

2017-2023年中国次高端白酒市场评估及投资前景 评估报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2023年中国次高端白酒市场评估及投资前景评估报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，以及我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市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/201709/563267.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

现阶段次高端市场规模占比依然最小。以2016年营收为例，我们粗略测算出次高端市场的营收约为203 亿元，较2012 年326 亿下滑38%，约占白酒总营收的3.31%，虽然相比2015 年占比有所提升，但仍明显低于2012 年的7.31%，更低于茅老五高端酒的9.32%和大众酒的87.37%。因白酒消费多是出于宴请、送礼等动机，故白酒的面子、地位等象征消费属性促使消费选择更高端产品。但随着高端酒价格重回回升通道，性价比更高的次高端白酒再次获得新的机会。

2012-2016年次高端市场规模变化

全国性品牌数量较少，格局尚未完全形成，竞争格局相对良性。现阶段次高端市场的全国性品牌屈指可数，尚未形成类似于高端市场的稳固格局，其中剑南春作为标杆性品牌，2016 年次高端收入规模也仅67.6 亿元，占比约为33.38%。此外，在历经调整期后，因先前定位于高端的品牌价格下移而导致次高端价格带品牌数量增多，同时随着行情复苏，区域品牌纷纷将产品体系向上延伸至300~500

价格带。可见，次高端市场仍具备较大整合空间，集中度有望进一步提升。

次高端市场中各品牌的市场份额估算

智研咨询发布的《2017-2023年中国次高端白酒市场评估及投资前景评估报告》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 2014-2017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 2014-2017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 2014-2017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 2014-2017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 2017-2023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 2014-2017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 2014-2017年次高端白酒行业发展现状

5.2.1 2014-2017年中国次高端白酒行业发展热点

5.2.2 2014-2017年中国次高端白酒行业发展现状

5.2.3 2014-2017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

次高端白酒指的是价格位于茅台、五粮液等高端白酒之下，但在区域性品牌之上的白酒群体。放眼全国白酒市场，定位在此价格中间地带的产品并不多，常见的有剑南春（水晶剑）、洋河（天之蓝/梦之蓝 M3）、汾酒（青花瓷 30 年/25 年）、水井坊（井台装/臻酿八号）、酒鬼酒（红坛十五年）、郎酒（红花郎十年/十五年）、沱牌舍得（品味舍得）等。其中一部分产品本身瞄准的就是次高端价格带，如剑南春、洋河，另外绝大多数都是二线高端白酒降价后进入该价格带的，如水井坊、舍得。在次高端价格带，除了洋河天/梦之蓝和剑南春水晶剑，能真正称得上全国性大单品的数量并不多。大部分的产品都是区域性品牌的高端系列，有着各自核心的市场，因此次高端白酒之间的竞争并不是十分激烈。300-500元正成为大众消费升级一个重要的价格带，目前在各个价位白酒中市场规模是最小的，保持相对较快的增速，在各个白酒细分板块中最有机会培育出新的强势品牌。

次高端白酒比较（规格为 52 度 500ml）

随着市场扩容和全国化市场开拓，次高端白酒未来竞争将会愈发激烈，是品牌力、渠道力、产品力的全面比拼。品牌力是支撑高端白酒高溢价的重要因素，像茅台、五粮液这样的高端白酒，可以靠品牌力提升价格和带动销量。但是对于品牌力较弱的区域性白酒而言，则需要更多的依靠渠道力推动来实现产品的市场开拓。次高端白酒刚好卡在两个价格带之间，因此次高端白酒的竞争将是“品牌+渠道”的双重比拼。兼具强品牌力和强渠道力的竞品，才能在激烈的竞争中脱颖而出。

剑南春、洋河、水井坊综合比较（最高五星）

5.5.1 细分市场结构分析

5.5.2 高端次高端白酒市场调研

5.5.3 中低端次高端白酒市场调研

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 2014-2017年中国次高端白酒行业企业数量情况

6.1.2 2014-2017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 2014-2017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 2014-2017年中国次高端白酒行业市场规模分析

