

2018-2024年中国高端白酒 行业深度研究与投资战略咨询报告

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

《2018-2024年中国高端白酒行业深度研究与投资战略咨询报告》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/D04382SFOV.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

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

2016年1-12月，全国规模以上白酒企业完成酿酒总产量1358.36万千升，同比增长3.23%。其中规模以上白酒企业累计完成销售收入6125.74亿元，同期增长10.07%；累计实现利润总额797.15亿元，同期增长9.24%；而亏损企业累计亏损额10.54亿元，同期下降15.92%。

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 全球白酒制造行业发展分析

第一节 2015-2017年世界白酒制造行业发展状况分析

一、全球白酒制造市场供给分析

二、全球白酒制造市场需求分析

三、全球主要白酒制造企业分析

第二节 2015-2017年全球主要国家白酒制造市场分析

一、美国白酒制造市场分析

二、德国白酒制造市场分析

三、日本白酒制造市场分析

第三节 2018-2024年全球白酒制造市场发展趋势分析

第二章 2017年中国白酒行业整体运行情况分析

第一节 中国白酒行业相关要述

一、白酒的分类

二、白酒香型介绍

三、白酒生产的特性

第二节 中国白酒行业运行简况

一、白酒行业发展的历程

二、白酒酿造技术现状

三、白酒行业规模和地位

四、中国白酒发展路径的9种深化

第三节 近三年中国白酒行业运行情况分析

一、2017年中国白酒行业运行情况

二、2017年中国白酒行业运行情况

三、2017年中国白酒行业运行情况

第四节 2017年中国白酒行业运行情况分析

一、2017年中国白酒行业产销情况

二、2017年中国白酒市场价格情况

三、2017年白酒上市公司业绩良好

四、2017年白酒业掀起新一轮“资本潮”

第五节 2018-2024年中国白酒市场发展预测

第三章 2017年中国高端白酒市场运行分析

第一节 高端白酒市场特征分析

一、高档酒市场特征

二、高端白酒的消费特征

三、高端白酒市场调查

四、高端白酒市场进入壁垒与赢利模式分析

第二节 2017年高端白酒市场发展情况分析

一、前期调整主要源自需求下滑和库存消化

二、2017年高端白酒市场价格情况分析

第三节 2018-2024年高端白酒市场预测分析

一、高档白酒进入平稳增长期

二、当前影响中国高端白酒发展的因素

第四章 2015-2017年中国白酒产业技术研发分析

第一节 生物工程技术的研究

一、窖泥微生物研究

二、酱香功能菌的研究

第二节 酿酒发酵机理的研究

第三节 白酒香味成分剖析

第四节 生产工艺的改革与创新

一、麸曲酱香白酒工艺创新

二、复式发酵

三、分层发酵

四、夹泥发酵

五、汾酒发酵的最高品温控制

六、将先进的纳米技术引入白酒行业

第五节 白酒贮存研究

第六节 新型白酒的发展

第七节 低度酒的生产与发展

第五章 2015-2017年中国白酒制造所属行业主要指标监测分析

第一节 2015-2016年中国白酒制造行业数据统计与监测分析

一、2015-2016年中国白酒制造行业企业数量增长分析

二、2015-2016年中国白酒制造行业从业人数调查分析

三、2015-2016年中国白酒制造行业总销售收入分析

四、2015-2016年中国白酒制造行业利润总额分析

五、2015-2016年中国白酒制造行业投资资产增长性分析

第二节 2017年中国白酒制造行业最新数据统计与监测分析（定期更新）

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 2017年中国白酒制造行业投资状况监测（定期更新）

一、行业资产区域分布

二、主要省市投资增速对比

第六章 2015-2017年中国白酒（折65度，商品量）产量数据统计分析

第一节 2015-2016年中国白酒（折65度，商品量）产量数据分析

一、2015-2016年全国白酒（折65度，商品量）产量数据分析

二、2015-2016年白酒（折65度，商品量）重点省市数据分析

第二节 2017年中国白酒（折65度，商品量）产量数据分析

一、2017年全国白酒（折65度，商品量）产量数据分析

二、2017年白酒（折65度，商品量）重点省市数据分析

第三节 2017年中国白酒（折65度，商品量）产量增长性分析

一、产量增长

二、集中度变化

第七章 2015-2017年中国浓度<80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进出口统计（2208）

第一节 2015-2017年中国浓度<80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进出口数据监测

