

2018-2024年中国次高端白酒行业市场运营态势与发展建议咨询报告

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年中国次高端白酒行业市场运营态势与发展建议咨询报告》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/F29847PX6V.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

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

次高端白酒品牌主要是老十八大名酒品牌及其旗下创新的子品牌，不过在全国有影响力的次高端白酒品牌不多，相对也比较集中，市场规模没有高端白酒的那么大。2016年次高端白酒迎来了较好的增长，主要有几个方面的因素，这些因素在2017年次高端白酒的增长也有很大的作用。在高端白酒的价格继续上涨的背景下，次高端白酒品牌凸显出来的性价比非常高。次高端白酒因为脱离一线高端阵营的知名白酒，比如剑南春、郎酒、汾酒，还有知名的酒厂出击高端的子品牌如水井坊、品味舍得、梦之蓝等。这些白酒本身就带有名酒基因，同一线高端白酒茅台、五粮液等高端白酒700元/瓶以上的价位相比，性价比更高。一线高端白酒的价格越是坚挺，次高端白酒的高性价比就越突出。

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%。

次高端白酒的整体基数还比较小，在2013年~2014年大幅度的调整之下，低基数下的增长会有更好的表现。高端白酒价格处于加速上涨的阶段，是次高端白酒的扩容放量迎来好的时间窗口。2016年三大高端白酒茅台、五粮液、泸州老窖集体实质性的成交价(一批价)上涨，也让次高端白酒有望迎来类似2010年~2012年的高景气阶段。2012年白酒行业的发展处在于一个高峰阶段，高端白酒终端价格持续走高，对次高端白酒的品牌带动比较明显。山西汾酒、沱牌舍得、水井坊、酒鬼酒等公司2012年基本达到收入的历史高峰。目前次高端白酒的业绩也正在逐步的恢复，但跟2012年的高峰水平仍然还是有一定的差距。未来随着复苏趋势延续，次高端白酒企业的业绩提升仍然会持续，整体盈利能力也可以得到进一步的回升。

随着白酒行业回暖趋势的明朗，行业集中度提高是趋势，一线和二线龙头对区域品牌的挤压将成为行业发展的一大特征，次高端白酒将从“保份额”进入到“抢份额”的贴身肉搏。在高端白酒不断提价以及消费升级的趋势下，白酒消费结构特征逐渐发生变化。在民生消费和商务用酒场景下，兼具品牌以及价格优势的次高端白酒产品成为很多消费者的最优选择，次高端白酒迎来新的发展空间。消费升级，一大部分的大众以及商务消费进入次高端白酒的价格带，一些地区生产的白酒在短时间内没有办法满足。居民的白酒消费升级趋势仍然在继续，大众消费以及商务消费的白酒消费水平正在提升，一部分大众和商务消费从原来的中低端区域进入次高端白酒的区域。地区酒品价格主要是在50元~300元/瓶，其中80元~200元/瓶的白酒消费区间是中档主流，再向上的升级始终是存在的，而且很容易向200~300元/瓶的价格区间升级，为次高端白酒培育一大批消费者。

智研数据研究中心发布的《2018-2024年中国次高端白酒行业市场运营态势与发展建议咨询

报告》共十四章。首先介绍了次高端白酒相关概念及发展环境，接着分析了中国次高端白酒规模及消费需求，然后对中国次高端白酒市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国次高端白酒面临的机遇及发展前景。您若想对中国次高端白酒有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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 次高端白酒行业相关基础概述及研究机构

1.1 次高端白酒的定义及分类

1.1.1 次高端白酒的界定

1.1.2 次高端白酒的品鉴

1.1.3 次高端白酒的分类

1.2 次高端白酒行业特点分析

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 次高端白酒行业研究机构

1.3.1 次高端白酒行业介绍

1.3.2 次高端白酒行业研究优势

1.3.3 次高端白酒行业研究范围

第二章 2014-2016年中国次高端白酒行业市场发展环境分析

2.1 中国次高端白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、工业发展形势

6、酿酒工业发展现状

2.1.2 经济环境对行业的影响分析

2.2 中国次高端白酒行业政策环境分析

2.2.1 行业监管环境

1、中国轻工业联合会

2、全国白酒标准化技术委员会

3、国家酒类及饮料质量监督检验中心

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 中国次高端白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 中国次高端白酒行业技术环境分析

