1 居民人均高度酒消费情况

3.3.2 高度酒消费者地域分布情况

3.3.3 消费升级下的高度酒消费市场

3.3.4 高度酒消费者品牌忠诚度分析

第四章 国际高度酒行业市场发展分析

4.1 2015-2019年国际高度酒行业发展现状

4.1.1 国际高度酒行业发展现状

4.1.2 国际高度酒行业发展规模

4.1.3 国际高度酒主要技术水平

4.2 2015-2019年国际高度酒市场需求研究

4.2.1 国际高度酒市场需求特点

4.2.2 国际高度酒市场需求结构

4.2.3 国际高度酒市场需求规模

4.3 2015-2019年国际区域高度酒行业研究

4.3.1 欧洲

4.3.2 美国

4.3.3 日韩

4.4 国际重点高度酒生产企业分析

4.4.1 帝亚吉欧

4.4.2 贵州茅台

4.4.3 法国保乐力加集团

4.4.4 人头马

4.4.5 绝对伏特加

4.4.6 轩尼诗

4.5 2022-2028年国际高度酒行业发展展望

- 4.5.1 国际高度酒行业发展趋势
- 4.5.2 国际高度酒行业规模预测
- 4.5.3 国际高度酒行业发展机会

第五章 2015-2019年中国高度酒所属行业发展概述

- 5.1 中国高度酒行业发展状况分析
 - 5.1.1 中国高度酒行业发展阶段
 - 5.1.2 中国高度酒行业发展总体概况
 - 5.1.3 中国高度酒行业发展特点分析
- 5.2 2015-2019年高度酒行业发展现状
 - 5.2.1 2015-2019年中国高度酒行业发展热点
 - 5.2.2 2015-2019年中国高度酒行业发展现状
 - 5.2.3 2015-2019年中国高度酒企业发展分析
- 5.3 重点高度酒企业市场份额分析
- 5.4 高度酒行业市场集中度分析
- 5.5 中国高度酒行业细分市场概况
 - 5.5.1 市场细分充分程度
 - 5.5.2 细分市场结构分析
 - 5.5.3 清香型高度酒市场分析
 - 5.5.4 酱香型高度酒市场分析
- 5.6 中国高度酒终端市场运作分析
 - 5.6.1 产品选择和客户管理
 - 5.6.2 公关和培训
 - 5.6.3 促销和客户服务
 - 5.6.4 激励政策
 - 5.6.5 物流管控
 - 5.6.6 理货管理和回款管理
- 5.7 高度酒市场同质化竞争严重
 - 5.7.1 品牌泛滥弱化品牌形象
 - 5.7.2 价格体系混乱导致终端价格竞争激烈
 - 5.7.3 包装雷同及包装浮夸
 - 5.7.4 市场发展方向与居民消费需求脱节