一、浓度<80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进口数据分析

二、浓度<80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料出口数据分析

三、浓度<80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进出口单价分析

第二节 浓度<80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进出口国家及地区分析

一、浓度<80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进口来源国家及地区

二、浓度<80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料出口国家及地区

第三节 浓度<80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进出口省市分析

一、浓度<80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料主要进口省市分析

二、浓度<80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料主要出口省市分析

第八章 2017年中国高端白酒分区域市场运行分析

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

第九章 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

第十章 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

第十一章 2017年高端白酒行业竞争状况分析

第一节 2017年中国高端白酒行业竞争格局

- 一、 高端白酒五强格局初成型
- 二、 浓香型高端白酒竞争格局
- 三、 2017年中国白酒市场场竞争加剧

第二节 2017年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、 品牌发展趋势分析

第三节 2018-2024年中国高端白酒行业竞争趋势分析

- 一、 高端白酒提价或导致行业洗牌
- 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

第十二章 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

第十节 ……

第十三章 2017年中国高端白酒行业运行环境与趋势探讨

第一节 2017年中国白酒行业经济环境分析

一、中国宏观经济环境分析

二、中国宏观对白酒市场的推动作用分析

第二节 2017年中国白酒行业运行政策环境分析

一、2017年白酒税收调整促使我国白酒发展更加规范化

二、2017年严格整治醉酒驾驶后驾驶对白酒的影响

三、《酱香型白酒》国家标准通过专家组审定

第三节 2018-2024年中国白酒行业发展预测分析

一、白酒收入和利润总额在规模和增速上均领先行业

二、白酒行业税前利润率持续提升并领先行业

三、白酒产量增速数据和稳定性强于其他子行业

四、四次政策调整促使白酒行业出现两个发展方向

五、行业格局在政策的引导下出现两个发展方向

六、消费升级和城镇化率提升是白酒行业发展的驱动因素

第四节 2018-2024年中国高端白酒行业景气度分析及预测

一、高端类消费品受益于经济的复苏

二、高端白酒提价能力分析

三、品牌基础和消费升级促高端白酒销量增长

四、白酒公司2~15%提价就可完全抵消消费税征收

第五节 2018-2024年中国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年

第十四章 2018-2024年中国高端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 白酒品牌发展策略分析

- 一、建设白酒品牌的十大法则
- 二、白酒品牌布局策略
- 三、白酒品牌客户资源的战略整合
- 四、中小白酒企业的品牌经营
- 五、白酒品牌传播如何诠释自己的卖点
- 六、成功创建白酒品牌的关键

第三节 高端白酒品牌发展策略分析

- 一、高端白酒品牌竞争策略
- 二、浅析高档白酒品牌的发展思路
- 三、打造高档白酒品牌的四大法则
- 四、中国高端白酒“功能价值”救赎之路
- 五、高端白酒正确把握价值与理性的相融

第四节 中国白酒的蓝海战略

- 一、白酒企业寻找蓝海十个命题的判断
- 二、白酒企业开辟蓝海的方向

第五节 白酒海外市场攻略

- 一、区域的选择
- 二、模式的选择
- 三、时机与方式的选择

图表目录

图表：2015-2017年中国白酒制造行业企业数量统计

图表：2017年中国白酒制造行业企业数量分布图

图表：2015-2017年中国白酒制造从业人数状况统计

图表：2017年中国白酒制造行业不同所有制企业从业人员数据

图表：2015-2017年中国白酒制造行业不同规模企业总销售收入情况

图表：2015-2017年中国白酒制造行业不同规模企业销售收入所占比例图

图表：2015-2017年中国白酒制造行业总销售收入情况

图表：2015-2017年中国白酒制造行业不同所有制企业总销售收入比例图

图表：2015-2017年中国白酒制造行业不同所有制企业总销售收入对比图

图表：2017年中国白酒制造行业不同所有制企业总销售收入对比图

图表：2015-2017年中国白酒制造行业利润总额情况数据统计

图表：2015-2017年中国白酒制造行业不同规模企业利润总额情况

图表：2017年中国白酒制造行业不同规模企业利润总额所占比例

图表：2015-2017年中国白酒制造行业不同所有制企业利润总额情况

图表：2015-2016年中国白酒制造行业不同所有制企业利润总额对比图

图表：2017年中国白酒制造行业不同所有制企业利润总额对比图

图表：2015-2017年中国白酒制造行业销售毛利率情况统计

图表：2015-2017年中国白酒制造行业不同规模企业销售毛利率情况

图表：2015-2017年中国白酒制造行业不同所有制企业销售毛利率情况

图表：2015-2017年中国白酒制造行业不同所有制企业销售毛利率对比图

图表：2015-2017年中国白酒制造行业不同所有制企业销售毛利率对比图

图表：2015-2017年中国白酒制造行业销售利润率情况数据统计

图表：2015-2017年中国白酒制造行业不同规模企业销售利润率情况

图表：2015-2017年中国白酒制造行业不同所有制企业销售利润率情况

图表：2015-2016年中国白酒制造行业不同所有制企业销售利润率对比图

图表：2017年中国白酒制造行业不同所有制企业销售利润率对比图

图表：2015-2017年中国白酒制造行业总资产利润率情况数据统计

图表：2015-2017年中国白酒制造行业不同规模企业总资产利润率情况

图表：2015-2017年中国白酒制造行业不同所有制企业总资产利润率情况

图表：2015-2016年中国白酒制造行业不同所有制企业总资产利润率对比图

图表：2017年中国白酒制造行业不同所有制企业总资产利润率对比图

图表：2015-2016年全国及主要省份白酒产量分析

图表：2017年全国及主要省份白酒产量分析

图表：白酒产量增长性分析

图表：2015-2017年中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进口量增长趋势图

图表：2015-2017年中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进口金额增长趋势图

图表：2015-2017年中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料出口量增长趋势图

图表：2015-2017年中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料出口金额增长趋势图

图表：中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进口来源地及量值统计表

图表：中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进口来源结构

图表：中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料出口去向国家和地区统计表

图表：中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料出口去向分布图

图表：2015-2017年贵州茅台酒股份有限公司主营业务收入增长趋势图
略……

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/baijiu/D04382SFOV.html>