

# 2017-2023年中国高端白酒市场供需预测及投资战略研究报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2023年中国高端白酒市场供需预测及投资战略研究报告》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/201709/563287.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

高端白酒作为高端社交场合的润滑剂，有其特有的刚性需求。尽管政务消费需求的萎缩对高端白酒的打击很大，但高端商务和个人需求依旧存在，同时对品质和品牌提出更高的要求，推进高端白酒回归消费本质。经过三年的深度调整，白酒行业逐步复苏，高端白酒市场也开始回暖，同时重新完成洗牌，出现明显分化。

高端酒的收入和销量自2014年开始逐步回升，但占比仍偏低。因2012年三公消费受限等因素，高端酒单品数量大幅下降，仅剩茅老五为主力品牌；与之相对应，2013年高端酒总营收下降21.25%，茅老五高端酒销量下降5.07%。自2014年开始，高端酒市场逐步回暖，截至2016年，茅老五高端酒收入约增加至571亿元，且销量提升至4.14万吨左右，其中收入占白酒行业总营收的9.32%，仍明显低于2012年的高点（12.85%）。

高端市场主力品牌的总营收自2014年开始逐步增加

2012-2016年高端酒总营收走势

2012年和2015年高端白酒市场份额构成

智研咨询发布的《2017-2023年中国高端白酒市场供需预测及投资战略研究报告》共二十六章。首先介绍了高端白酒相关概念及发展环境，接着分析了中国高端白酒规模及消费需求，然后对中国高端白酒市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国高端白酒面临的机遇及发展前景。您若想对中国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:

第一部分 高端白酒行业运行环境

第一章 白酒行业相关概述1

第一节 白酒行业的定义和分类1

一、白酒的定义1

二、白酒的分类2

1、按所用酒曲和主要工艺分类2

2、按酒的香型分类3

3、按酒度的高低分类7

4、按酒价的高低类7

三、白酒的11种香型及典范品牌介绍7

## 第二节 高端白酒行业概述8

- 一、行业定义8
- 二、行业基本特点8
- 三、高端白酒产品种类10
- 四、行业周期性特征10

## 第三节 高端白酒行业的地位分析10

- 一、高端白酒的发展历程10
- 二、高端白酒行业在国家产业中的地位15
- 三、高端白酒行业产值占国民经济的比重16
- 四、高端白酒行业在GDP中的作用16

## 第二章 高端白酒行业PEST模型17

### 第一节 行业政治法律环境分析（P）17

- 一、政府管制与调控17
  - 1、国家食品安全监管17
  - 2、白酒广告与价格调控19
  - 3、商务部关于“十三五”期间加强酒类流通管理的指导意见21
  - 4、关于进一步加强酒类质量安全工作的通知25
  - 5、产业结构调整指导目录27
- 二、行业法律法规28
  - 1、白酒消费税28
  - 2、白酒国家标准清单28
- 三、行业发展规划30
  - 1、中国酿酒工业“十三五”规划30
  - 2、川酒“十三五”规划草案30
  - 3、白酒行业“169”计划30
  - 4、白酒行业“158”计划33
- 四、政策影响分析34
  - 1、高端白酒市场受“三公限令”影响分析34
  - 2、其他政策影响分析34