2.4.1 次高端白酒酿造工艺分析

1、酿造工艺流程分析

2、中国次高端白酒行业新工艺研究

2.4.2 地理环境对次高端白酒品质的影响分析

第三章 中国次高端白酒行业上、下游产业链分析

3.1 次高端白酒行业产业链概述

3.1.1 产业链定义

3.1.2 次高端白酒行业产业链

3.2 次高端白酒行业上游-高粱种植产业发展分析

3.2.1 高粱种植产业发展现状

3.2.2 高粱种植产业供给分析

3.2.3 高粱供给价格分析

3.2.4 主要供给企业分析

3.3 次高端白酒行业下游-消费者消费情况分析

3.3.1 居民人均次高端白酒消费情况

3.3.2 次高端白酒消费者地域分布情况

3.3.3 消费升级下的次高端白酒消费市场

3.3.4 次高端白酒消费者品牌忠诚度分析

第四章 国际次高端白酒行业市场发展分析

4.1 2014-2016年国际次高端白酒行业发展现状

4.1.1 国际次高端白酒行业发展现状

4.1.2 国际次高端白酒行业发展规模

4.2 2014-2016年国际次高端白酒市场需求研究

4.2.1 国际次高端白酒市场需求特点

4.2.2 国际次高端白酒市场需求结构

4.2.3 国际次高端白酒市场需求规模

4.3 2014-2016年国际区域次高端白酒行业研究

4.3.1 欧洲

4.3.2 美国

4.3.3 日韩

4.4 2018-2024年国际次高端白酒行业发展展望

4.4.1 国际次高端白酒行业发展趋势

4.4.2 国际次高端白酒行业规模预测

4.4.3 国际次高端白酒行业发展机会

第五章 2014-2016年中国次高端白酒行业发展概述

5.1 中国次高端白酒行业发展状况分析

5.1.1 中国次高端白酒行业发展阶段

5.1.2 中国次高端白酒行业发展总体概况

- 5.1.3 中国次高端白酒行业发展特点分析
- 5.2 2014-2016年次高端白酒行业发展现状
 - 5.2.1 2014-2016年中国次高端白酒行业发展热点
 - 5.2.2 2014-2016年中国次高端白酒行业发展现状
 - 5.2.3 2014-2016年中国次高端白酒企业发展分析
- 5.3 重点次高端白酒企业市场份额分析
- 5.4 次高端白酒行业市场集中度分析
- 5.5 中国次高端白酒行业细分市场概况
 - 5.5.1 细分市场结构分析
 - 5.5.2 高端次高端白酒市场分析
 - 5.5.3 中低端次高端白酒市场分析
- 5.6 中国次高端白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 次高端白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 中国次高端白酒行业发展问题及对策建议
 - 5.8.1 中国次高端白酒行业发展制约因素
 - 5.8.2 中国次高端白酒行业存在问题分析
 - 5.8.3 中国次高端白酒行业发展对策建议

第六章 中国次高端白酒行业运行指标分析及预测

- 6.1 中国次高端白酒行业企业数量分析
 - 6.1.1 2014-2016年中国次高端白酒行业企业数量情况
 - 6.1.2 2014-2016年中国次高端白酒行业企业竞争结构

6.2 中国次高端白酒行业生产成本构成分析

6.3 2014-2016年中国次高端白酒行业财务指标总体分析

6.3.1 行业盈利能力分析

6.3.2 行业偿债能力分析

6.3.3 行业营运能力分析

6.3.4 行业发展能力分析

6.4 中国次高端白酒行业市场规模分析及预测

6.4.1 2014-2016年中国次高端白酒行业市场规模分析

6.4.2 2018-2024年中国次高端白酒行业市场规模预测

6.5 中国次高端白酒行业市场供需分析及预测

6.5.1 中国次高端白酒行业市场供给分析

1、2014-2016年中国次高端白酒行业供给规模分析

2、2018-2024年中国次高端白酒行业供给规模预测

6.5.2 中国次高端白酒行业市场需求分析

1、2014-2016年中国次高端白酒行业需求规模分析

2、2018-2024年中国次高端白酒行业需求规模预测

第七章 中国互联网+次高端白酒行业发展现状及前景

7.1 互联网给次高端白酒行业带来的冲击和变革分析

7.1.1 互联网时代次高端白酒行业大环境变化分析

7.1.2 互联网给次高端白酒行业带来挑战及机遇分析

7.1.3 互联网时代次高端白酒营销模式变革分析

7.1.4 互联网时代次高端白酒销售渠道变革分析

7.2 中国互联网+次高端白酒行业市场发展现状分析

7.2.1 中国互联网+次高端白酒行业投资布局分析

1、中国互联网+次高端白酒行业投资切入方式

2、中国互联网+次高端白酒行业投资规模分析

3、中国互联网+次高端白酒行业投资业务布局

7.2.2 次高端白酒行业目标客户互联网渗透率分析

7.2.3 中国互联网+次高端白酒行业市场规模分析

7.2.4 中国互联网+次高端白酒行业竞争格局分析

1、中国互联网+次高端白酒行业参与者结构

2、中国互联网+次高端白酒行业竞争者类型

3、中国互联网+次高端白酒行业市场占有率

7.2.5 中国次高端白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 中国次高端白酒企业互联网战略案例分析

