

2017-2022年中国白酒行业 设计趋势分析及市场竞争策略研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国白酒行业设计趋势分析及市场竞争策略研究报告》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.abaogao.com/b/baijiu/006189YMEY.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

数据显示：2016年7月中国白酒产量为96.5万千升，同比增长0.9%。2016年1-7月止累计中国白酒产量751.5万千升，同比增长4.4%。

2016年1-7月全国白酒产量统计表 指标 白酒（折65度，商品量）产量_当期值(万千升) 白酒（折65度，商品量）产量_累计值(万千升) 白酒（折65度，商品量）产量_同比增长(%) 白酒（折65度，商品量）产量_累计增长(%)

2016年2月	216.4	5.6	2016年3月	119	332.6	9.1	6.7							
2016年4月	101.8	433.5	2	5.3	2016年5月	105.5	539.3	4.2	5.9	2016年6月	116	655.3	1.8	4.9
2016年7月	96.5	751.5	0.9	4.4										

数据来源：国家统计局

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国白酒行业设计趋势分析及市场竞争策略研究报告》依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

智研数据研究中心是国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

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 未来5年白酒电商消费渠道将快速发展
- 1.2.3 预调酒行业年复合增长率或达到50-60%
- 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 白酒行业发展特点分析
 - 2.1.2 白酒行业市场规模分析
 - (1) 白酒行业产量规模分析
 - (2) 白酒行业收入规模分析
 - 2.1.3 白酒行业经营效益分析
 - (1) 白酒行业盈利能力分析
 - (2) 白酒行业运营能力分析
 - (3) 白酒行业偿债能力分析
 - (4) 白酒行业发展能力分析
 - 2.1.4 白酒行业供需平衡分析
 - (1) 白酒行业供给分析
 - (2) 白酒行业需求分析
- 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

1) 企业自营网站

2) 企业合作平台

- (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

1) 企业管理基础

2) 企业平台基础

3) 企业数据驱动

4) 企业未来方向

5) 企业自营网站

- (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

1) 企业自营网站

2) 企业合作平台

(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

1) 企业自营网站

2) 企业合作平台

(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

1) 企业自营网站

2) 企业合作平台

(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

6.2.8 一九一九

- (1) 企业发展基本情况
- (2) 企业运营业态分析
 - 1) 1919酒类连锁超市
 - 2) 1919进口酒商店
 - 3) 1919商场店中店
 - 4) 1919酒类网上商场
 - 5) 1919战略合作配送商
- (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

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3：2010-2015年中国白酒行业产量及增长情况（单位：万千升，%）

图表4：2010-2015年中国白酒行业销售收入（单位：万元，%）

图表5：2010-2015年中国白酒行业盈利能力

图表6：2010-2015年中国白酒行业盈利能力

图表7：2010-2015年中国白酒行业盈利能力

图表8：2010-2015年中国白酒行业盈利能力

图表9：2010-2015年中国白酒行业工业总产值变化

图表10：2010-2015年中国白酒行业销售产值变化

图表11：2017-2022年中国白酒行业销售收入预测（单位：万元）

图表12：2017-2022年中国互联网白酒行业销售收入预测（单位：万元）

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/baijiu/006189YMEY.html>