### 第二节 行业经济环境分析（E）34

- 一、国内经济增长34
- 二、居民收入水平35
- 三、工业及居民消费水平36

### 第三节 行业社会环境分析（S）38

- 一、居民消费结构38

## 二、居民消费观念38

### 第四节行业技术环境分析（T）41

#### 一、微生物学研究41

#### 二、发酵技术工艺41

#### 三、人工培养老窖42

#### 四、复式发酵42

#### 五、分层发酵42

#### 六、夹泥发酵43

#### 七、低度酒的研制43

#### 八、后处理技术的进展43

#### 九、先进纳米技术44

#### 十、RFID防伪技术44

### 第三章国际烈酒市场发展与竞争分析56

#### 第一节国际烈酒市场增长情况分析56

##### 一、烈酒消费在时间序列上的变化56

###### 1、烈酒消费黄金年代（1960-1980）56

###### 2、烈酒消费“阵痛”时期（1980-1990）57

###### 3、烈酒消费匍匐前进时期（1990-2000）58

###### 4、烈酒消费稳定期（2000至今）59

##### 二、烈酒消费在空间上的变化60

##### 三、烈酒品类增长与竞争分析62

###### 1、主要烈酒品牌产量62

###### 2、主要烈酒品牌市场份额62

#### 第二节高端烈酒市场增长与品牌塑造63

##### 一、高端烈酒市场增长情况63

##### 二、高端烈酒品牌案例分析63

###### 1、JohnnieWalker63

###### 2、AbsolutVodka67

### 第四章中国白酒市场发展分析69

#### 第一节中国白酒行业发展综述69

##### 一、中国白酒行业发展回顾69

##### 二、中国白酒产业结构分析72

##### 三、“十二五”中国白酒行业发展综述75

##### 四、中国白酒行业取得的重要变化进展76

#### 第二节2013-2017年白酒市场分析82

- 一、白酒行业产能平衡分析82
- 二、白酒行业进入整合加速期促进发展83
- 三、白酒高毛利率引发资本进入85
- 四、白酒行业竞争激烈86
- 第三节2013-2017年白酒行业供需分析86
  - 一、2013-2017年白酒行业供给分析86
    - 1、2013-2017年白酒产量增长趋势86
    - 2、2013-2017年白酒分地区产量分析87
    - 3、2013-2017年白酒重点省市产量分析97
  - 二、2013-2017年白酒行业需求分析99
  - 三、2013-2017年白酒行业产销率分析99
  - 四、2013-2017年白酒行业库存分析100
- 第四节2017-2023年白酒行业发展前景分析100
  - 一、白酒行业仍具优势前景乐观100
  - 二、未来十年白酒行业发展前景分析101
  - 三、清香型白酒发展前景巨大101
- 第五章中国白酒行业技术发展分析103
  - 第一节生物工程技术分析103
    - 一、窖泥微生物分析103
    - 二、酱香功用菌分析104
  - 第二节酿酒发酵机理分析106
  - 第三节白酒香味成分分析109
  - 第四节消费工艺的变革与创新113
    - 一、麸曲酱香白酒工艺创新113
    - 二、复式发酵121
    - 三、分层发酵121
    - 四、夹泥发酵122
    - 五、汾酒发酵的最高品温控制122
    - 六、将先进的纳米技术引入白酒行业122
  - 第五节白酒储存分析123
  - 第六节新型白酒的开展124
  - 第七节低度酒的消费与开展125
- 第六章中国白酒行业经济指标分析127
  - 第一节2013-2017年白酒制造行业总体规模分析127
    - 一、2013-2017年白酒制造企业数量结构127

- 二、2013-2017年白酒制造行业资产规模127
- 三、2013-2017年白酒制造行业主营收入规模128
- 四、2013-2017年白酒制造行业主营成本规模128
- 五、2013-2017年白酒制造行业费用规模129
- 六、2013-2017年白酒制造行业利润规模130
- 第二节2013-2017年白酒制造行业产销分析131
  - 一、2013-2017年白酒制造行业产成品情况131
  - 二、2013-2017年白酒制造行业产品销售收入131
- 第三节2013-2017年白酒制造行业盈利能力分析132
  - 一、2013-2017年白酒制造行业销售利润率132
  - 二、2013-2017年白酒制造行业成本费用利润率132
  - 三、2013-2017年白酒制造行业亏损面133
- 第四节2013-2017年白酒制造行业偿债能力分析133
  - 一、2013-2017年白酒制造行业资产负债比率133
  - 二、2013-2017年白酒制造行业利息保障倍数134
- 第五节2013-2017年白酒制造行业营运能力分析134
  - 一、2013-2017年白酒制造行业应收帐款周转率134
  - 二、2013-2017年白酒制造行业总资产周转率135
- 第六节2013-2017年白酒制造行业发展能力分析135
  - 一、2013-2017年白酒制造行业总资产增长率135
  - 二、2013-2017年白酒制造行业利润总额增长率136
  - 三、2013-2017年白酒制造行业主营业务收入增长率136
- 第七章中国白酒市场供需分析137
  - 第一节中国白酒行业供需平衡指标137
    - 一、2013-2017年白酒行业供给指标137
      - 1、总产值137
      - 2、产成品137
      - 3、产成品前十地区138
    - 二、2013-2017年白酒行业需求指标139
      - 1、销售产值139
      - 2、销售产值前十地区139
      - 3、销售收入140
      - 4、销售收入前十地区141
    - 三、2013-2017年白酒行业产销率142
  - 第二节2013-2017年白酒行业运营状况142

- 一、产业规模142
- 二、资本/劳动密集度142
- 三、产销情况142
- 四、成本费用结构143
- 五、盈亏情况143
- 第三节白酒行业进出口情况143
  - 一、2013-2017年白酒行业出口情况143
  - 二、2013-2017年白酒行业进口情况144
  - 三、2017-2023年白酒行业进出口形势145
- 第二部分高端白酒行业运行现状
- 第八章中国高端白酒行业发展分析149
  - 第一节高端白酒行业相关概述149
    - 一、高端白酒概述149
    - 二、高端白酒的价值149
    - 三、高端白酒的生产工艺150
  - 第二节高端白酒市场特征分析151
    - 一、高端白酒市场特征151
    - 二、高端白酒的消费特征152
    - 三、高端白酒的市场调查153
    - 四、高端白酒进入壁垒与赢利模式154
  - 第三节2017年高端白酒品牌分析155
    - 一、高端白酒的守护者——茅台、五粮液155
    - 二、高端白酒的建设者——水井坊、国窖1573156
    - 三、高端白酒的改变者——洋河蓝色经典、兰花汾酒、剑南春东方红157
    - 四、高端白酒的探索者——舍得、红花郎酒158
    - 五、高端白酒的眷顾者——古井贡纪年酒、双沟珍宝坊、酒鬼酒159
    - 六、高端白酒的务实派——二名酒159
    - 七、高端白酒的流星群落——业外资本160
    - 八、高端白酒的机会主义者——名酒的子品牌160
    - 九、高端白酒的搅局者——中小企业的高端白酒161
  - 第四节高端白酒行业存在问题及策略162
    - 一、高端白酒面临产能过剩162
    - 二、高端白酒只涨不跌神话破灭163
    - 三、高端消费出现下滑，高价白酒前景堪忧165
    - 四、高端白酒高红利时代或将结束166