7.3 中国互联网+次高端白酒行业市场发展前景分析

7.3.1 中国互联网+次高端白酒行业市场增长动力分析

7.3.2 中国互联网+次高端白酒行业市场发展瓶颈剖析

7.3.3 中国互联网+次高端白酒行业市场发展趋势分析

第八章 中国次高端白酒行业消费市场调查

8.1 次高端白酒市场消费需求分析

8.1.1 次高端白酒市场的消费需求变化

8.1.2 次高端白酒行业的需求情况分析

8.1.3 次高端白酒品牌市场消费需求分析

8.2 次高端白酒消费市场状况分析

8.2.1 次高端白酒行业消费特点

8.2.2 次高端白酒行业消费结构分析

8.2.3 次高端白酒行业消费的市场变化

8.2.4 次高端白酒市场的消费方向

8.3 次高端白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 次高端白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 中国次高端白酒行业市场竞争格局分析

- 9.1 中国次高端白酒行业竞争格局分析
 - 9.1.1 次高端白酒行业区域分布格局
 - 9.1.2 次高端白酒行业企业规模格局
 - 9.1.3 次高端白酒行业企业性质格局
- 9.2 中国次高端白酒行业竞争五力分析
 - 9.2.1 次高端白酒行业上游议价能力
 - 9.2.2 次高端白酒行业下游议价能力
 - 9.2.3 次高端白酒行业新进入者威胁
 - 9.2.4 次高端白酒行业替代产品威胁
 - 9.2.5 次高端白酒行业现有企业竞争
- 9.3 中国次高端白酒行业竞争SWOT分析
 - 9.3.1 次高端白酒行业优势分析（S）
 - 9.3.2 次高端白酒行业劣势分析（W）
 - 9.3.3 次高端白酒行业机会分析（O）
 - 9.3.4 次高端白酒行业威胁分析（T）
- 9.4 中国次高端白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 中国次高端白酒行业竞争策略建议

第十章 中国次高端白酒行业领先企业竞争力分析

- 10.1 江苏洋河酒厂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 四川水井坊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 江苏今世缘酒业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 2018-2024年中国次高端白酒行业发展趋势与投资机会研究

- 11.1 2018-2024年中国次高端白酒行业市场发展潜力分析
- 11.1.1 中国次高端白酒行业市场空间分析
- 11.1.2 中国次高端白酒行业竞争格局变化

- 11.1.3 中国次高端白酒行业互联网+前景
- 11.2 2018-2024年中国次高端白酒行业发展趋势分析
 - 11.2.1 中国次高端白酒行业品牌格局趋势
 - 11.2.2 中国次高端白酒行业渠道分布趋势
 - 11.2.3 中国次高端白酒行业市场趋势分析
 - 11.2.4 中国次高端白酒行业发展新契机分析
- 1、新消费
- 2、新市场
- 3、新零售
- 4、新渠道
- 5、新传播
- 11.3 2018-2024年中国次高端白酒行业投资机会与建议
 - 11.3.1 中国次高端白酒行业投资前景展望
 - 11.3.2 中国次高端白酒行业投资机会分析
 - 11.3.3 中国次高端白酒行业投资建议

第十二章 2018-2024年中国次高端白酒行业投资分析与风险规避

- 12.1 中国次高端白酒行业关键成功要素分析
- 12.2 中国次高端白酒行业投资壁垒分析
- 12.3 中国次高端白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 中国次高端白酒行业融资渠道与策略
 - 12.4.1 次高端白酒行业融资渠道分析
 - 12.4.2 次高端白酒行业融资策略分析

第十三章 2018-2024年中国次高端白酒行业盈利模式与投资战略规划分析

- 13.1 国外次高端白酒行业投资现状及经营模式分析

- 13.1.1 境外次高端白酒行业成长情况调查
- 13.1.2 经营模式借鉴
- 13.1.3 行业投资新趋势动向
- 13.2 中国次高端白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 次高端白酒行业商业模式创新分析
- 13.3 中国次高端白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 (ZY ZM)

- 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：次高端白酒行业特点
- 图表：次高端白酒行业生命周期
- 图表：次高端白酒行业产业链分析
- 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：中国次高端白酒消费年龄段变化分析

图表：中国次高端白酒饮用场所分析
图表：中国次高端白酒不同年龄段饮用时机分析
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：中国高端次高端白酒渗透率及平均饮用量分析
图表：中国高端次高端白酒区域市场分析
图表：中国中低端次高端白酒区域市场分析
图表：中国次高端白酒购买渠道分析
图表：次高端白酒行业互联网渠道占比分析
图表：次高端白酒互联网渗透率分析
图表：次高端白酒生产成本构成分析
图表：次高端白酒生产地域分布情况
图表：2014-2016年次高端白酒行业市场规模分析
图表：2018-2024年次高端白酒行业市场规模预测

图表：2014-2016年中国次高端白酒行业供给规模分析 图表：2018-2024年中国次高端白酒行业供给规模预测

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/baijiu/F29847PX6V.html>