5.8 中国高度酒行业发展问题及对策与建议

5.8.1 中国高度酒行业发展制约因素

5.8.2 中国高度酒行业存在问题分析

5.8.3 中国高度酒行业发展对策建议

第六章 中国高度酒所属行业运行指标分析及预测

6.1 中国高度酒所属行业企业数量分析

6.1.1 2015-2019年中国高度酒所属行业企业数量情况

6.1.2 2015-2019年中国高度酒所属行业企业竞争结构

6.2 2015-2019年中国高度酒所属行业财务指标总体分析

6.2.1 行业盈利能力分析

6.2.2 行业偿债能力分析

6.2.3 行业营运能力分析

6.2.4 行业发展能力分析

6.3 中国高度酒所属行业市场规模分析及预测

6.3.1 2015-2019年中国高度酒行业市场规模分析

6.3.2 2022-2028年中国高度酒行业市场规模预测

6.4 中国高度酒行业市场供需分析及预测

6.4.1 中国高度酒所属行业市场供给分析

1、2015-2019年中国高度酒行业供给规模分析

2、2022-2028年中国高度酒行业供给规模预测

6.4.2 中国高度酒所属行业市场需求分析

1、2015-2019年中国高度酒行业需求规模分析

2、2022-2028年中国高度酒行业需求规模预测

第七章 中国互联网+高度酒所属行业发展现状及前景

7.1 互联网给高度酒行业带来的冲击和变革分析

7.1.1 互联网时代高度酒行业大环境变化分析

7.1.2 互联网给高度酒行业带来挑战及机遇分析

7.1.3 互联网时代高度酒营销模式变革分析

7.1.4 互联网时代高度酒销售渠道变革分析

7.1.5 互联网时代高度酒行业商业模式变革分析

7.2 中国互联网+高度酒行业市场发展现状分析

7.2.1 中国互联网+高度酒行业投资布局分析

- 1、 中国互联网+高度酒行业投资切入方式
- 2、 中国互联网+高度酒行业投资规模分析
- 3、 中国互联网+高度酒行业投资业务布局

7.2.2 高度酒行业目标客户互联网渗透率分析

7.2.3 中国互联网+高度酒行业市场规模分析

7.2.4 中国互联网+高度酒行业竞争格局分析

- 1、 中国互联网+高度酒行业参与者结构
- 2、 中国互联网+高度酒行业竞争者类型
- 3、 中国互联网+高度酒行业市场占有率

7.2.5 中国高度酒垂直电商平台分析

- 1、 酒仙网
- 2、 酒美网
- 3、 网酒网
- 4、 酒库网
- 5、 1919

7.2.6 中国高度酒企业互联网战略案例分析

7.3 中国互联网+高度酒行业市场发展前景分析

7.3.1 中国互联网+高度酒行业市场增长动力分析

7.3.2 中国互联网+高度酒行业市场发展瓶颈剖析

7.3.3 中国互联网+高度酒行业市场发展趋势分析

第八章 中国高度酒所属行业消费市场调查

8.1 高度酒市场消费需求分析

8.1.1 高度酒市场的消费需求变化

8.1.2 高度酒行业的需求情况分析

8.1.3 高度酒品牌市场消费需求分析

8.2 高度酒消费市场状况分析

8.2.1 高度酒行业消费特点

8.2.2 高度酒行业消费结构分析

8.2.3 高度酒行业消费的市场变化

- 8.2.4 高度酒市场的消费方向
- 8.3 高度酒行业产品的品牌市场调查
 - 8.3.1 消费者对行业品牌认知度宏观调查
 - 8.3.2 消费者对行业产品的品牌偏好调查
 - 8.3.3 消费者对行业品牌的首要认知渠道
 - 8.3.4 高度酒行业品牌忠诚度调查
 - 8.3.5 消费者的消费理念调研

第九章 中国高度酒行业市场竞争格局分析

- 9.1 中国高度酒行业竞争格局分析
 - 9.1.1 高度酒行业区域分布格局
 - 9.1.2 高度酒行业企业规模格局
 - 9.1.3 高度酒行业企业性质格局
- 9.2 中国高度酒行业竞争五力分析
 - 9.2.1 高度酒行业上游议价能力
 - 9.2.2 高度酒行业下游议价能力
 - 9.2.3 高度酒行业新进入者威胁
 - 9.2.4 高度酒行业替代产品威胁
 - 9.2.5 高度酒行业现有企业竞争
- 9.3 中国高度酒行业竞争SWOT分析
 - 9.3.1 高度酒行业优势分析（S）
 - 9.3.2 高度酒行业劣势分析（W）
 - 9.3.3 高度酒行业机会分析（O）
 - 9.3.4 高度酒行业威胁分析（T）
- 9.4 中国高度酒行业投资兼并重组整合分析
 - 9.4.1 投资兼并重组现状
 - 9.4.2 投资兼并重组案例
- 9.5 中国高度酒行业竞争策略与建议

第十章 中国高度酒行业领先企业竞争力分析

- 10.1 贵州茅台酒股份有限公司竞争力分析
 - 10.1.1 企业发展基本情况

- 10.1.2 企业主要产品分析
- 10.1.3 企业竞争优势分析
- 10.1.4 企业经营状况分析
- 10.1.5 企业最新发展动态
- 10.1.6 企业发展战略分析
- 10.2 宜宾五粮液股份有限公司竞争力分析
 - 10.2.1 企业发展基本情况
 - 10.2.2 企业主要产品分析
 - 10.2.3 企业竞争优势分析
 - 10.2.4 企业经营状况分析
 - 10.2.5 企业最新发展动态
 - 10.2.6 企业发展战略分析
- 10.3 山西杏花村汾酒厂股份有限公司竞争力分析
 - 10.3.1 企业发展基本情况
 - 10.3.2 企业主要产品分析
 - 10.3.3 企业竞争优势分析
 - 10.3.4 企业经营状况分析
 - 10.3.5 企业最新发展动态
 - 10.3.6 企业发展战略分析
- 10.4 泸州老窖股份有限公司竞争力分析
 - 10.4.1 企业发展基本情况
 - 10.4.2 企业主要产品分析
 - 10.4.3 企业竞争优势分析
 - 10.4.4 企业经营状况分析
 - 10.4.5 企业最新发展动态
 - 10.4.6 企业发展战略分析
- 10.5 安徽口子酒业股份有限公司竞争力分析
 - 10.5.1 企业发展基本情况
 - 10.5.2 企业主要产品分析
 - 10.5.3 企业竞争优势分析
 - 10.5.4 企业经营状况分析
 - 10.5.5 企业最新发展动态