## 五、高端白酒产品价格的四个支撑点166

## 六、高端白酒企业应采取的对策169

## 第九章中国高端白酒整体市场分析170

### 第一节2017高端白酒发展回顾170

#### 一、高端白酒奢侈品化170

#### 二、2017年高端白酒涨价分析170

#### 三、高端白酒企业增开直营店172

#### 四、高端白酒成为投资热点173

### 第二节2017年高端白酒发展现状174

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。

#### 高端白酒价格纷纷腰斩

#### 高端白酒需求结构发生改变，政务消费大幅减少

#### 一、高端白酒销量下滑174

#### 二、高端白酒库存大增出现风险175

#### 三、消费者转向二、三线白酒179

### 第三节2017年高端白酒市场走势分析180

#### 一、高端白酒稳步增长的驱动因素180

#### 二、高端白酒价格的合理性分析180

#### 三、二线高端白酒的机会捕捉181

#### 四、高端白酒持续性分析181

#### 五、高端白酒面临其他酒类的竞争挑战182

### 第四节2017年高端白酒的整体发展形势182

#### 一、高端白酒奢侈品化加深182

#### 二、行业继续快速发展184

- 三、外资进入步伐加快185
- 四、高档白酒进入平稳增长期192
- 第十章中国高端白酒价格分析194
  - 第一节2017年高端白酒涨价的四个阶段194
    - 一、茅台率先涨价194
    - 二、古井贡酒和山西汾酒跟进194
    - 三、中秋节高端白酒继续涨价194
    - 四、高端白酒在春节达到涨价高潮194
  - 第二节高端白酒涨价的影响分析195
    - 一、高端白酒涨价对比分析195
    - 二、高端白酒涨价的原因分析195
      - 1、消费者的身份和价值体现的需要195
      - 2、供求关系的不平衡195
      - 3、原材料价格上涨195
    - 三、高端白酒涨价的影响196
    - 四、影响高端白酒的四个关键因素196
  - 第三节2017年高端白酒价格下跌原因分析196
    - 一、高端白酒企业供求关系策略转变196
    - 二、政府禁令对高端白酒的影响效用197
    - 三、高端白酒产业链问题影响消费者选择197
  - 第四节2017-2023年高端白酒价格走势197
    - 一、2017年高端白酒促销分析197
    - 二、2017-2023年高端白酒价格走势预测198
- 第三部分高端白酒市场消费分析
- 第十一章中国高端白酒消费市场分析199
  - 第一节2013-2017年高端白酒消费者需求分析199
    - 一、现阶段我国高端白酒消费特性199
    - 二、商务消费回暖和再库存化预期带动行业反弹204
    - 三、私人消费回暖带动高端白酒复苏205
    - 四、商务和私人消费是将来持续增长动力205
    - 五、高端白酒市场具有收入和利润的高弹性206
    - 六、高端白酒厂商盈利具有高弹性206
    - 七、我国高端白酒各主要细分市场消费占比测算207
    - 八、禁令对公款消费高档白酒的影响207
    - 九、价格对高端白酒需求的影响210

## 第二节2013-2017年高端白酒消费者购置行为分析210

- 一、白酒消费者购置行为类型分析210
- 二、白酒消费者购置动机分析211
- 三、白酒消费者购置方式分析211
- 四、白酒消费者购置目的分析211
- 五、白酒消费者对广告促销的态度分析212
- 六、白酒消费者购买行为模式分析212
- 七、影响高端白酒购买的因素分析212
- 八、高端白酒消费者购买渠道分析213
- 九、高端白酒消费趋势分析216

## 第三节2013-2017年中产阶级白酒消费群体分析216

- 一、中产阶级扩展带来的时机216
- 二、中产阶级的消费特征216
- 三、中产阶级市场竞争战略217

## 第四节“80后”白酒消费群体剖析218

- 一、“80后”将来的主流消费群体218
- 二、“80后”群体的消费特征剖析219
- 三、针对“80后”群体白酒企业的创新战略220

## 第五节高端白酒消费行为的价值表现及营销启示222

- 一、高端白酒消费行为特性222
- 二、高端白酒消费行为的价值表现222
- 三、高端白酒消费行为价值表现的营销启示223

## 第十二章高端白酒产品市场消费调研225

### 第一节白酒需求空间与比较225

- 一、白酒消费与国际人均的比较225
  - 1、国际烈酒消费及国内市场比较225
  - 2、日本烈酒消费案例及论证226
- 二、白酒需求结构与转型227
  - 1、白酒结构性需求增长空间227
  - 2、白酒重度消费群体与我国人口结构230
  - 3、白酒需求结构转型231
- 三、白酒需求空间测算231