6.4.2 2017-2023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、2014-2017年中国次高端白酒行业供给规模分析

2、2017-2023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、2014-2017年中国次高端白酒行业需求规模分析

2、2017-2023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趋势预测分析

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运营状况分析

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运营状况分析

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 企业发展简况分析

10.1.2 企业经营情况分析

10.1.3 企业经营优劣势分析

10.2 宜宾五粮液股份有限公司竞争力分析

10.2.1 企业发展简况分析

- 10.2.2 企业经营情况分析
- 10.2.3 企业经营优劣势分析
- 10.3 山西杏花村汾酒厂股份有限公司竞争力分析
 - 10.3.1 企业发展简况分析
 - 10.3.2 企业经营情况分析
 - 10.3.3 企业经营优劣势分析
- 10.4 泸州老窖股份有限公司竞争力分析
 - 10.4.1 企业发展简况分析
 - 10.4.2 企业经营情况分析
 - 10.4.3 企业经营优劣势分析
- 10.5 安徽口子酒业股份有限公司竞争力分析
 - 10.5.1 企业发展简况分析
 - 10.5.2 企业经营情况分析
 - 10.5.3 企业经营优劣势分析
- 10.6 四川水井坊股份有限公司竞争力分析
 - 10.6.1 企业发展简况分析
 - 10.6.2 企业经营情况分析
 - 10.6.3 企业经营优劣势分析
- 10.7 江苏今世缘酒业股份有限公司竞争力分析
 - 10.7.1 企业发展简况分析
 - 10.7.2 企业经营情况分析
 - 10.7.3 企业经营优劣势分析
- 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 企业发展简况分析
 - 10.8.2 企业经营情况分析
 - 10.8.3 企业经营优劣势分析
- 10.9 四川沱牌舍得酒业股份有限公司竞争力分析
 - 10.9.1 企业发展简况分析
 - 10.9.2 企业经营情况分析
 - 10.9.3 企业经营优劣势分析
- 10.10 安徽古井贡酒股份有限公司竞争力分析
 - 10.10.1 企业发展简况分析
 - 10.10.2 企业经营情况分析
 - 10.10.3 企业经营优劣势分析

11.1 2017-2023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 2017-2023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 2017-2023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行业前景调研展望

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建议

第十二章 2017-2023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前景与规避

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 2017-2023年中国次高端白酒行业盈利模式与投资规划建议规划分析

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投资前景规划
 - 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 行业投资策略建议
 - 14.2.2 行业投资方向建议
 - 14.2.3 行业投资方式建议 (ZY LT)

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调研
- 图表：中国中低端次高端白酒区域市场调研

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：2014-2017年次高端白酒行业市场规模分析
图表：2017-2023年次高端白酒行业市场规模预测
图表：2014-2017年中国次高端白酒行业供给规模分析
图表：2017-2023年中国次高端白酒行业供给规模预测
图表：2014-2017年中国次高端白酒行业需求规模分析
图表：2017-2023年中国次高端白酒行业需求规模预测
图表：2014-2017年中国次高端白酒行业企业数量情况
图表：2014-2017年中国次高端白酒行业企业竞争结构
图表：中国次高端白酒行业盈利能力分析
图表：中国次高端白酒行业运营能力分析
图表：中国次高端白酒行业偿债能力分析
图表：中国次高端白酒行业发展能力分析
图表：中国次高端白酒行业经营效益分析
图表：2014-2017年次高端白酒行业重要数据指标比较
图表：2014-2017年中国次高端白酒行业竞争力分析
图表：2017-2023年中国次高端白酒行业产能预测
图表：2017-2023年中国次高端白酒行业消费量预测
图表：2017-2023年中国次高端白酒市场价格走势预测
图表：2017-2023年中国次高端白酒行业发展趋势预测
图表：专家建议
图表：区域投资前景规划
略.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201709/563267.html>