- 10.5.6 企业发展战略分析
- 10.6 北京顺鑫农业股份有限公司竞争力分析
 - 10.6.1 企业发展基本情况
 - 10.6.2 企业主要产品分析
 - 10.6.3 企业竞争优势分析
 - 10.6.4 企业经营状况分析
 - 10.6.5 企业最新发展动态
 - 10.6.6 企业发展战略分析
- 10.7 江苏洋河酒厂股份有限公司竞争力分析
 - 10.7.1 企业发展基本情况
 - 10.7.2 企业主要产品分析
 - 10.7.3 企业竞争优势分析
 - 10.7.4 企业经营状况分析
 - 10.7.5 企业最新发展动态
 - 10.7.6 企业发展战略分析
- 10.8 河北衡水老白干酒业股份有限公司竞争力分析
 - 10.8.1 企业发展基本情况
 - 10.8.2 企业主要产品分析
 - 10.8.3 企业竞争优势分析
 - 10.8.4 企业经营状况分析
 - 10.8.5 企业最新发展动态
 - 10.8.6 企业发展战略分析
- 10.9 四川沱牌舍得酒业股份有限公司竞争力分析
 - 10.9.1 企业发展基本情况
 - 10.9.2 企业主要产品分析
 - 10.9.3 企业竞争优势分析
 - 10.9.4 企业经营状况分析
 - 10.9.5 企业最新发展动态
 - 10.9.6 企业发展战略分析
- 10.10 安徽古井贡酒股份有限公司竞争力分析
 - 10.10.1 企业发展基本情况
 - 10.10.2 企业主要产品分析

- 10.10.3 企业竞争优势分析
- 10.10.4 企业经营状况分析
- 10.10.5 企业最新发展动态
- 10.10.6 企业发展战略分析

第十一章 2022-2028年中国高度酒行业发展趋势与投资机会研究

- 11.1 2022-2028年中国高度酒行业市场发展潜力分析
 - 11.1.1 中国高度酒行业市场空间分析
 - 11.1.2 中国高度酒行业竞争格局变化
 - 11.1.3 中国高度酒行业互联网+前景
- 11.2 2022-2028年中国高度酒行业发展趋势分析
 - 11.2.1 中国高度酒行业品牌格局趋势
 - 11.2.2 中国高度酒行业渠道分布趋势
 - 11.2.3 中国高度酒行业市场趋势分析
- 11.3 2022-2028年中国高度酒行业投资机会与建议
 - 11.3.1 中国高度酒行业投资前景展望
 - 11.3.2 中国高度酒行业投资机会分析
 - 11.3.3 中国高度酒行业投资建议

第十二章 2022-2028年中国高度酒行业投资分析与风险规避

- 12.1 中国高度酒行业关键成功要素分析
- 12.2 中国高度酒行业投资壁垒分析
- 12.3 中国高度酒行业投资风险与规避
 - 12.3.1 宏观经济风险与规避
 - 12.3.2 行业政策风险与规避
 - 12.3.3 上游市场风险与规避
 - 12.3.4 市场竞争风险与规避
 - 12.3.5 技术风险分析与规避
 - 12.3.6 下游需求风险与规避
- 12.4 中国高度酒行业融资渠道与策略
 - 12.4.1 高度酒行业融资渠道分析
 - 12.4.2 高度酒行业融资策略分析

第十三章 2022-2028年中国高度酒行业盈利模式与投资战略规划分析（）

13.1 国外高度酒行业投资现状及经营模式分析

13.1.1 境外高度酒行业成长情况调查

13.1.2 经营模式借鉴

13.1.3 国外投资新趋势动向

13.2 中国高度酒行业商业模式探讨

13.2.1 行业主要商业模式分析

13.2.2 高度酒行业商业模式创新分析

13.3 中国高度酒行业投资发展战略规划

13.3.1 战略优势分析

13.3.2 战略机遇分析

13.3.3 战略规划目标

13.3.4 战略措施分析

13.4 最优投资路径设计

13.4.1 投资对象

13.4.2 投资模式

13.4.3 预期财务状况分析

13.4.4 风险资本退出方式

第十四章 研究结论及建议（）

14.1 研究结论

14.2 建议

14.2.1 行业发展策略建议

14.2.2 行业投资方向建议

14.2.3 行业投资方式建议

图表目录

图表：高度酒行业特点

图表：高度酒行业生命周期

图表：高度酒行业产业链分析

图表：中国GDP增长情况

图表：中国CPI增长情况

图表：中国人口数量及其构成

图表：中国工业增加值及其增长速度

图表：中国城镇居民可支配收入情况

图表：2015-2019年高度酒行业市场规模分析

图表：2022-2028年高度酒行业市场规模预测

图表：2015-2019年中国高度酒行业供给规模分析

图表：2022-2028年中国高度酒行业供给规模预测

图表：2015-2019年中国高度酒行业需求规模分析

图表：2022-2028年中国高度酒行业需求规模预测

图表：2015-2019年中国高度酒行业企业数量情况

图表：2015-2019年中国高度酒行业企业竞争结构

图表：中国高度酒行业盈利能力分析

图表：中国高度酒行业运营能力分析

图表：中国高度酒行业偿债能力分析

图表：中国高度酒行业发展能力分析

图表：中国高度酒行业经营效益分析

图表：2015-2019年高度酒行业重要数据指标比较

图表：2015-2019年中国高度酒行业竞争力分析

图表：2022-2028年中国高度酒行业产能预测

图表：2022-2028年中国高度酒行业消费量预测

图表：2022-2028年中国高度酒市场价格走势预测

图表：2022-2028年中国高度酒行业发展趋势预测

图表：区域发展战略规划

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202201/262261.html>