### 第二节政商务高端白酒消费空间232

- 一、中国财政收入与支出情况232
- 二、国有及控股企业运行情况232

- 三、中国政商务消费政策234
- 四、中国政商务高端白酒消费规模238
- 五、中国政商务高端白酒消费特点238
- 第三节普通居民消费空间240
  - 一、中国白酒居民消费调研240
    - 1、消费者品牌偏好240
    - 2、消费者对白酒香型偏好245
    - 3、消费者对白酒度数偏好245
    - 4、消费者购买白酒时考虑的因素246
    - 5、消费者消费白酒主要场所247
    - 6、消费者对白酒的价格选择248
    - 7、消费者白酒消费年均支出249
    - 8、消费者购买白酒的渠道249
  - 二、高端白酒产品样本区域消费案例249
    - 1、北京白酒消费者需求调查249
    - 2、上海白酒消费者需求调查252
    - 3、广州白酒消费者需求调查252
    - 4、成都白酒消费者需求调查253
    - 5、重庆白酒消费者需求调查258
    - 6、武汉白酒消费者需求调查260
- 第十三章中国高端白酒营销策略分析261
  - 第一节2013-2017年白酒的需求特质与渠道261
    - 一、白酒行业需求特质分析261
    - 二、需求特质影响下白酒营销模式及渠道方式272
    - 三、需求特质与白酒企业的战略选择277
  - 第二节白酒营销形势分析279
    - 一、白酒市场基本营销模式279
    - 二、白酒营销的分层化趋势283
    - 三、白酒行业未来营销趋势288
  - 第三节白酒营销渠道分析291
    - 一、市场销售渠道结构情况291
    - 二、白酒行业销售渠道现状291
    - 三、白酒新兴销售渠道分析300
    - 四、电子商务对营销渠道的发展304
  - 第四节白酒营销策略分析313

- 一、白酒营销规律分析313
- 二、白酒淡季营销策略分析326
- 三、白酒企业三四级市场攻略331
- 四、白酒价格营销策略分析335
- 第五节白酒广告策略分析337
  - 一、白酒广告目标制定分析337
  - 二、白酒广告预算决策分析339
  - 三、白酒广告信息传递分析340
  - 四、白酒广告媒介决策分析341
  - 五、白酒广告效果评价分析342
  - 六、白酒广告投放态势分析344
    - 1、酒类广告投放费用情况344
    - 2、酒类广告季节性投放特征346
    - 3、白酒广告媒体选择分析346
    - 4、高端白酒广告投放分析350
- 第六节高端白酒营销误区案例分析351
  - 一、诉求背离事实351
  - 二、文化缺乏提炼351
  - 三、概念炒作过猛352
  - 四、明星广告乱轰炸353
  - 五、靠包装哗众取宠353
  - 六、高价并非高价值353
  - 七、目标消费者模糊353
- 第七节高端白酒营销对策案例分析354
  - 一、高端白酒要理性回归354
  - 二、以文化和品牌推动市场355
  - 三、塑造个性文化提升品牌营销359
  - 四、以创新诉求展开营销360
- 第八节高端白酒营销策略分析361
  - 一、高端白酒的营销定位361
  - 二、专业酒展推动高端白酒营销363
  - 三、高端白酒营销的根据地之战364
  - 四、高端白酒招商策略分析366
  - 五、高端白酒品牌营销策略369
- 第九节高端白酒文化营销策略分析372

- 一、白酒如何注入新文化372
- 二、契合文化的白酒品牌想象力374
- 三、高端白酒文化营销策略分析382
- 四、走与文化相结合的新路线385
- 第十节 高端白酒团购营销策略分析386
  - 一、高端白酒团购概述386
  - 二、高端白酒团购机会分析387
  - 三、高端白酒团购目标群体定位388
  - 四、高端白酒团购购买群体定位388
  - 五、高端白酒团购开发原则390
  - 六、高端白酒团购目标消费群体开发和维护手段391
- 第四部分 高端白酒行业全景调研
- 第十四章 高端白酒行业产业链结构400
  - 第一节 高端白酒行业产业链环节与构成400
  - 第二节 高端白酒行业上游产业供应链解析401
    - 一、高粱供给与价格走势401
      - 1、高粱供给与白酒业需求401
      - 2、2013-2017年高粱价格波动403
    - 二、大米供给与价格走势404
      - 1、大米供给与白酒业需求404
      - 2、2013-2017年大米价格波动405
    - 三、小麦供给与价格走势405
      - 1、小麦供给与白酒业需求405
      - 2、2013-2017年小麦价格波动405
    - 四、玉米供给与价格走势408
      - 1、玉米供给与白酒业需求408
      - 2、2013-2017年玉米价格波动408
  - 第三节 高端白酒行业下游产业流通链解析409
    - 一、零售业发展现状与需求409
      - 1、零售业发展现状409
      - 2、酒类综合零售渠道发展情况417
    - 二、餐饮业发展现状与需求417
      - 1、餐饮业发展现状417
      - 2、酒类餐饮渠道发展情况418
    - 三、休闲娱乐产业发展现状与需求422

- 1、休闲娱乐产业发展现状422
- 2、酒类休闲娱乐销售渠道发展情况425
- 第四节高端白酒行业中间产业服务链解析426
  - 一、物流业发展现状与趋势426
    - 1、物流行业运行指标426
    - 2、高端白酒物流体系发展430
  - 二、白酒包装行业发展430
    - 1、包装行业发展情况430
    - 2、高端白酒包装发展情况432
- 第十五章高端白酒细分市场分析435
  - 第一节中国酱香型白酒行业分析435
    - 一、酱香型白酒相关概述435
      - 1、酱香型白酒定义435
      - 2、酱香型白酒酿造流程435
      - 3、酱香型白酒工艺说明435
      - 4、酱香型白酒国家标准分析440
    - 二、酱香型白酒发展概况441
      - 1、酱香型白酒市场特点441
      - 2、酱香型白酒行业发展阶段441
      - 3、酱香型白酒面临的问题445
      - 4、酱香型白酒的地域特征分析448
    - 三、酱香型白酒市场分析450
      - 1、酱香型白酒市场发展现状分析450
      - 2、仁怀将建成最大酱香型白酒生产基地452
      - 3、酱香型白酒产能与需求分析454
      - 4、酱香型白酒差异化分析456
      - 5、酱香型白酒竞争进入“战国时代”458
      - 6、酱香型白酒的发展模式分析460
    - 四、酱香型白酒发展前景分析461
      - 1、未来五年酱香型白酒将进入先进时代461
      - 2、酱香型白酒是白酒行业的发展趋势462
      - 3、酱香型白酒的发展前景预测463
      - 4、酱香型高端白酒发展前景广阔464
  - 第二节中国浓香型白酒行业分析466
    - 一、浓香型白酒相关概述466

- 1、浓香型白酒定义466
- 2、浓香型白酒酿造原料466
- 3、浓香型白酒制作工艺466
- 4、浓香型白酒相关标准分析475
- 二、浓香型白酒市场分析477
  - 1、浓香型白酒的市场地位477
  - 2、浓香型白酒市场现状分析478
  - 3、浓香型白酒市场特点分析479
- 三、浓香型白酒发展前景分析481
  - 1、浓香型白酒具有广阔的发展前景481
  - 2、浓香型白酒要适合人性化需求481
  - 3、浓香型高端白酒发展前景及趋势482
- 第三节中国清香型白酒行业分析484
  - 一、清香型白酒相关概述484
    - 1、清香型白酒定义484
    - 2、清香型白酒特点484
    - 3、清香型白酒标准484
  - 二、清香型白酒市场分析484
    - 1、清香型白酒的市场地位484
    - 2、清香型白酒市场现状分析488
    - 3、清香型白酒市场特点分析488
  - 三、清香型白酒发展前景分析490
    - 1、清香型白酒重在价值的提升490
    - 2、清香型白酒取决于消费者的认知491
    - 3、清香型白酒呈现高端化趋势491
- 第四节中国米香型白酒行业分析492
  - 一、米香型白酒相关概述492
    - 1、米香型白酒定义492
    - 2、米香型白酒制作工艺492
    - 3、传统米香型白酒特点493
    - 4、新型米香型白酒特点494
  - 二、米香型白酒市场分析494
    - 1、梅州建设米香型白酒生产基地494
    - 2、广西白酒依托米香型白酒发展494
    - 3、米香型高端白酒的发展机遇分析496



- 三、米香型白酒发展前景分析497
  - 1、米香型白酒在白酒行业发展前景良好497
  - 2、米香型白酒满足现代消费者的需求498
- 第五节中国兼香型白酒行业发展分析499
  - 一、兼香型白酒相关概述499
    - 1、兼香型白酒定义499
    - 2、兼香型白酒生产特点499
    - 3、兼香型白酒的香型特点499
    - 4、兼香型白酒的类型499
  - 二、兼香型白酒市场分析500
    - 1、兼香型高端白酒发展分析500
    - 2、兼香型白酒发展机会分析500
    - 3、兼香型白酒进入“大时代”501
- 第五部分高端白酒行业竞争格局
- 第十六章中国高端白酒区域市场分析507
  - 第一节华北地区高端白酒市场分析507
    - 一、北京高端白酒市场分析507
    - 二、天津高端白酒市场分析508
    - 三、河北高端白酒市场分析508
    - 四、山西高端白酒市场分析509
    - 五、内蒙古高端白酒市场分析510
  - 第二节华东地区高端白酒市场分析510
    - 一、上海高端白酒市场分析510
    - 二、山东高端白酒市场分析511
    - 三、江苏高端白酒市场分析512
    - 四、浙江高端白酒市场分析513
    - 五、安徽高端白酒市场分析513
    - 六、江西高端白酒市场分析515
    - 七、福建高端白酒市场分析516
  - 第三节华南地区高端白酒市场分析516
    - 一、广东高端白酒市场分析516
    - 二、广西高端白酒市场分析517
    - 三、海南高端白酒市场分析517
  - 第四节华中地区高端白酒市场分析518
    - 一、河南高端白酒市场分析518

- 二、湖南高端白酒市场分析518
- 三、湖北高端白酒市场分析518
- 第五节东北地区高端白酒市场分析519
  - 一、黑龙江高端白酒市场分析519
  - 二、吉林高端白酒市场分析519
  - 三、辽宁高端白酒市场分析519
- 第六节西北地区高端白酒市场分析520
  - 一、陕西高端白酒市场520
  - 二、甘肃高端白酒市场520
  - 三、青海高端白酒市场521
- 第七节西南地区高端白酒市场522
  - 一、四川高端白酒市场分析522
  - 二、重庆高端白酒市场分析522
  - 三、贵州高端白酒市场分析522
  - 四、云南高端白酒市场分析523
- 第十七章中国高端白酒行业竞争分析524
  - 第一节高端白酒行业波特五力模型分析524
    - 一、上游议价能力524
    - 二、下游议价能力524
      - 1、批发零售商议价能力524
      - 2、终端消费者议价能力524
    - 三、进入壁垒525
      - 1、生产环节壁垒525
      - 2、渠道流通壁垒526
      - 3、品牌壁垒526
    - 四、替代威胁526
      - 1、二三线白酒替代威胁526
      - 2、其他酒类产品替代威胁527
      - 3、其他饮品替代威胁527
    - 五、行业内竞争527
      - 1、不同档次、品种产品竞争527
      - 2、不同地域品牌竞争528
  - 第二节高端白酒行业集中度分析531
    - 一、生产集中度分析531
    - 二、资产集中度分析532

- 三、销售集中度分析532
- 四、利润集中度分析532
- 第三节中国白酒行业竞争分析533
  - 一、白酒行业SWOT分析533
  - 二、白酒行业竞争格局分析536
  - 三、白酒市场竞争特征分析538
- 第四节当前高端白酒行业竞争格局540
  - 一、高档白酒市场的竞争现状540
  - 二、高档白酒市场的垄断竞争544
  - 三、高端白酒市场的竞争格局544
  - 四、高端白酒市场的竞争加剧545
    - 1、高端白酒提前开打“价格战”545
    - 2、高端白酒促销PK二线白酒涨价546
- 第五节中国白酒品牌生存发展情况分析547
  - 一、品牌格局547
    - 1、一线白酒品牌分析547
    - 2、二线白酒品牌分析547
    - 3、三线白酒品牌分析547
    - 4、其他白酒品牌分析547
  - 二、品牌发展战略548
  - 三、品牌发展趋势552
- 第六节高端白酒行业竞争趋势分析555
  - 一、高端白酒消费由“金字塔”结构转向“哑铃型”结构555
  - 二、超高端阵营增速加快，阵容扩大555
  - 三、高端阵容稳步扩容，增速放缓556
  - 四、次高端阵营较快发展，逐渐成为主流消费556
  - 五、从“品牌梯队模式”向“多香并立模式”转型557
  - 六、高端白酒企业动态分析558
    - 1、北大荒进军高端白酒行业558
    - 2、水井坊计划进入高端白酒前三甲558
    - 3、首酒集团进军高端白酒558
    - 4、也买酒进军高端白酒市场563
- 第十八章高端白酒重点品牌分析565
  - 第一节第一梯队白酒品牌565
    - 一、茅台565

## 二、五粮液566

### 第二节第二梯队白酒品牌567

#### 一、剑南春567

#### 二、水井坊567

#### 三、国窖1573567

#### 四、洋河568

### 第三节第三梯队白酒品牌568

#### 一、郎酒568

#### 二、泸州老窖568

#### 三、汾酒569

#### 四、舍得酒569

#### 五、西凤酒569

#### 六、古井贡569

#### 七、酒鬼酒570

#### 八、沱牌曲酒570

#### 九、金种子酒570

#### 十、稻花香571

## 第十九章白酒行业重点企业分析572

### 第一节品牌价值前十企业分析572

#### 一、中国贵州茅台酒厂有限责任公司572

#### 二、四川省宜宾五粮液集团有限公司576

#### 三、江苏洋河酒厂股份有限公司580

#### 四、泸州老窖股份有限公司585

#### 五、四川郎酒集团有限责任公司588

#### 六、陕西西凤酒集团股份有限公司589

#### 七、湖北稻花香酒业股份有限公司593

#### 八、安徽古井集团有限责任公司595

#### 九、华泽集团（金六福企业）600

#### 十、山西杏花村汾酒集团有限责任公司601

### 第二节其他重点企业分析606

#### 一、湖南浏阳河酒业有限公司606

#### 二、湖北枝江酒业股份有限公司608

#### 三、四川剑南春集团有限责任公司609

#### 四、四川水井坊股份有限公司611

#### 五、四川省绵阳市丰谷酒业有限责任公司614

- 六、湖北白云边股份有限公司615
- 七、安徽金种子实业股份有限公司617
- 八、新疆伊力特实业股份有限公司621
- 九、古贝春集团有限公司624
- 十、四特酒有限责任公司625
- 十一、河南省张弓酒业集团有限公司627
- 十二、河南宋河酒业股份有限公司627
- 十三、泰山酒业集团股份有限公司628
- 十四、承德乾隆醉酒业有限责任公司630
- 十五、内蒙古河套酒业集团股份有限公司632
- 十六、湖南酒鬼股份有限公司633
- 十七、安徽口子集团637
- 十八、山东扳倒井股份有限公司639
- 十九、北京红星股份有限公司641
- 二十、贵州茅台酒厂（集团）习酒有限责任公司642
- 二十一、承德避暑山庄实业集团642
- 二十二、河南宝丰酒业有限公司643
- 二十三、顺鑫农业股份有限公司牛栏山酒厂645
- 二十四、衡水老白干酿酒（集团）有限公司646
- 二十五、四川沱牌集团有限公司649
- 二十六、四川省宜宾高洲酒业有限责任公司652
- 二十七、江苏省汤沟两相和酒业有限公司654
- 二十八、辽宁三沟酒业655
- 二十九、曲阜孔府家酒业有限公司657
- 三十、江苏今世缘酒业有限公司658
- 三十一、四川江口醇酒业（集团）有限公司659
- 三十二、青海互助青稞酒有限公司660
- 三十三、辽宁道光廿五集团满族酿酒有限责任公司661
- 三十四、安徽双轮集团661
- 三十五、青岛琅琊台集团股份有限公司662
- 三十六、桂林三花股份有限公司663
- 三十七、重庆诗仙太白酒业（集团）有限公司664
- 三十八、山东兰陵美酒股份有限公司664
- 三十九、安徽迎驾酒业集团有限公司665
- 四十、广西丹泉集团实业有限公司666

## 第五部分 高端白酒行业趋势预测

### 第二十章 中国高端白酒发展前景分析 668

#### 第一节 中国酿酒行业“十三五”规划 668

##### 一、发展环境和消费需求预测 668

##### 二、发展方向和主要目标 669

##### 三、发展的主要任务 677

##### 四、政策性建议 682

#### 第二节 白酒品牌“高端化”发展前景 683

##### 一、高端白酒高价格增大市场规模 683

##### 二、高利润是高端白酒的发展保障 685

##### 三、次高端白酒发展前景广阔 686

##### 四、高端白酒提升品牌化发展 687

##### 五、高端白酒赢得市场前景 687

#### 第三节 高端白酒“奢侈品化”前景分析 688

##### 一、高端酒的奢侈化趋势日益明显 688

##### 二、白酒奢侈品特征 689

##### 三、茅台、五粮液买迈入奢侈品行列 690

##### 四、国窖1573、水井坊成为奢侈品白酒的后起之秀 691

##### 五、梦之蓝、国藏郎将成为奢侈品白酒的“第二梯队” 692

##### 六、国缘、舍得、酒鬼成为区域高端白酒的代表 692

### 第二十一章 2017-2023年中国高端白酒行业发展趋势预测 694

#### 第一节 高端白酒行业景气度分析及预测 694

##### 一、高档白酒受经济波动影响相对有限 694

##### 二、白酒价格上涨趋势的必然性 694

##### 三、三线次高端白酒企业利润增长预期 695

##### 四、高端白酒企业结构调整步伐加快 696

##### 五、高端白酒“十三五”发展机遇分析 696

#### 第二节 2017-2023年中国高端白酒行业发展预测 698

##### 一、中国白酒制造行业前景预测分析 698

##### 二、中国白酒行业市场规模预测分析 702

##### 三、中国高端白酒行业前景预测分析 703

#### 第三节 2017-2023年高端白酒行业发展趋势 704

##### 一、中国白酒行业发展趋势 704

##### 二、高端白酒消费结构转化 719

##### 三、超高端阵营增速加快 720

- 四、高端阵营稳步扩容720
- 五、次高端阵营较快速发展720
- 六、“品牌梯队”向“多香并立”转型722
- 第四节2017-2023年高端白酒市场趋势预测722
  - 一、高端白酒价涨量控722
  - 二、高端白酒价格上涨速度趋缓723
  - 三、商超、团购成为高端白酒的主要出货渠道723
  - 四、高端白酒的品牌影响力更分散723
  - 五、高端白酒小众消费流行724
  - 六、地方高端白酒超越全国725
  - 七、高端白酒新型运营模式将会出现725
  - 八、高端白酒的“黑马”仍会出现725
  - 九、高端白酒将进入定制高峰时代726
- 第五部分高端白酒行业投资战略研究
- 第二十二章2017-2023年高端白酒行业投资环境分析728
  - 第一节高端白酒行业投资特性分析728
    - 一、高端白酒行业进入壁垒分析728
      - 1、政策壁垒728
      - 2、技术壁垒728
      - 3、人才壁垒728
      - 4、渠道壁垒729
      - 5、资金壁垒729
    - 二、高端白酒行业盈利因素分析729
    - 三、高端白酒行业盈利模式分析731
  - 第二节高端白酒投资环境分析与预测739
    - 一、宏观环境对高端白酒市场的推动作用分析739
    - 二、2017年高端白酒行业宏观环境发展分析740
      - 1、2017年中国GDP增长情况740
      - 2、2017年社会消费品零售总额740
      - 3、2017年城乡居民收入与消费741
      - 4、宏观经济环境对高端白酒市场推动作用741
    - 三、2017-2023年我国经济前景分析与预测743
  - 第三节高端白酒行业政策环境分析及影响预测744
    - 一、中国白酒行业政策环境概述744
    - 二、酱香白酒国标出台及影响分析745

- 三、政策环境对高端白酒行业的影响分析752
- 第二十三章中国高端白酒投资前景及策略753
  - 第一节高端白酒行业投资现状753
    - 一、高端白酒进入资本市场753
    - 二、高端白酒收藏市场被追捧753
    - 三、高端白酒投资刚刚起步755
  - 第二节高端白酒行业投资风险分析756
    - 一、市场竞争层面——寡头市场上的高壁垒756
    - 二、供求关系层面——高价与非物质价值的博弈757
    - 三、经济基础层面——奢侈品的经济风险757
  - 第三节2017-2023年高端白酒投资前景分析757
    - 一、高端白酒仍有上涨空间757
    - 二、中国高端白酒市场潜力巨大760
    - 三、“十三五”国家调控下高端白酒成为投资焦点761
    - 四、次高端——拉动行业下一轮高成长的新引擎761
  - 第四节2017-2023年高端白酒投资策略分析762
    - 一、次高端白酒是行业高成长的关键点762
    - 二、中高端白酒抢占县级市场策略775
    - 三、高端白酒进入奢侈品白酒策略779
- 第二十四章高端白酒金融与投资市场分析783
  - 第一节白酒类金融与投资发展概况783
  - 第二节白酒类金融与投资的特点785
    - 一、收藏性785
    - 二、保值增值性785
    - 三、投机套利性786
    - 四、风险性787
  - 第三节白酒类金融与投资的相关产品789
    - 一、现货投资789
    - 二、期酒投资790
    - 三、信托投资793
      - 1、茅台信托793
      - 2、五粮液信托794
      - 3、“舍得30年年份酒”的收益权信托795
      - 4、国窖1573专属理财计划795
      - 5、泸州老窖特曲绝版老酒796



#### 第四节白酒类金融与投资的交易场所797

##### 一、银行与酒企797

- 1、民生银行797
- 2、中融国际信托798
- 3、工商银行798
- 4、汉口银行798
- 5、各大酒企798

##### 二、中国期酒市场799

#### 第五节白酒类金融与投资的市场意义801

##### 一、对企业的意义801

- 1、价值梳理801
- 2、品牌塑造801
- 3、产品营销802

##### 二、对普通投资者的意义802

- 1、收藏802
- 2、资产保值增值803
- 3、套利803

#### 第六节白酒类金融与投资的建议805

#### 第二十五章2017-2023年中国高端白酒行业发展战略分析807

##### 第一节中国白酒行业新盈利模式探析807

##### 第二节高端白酒行业的发展路径810

- 一、高端白酒的产量和社会认同决定其奢侈品地位810
- 二、虚荣效应决定高价是高端白酒的生命811
- 三、高端白酒的市场和价格定位策略811
- 四、巩固和加强虚荣效应是保障高端白酒发展的重要途径812

##### 第三节白酒品牌发展策略分析813

- 一、建设白酒品牌的十大法则813
- 二、白酒品牌客户资源的战略整合817
- 三、中小白酒企业的品牌聚焦策略825
- 四、白酒品牌传播如何诠释自己的卖点830
- 五、白酒老品牌升级路线的布局策略835
- 六、中国白酒价格带竞争趋势及关键策略掌控838
- 七、“十二五”中国白酒行业资本运作模式850

##### 第四节高端白酒品牌发展策略分析856

- 一、高端白酒品牌战略营销转型策略856

二、高档白酒品牌的发展思路861

三、打造高档白酒品牌的四大法则865

四、中国高端白酒“功能价值”救赎之路871

五、高端白酒正确把握价值与理性的相融877

第五节中国白酒的蓝海战略882

一、白酒企业寻找蓝海的命题判断882

二、白酒企业开辟蓝海的方向887

第六节中国白酒的海外市场攻略889

一、区域的选择889

二、模式的选择890

三、时机与方式的选择890

第二十六章研究结论及建议891 (ZY LT)

第一节高端白酒行业研究结论及建议891

第二节超高端白酒行业研究结论及建议893

第三节次高端白酒行业研究结论及建议894

第四节白酒行业整体研究结论及建议894

图表目录：

图表：白酒的11种香型及典范品牌介绍7

图表：行业生命周期的判断10

图表：白酒标准清单28

图表：2006-2017年国内生产总值及其增长速度35

图表：2006-2017年农村居民人均纯收入及其实际增长速度36

图表：2006-2017年城镇居民人均可支配收入及其实际增长速度36

图表：2017年居民消费价格月度涨跌幅度37

图表：2017年居民消费价格比上年涨跌幅度37

图表：RFID系统工作原理图48

图表：RFID技术具体的系统方案示意图50

图表：白酒防伪查询过程52

图表：1961-1917部分烈酒消费大国人均烈酒消费量56

图表：1961-1917部分烈酒消费大国人均烈酒消费量增长率57

图表：1981-1917部分烈酒消费大国人均烈酒消费量58

图表：1980年-1917年部分烈酒消费大国人均烈酒消费量增长率58

图表：1990年-2017年部分烈酒消费大国人均烈酒消费量增长率59

图表：1990-2017部分烈酒消费大国人均烈酒消费量增长率59

图表：2001-2017部分烈酒消费大国人均烈酒消费量60

图表：2006-2017烈酒消费市场份额60

图表：各地域所占市场份额61

图表：“烈酒消费重心”东移61

图表：2002-2017年主要烈酒品种产量62

图表：主要烈酒品种全球市场份额62

图表：2013-2017年白酒产量及增长86

图表：2017年华北地区白酒产量及增长87

图表：2017年东北地区白酒产量及增长87

图表：2017年华东地区白酒产量及增长88

图表：2017年华中地区白酒产量及增长88

图表：2017年华南地区白酒产量及增长89

图表：2017年西南地区白酒产量及增长89

图表：2017年西北地区白酒产量及增长90

图表：2017年华北地区白酒产量及增长90

图表：2017年东北地区白酒产量及增长91

图表：2017年华东地区白酒产量及增长91

图表：2017年华中地区白酒产量及增长92

图表：2017年华南地区白酒产量及增长92

图表：2017年西南地区白酒产量及增长93

图表：2017年西北地区白酒产量及增长93

图表：2017年华北地区白酒产量及增长94

图表：2017年东北地区白酒产量及增长94

图表：2017年华东地区白酒产量及增长95

图表：2017年华中地区白酒产量及增长95

图表：2017年华南地区白酒产量及增长96

图表：2017年西南地区白酒产量及增长96

图表：2017年西北地区白酒产量及增长97

图表：2017年前五个省市白酒产量排名97

图表：2017年前五个省市白酒产量排名98

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201709/563287.html>