2018-2024年中国互联网+高端白酒行业市场研究及投资前景预测报告

报告大纲

智研咨询
www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2018-2024年中国互联网+高端白酒行业市场研究及投资前景预测报告》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/201712/589982.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

可支配收入的长期提升增强了居民了消费能力，形成需求扩张的基本驱动因素。2010年到2015年之间，城镇家庭人均收入从19000元增至32000元，增长近70%；农村家庭人均收入从不到6000元提高到超过10000元，接近翻番。之前我们曾多次指出，政务消费目前仅占到白酒总消费量的不到5%，且各级政府对于政务招待用酒的价格有严格限制，基本以地产特色中档酒为主，对高端、次高端的需求基本可忽略不计，商务活动、朋友聚会和纯粹的个人爱好构成了需求的主体。白酒作为社交的基本构成元素，其承载的意义远非酒本身，而兼具面子、友情、氛围、健康等多重属性，随着消费能力的提升，越来越多的人有了为高档酒买单的能力。

城镇、农村家庭人均收入不断攀升

数据来源：公开资料整理

2015年A股的一轮牛市，加之随后一二线城市房价的大涨，在扩大原有富裕阶层资产净值的同时，更造就了一批新晋富裕阶层，在全社会范围内带来了较为显著的财富效应。财富在短期内的快速累积，直接刺激了富裕阶层对高档消费品的消费欲望，这其中当然也包含了高端、次高端白酒。

国内主要一二线城市房价全线上涨增强省会财富效应

数据来源：公开资料整理

智研咨询发布的《2018-2024年中国互联网+高端白酒行业市场研究及投资前景预测报告》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！

智研咨询是中国权威的产业研究机构之一，提供各个行业分析，市场分析，市场预测，行业发展趋势，行业发展现状，及各行业产量、进出口，经营状况等统计数据，中国产业研究、中国研究报告，具体产品有行业分析报告，市场分析报告，年鉴，名录等。

报告目录：

第一章中国互联网+高端白酒行业发展综述
1.1“互联网+高端白酒”行业概念界定
1.1.1“互联网+”的提出及内涵
（1）“互联网+”的提出
（2）“互联网+”的内涵
1.1.2“互联网+高端白酒”行业的内涵
1.1.3本报告的研究范围

1.2中国互联网+高端白酒行业发展背景
1.2.1中国互联网+高端白酒行业政策背景分析
（1）行业管理体制分析
（2）行业发展规划分析
（3）行业政策动向分析
（4）政策环境对行业的影响
1.2.2中国互联网+高端白酒行业经济背景分析
（1）宏观经济环境分析
1）国际宏观经济运行分析
2）国内宏观经济运行分析
3）宏观经济发展对行业的影响
（2）关联产业发展背景
1）中国电子商务发展状况分析
2）中国大数据产业发展状况分析
3）中国互联网产业发展状况分析
4）关联产业发展对行业的影响
1.2.3中国互联网+高端白酒行业技术背景分析
（1）云计算技术发展现状及未来趋势分析
（2）物联网技术发展现状及未来趋势分析
（3）通信技术的发展现状及未来趋势分析
（4）互联网相关技术对行业的影响总结
第二章中国互联网+高端白酒行业发展现状及前景
2.1中国互联网+高端白酒行业市场发展阶段分析
2.1.1互联网+高端白酒行业发展阶段研究
2.1.2中国互联网+高端白酒行业细分阶段发展特点
2.2互联网给高端白酒行业带来的冲击和变革分析
2.2.1互联网时代高端白酒行业大环境变化分析
2.2.2互联网给高端白酒行业带来的突破机遇分析
2.2.3互联网给高端白酒行业带来的挑战分析
2.2.4互联网+高端白酒行业融合创新机会分析
2.3中国互联网+高端白酒行业市场发展现状分析

据预测，随着中国经济的稳健发展，富裕及上层中产家庭数量将有望由2015年的5300万户增至2020年的9800万户，年复合增速13%，高端及次高端白酒需求亦将随着主力消费群体数量的增长而扩容，年均增速围绕13%波动。商务消费方面，预计对高端、次高端白酒的需求增速将快于个人消费，达到20%。若按照商务消费占比36%，朋友聚会36%，个人爱好

及养生保健合计28%的比例测算，未来行业的需求增速约为15.5%。
高端、、次高端白酒中坚消费持群体数量保持13%年复合增长）
数据来源：公开资料整理
高端、次高端行业需求增速测算（2015-2020） 商务应酬 朋友聚会 个人爱好 养生保健 占比 36% 36% 17% 11% 消费属性 商务 偏个人 纯个人 纯个人 单项增速 20% 13% 13% 13% 合计增速 20%*36%+（1-36%）*13%=15.5%
数据来源：公开资料整理
2.3.1中国互联网+高端白酒行业投资布局分析
（1）中国互联网+高端白酒行业投资切入方式
（2）中国互联网+高端白酒行业投资规模分析
（3）中国互联网+高端白酒行业投资业务布局
2.3.2高端白酒行业目标客户互联网渗透率分析
2.3.3中国互联网+高端白酒行业市场规模分析
2.3.4中国互联网+高端白酒行业竞争格局分析
（1）中国互联网+高端白酒行业参与者结构
（2）中国互联网+高端白酒行业竞争者类型
（3）中国互联网+高端白酒行业市场占有率
2.4中国互联网+高端白酒行业市场发展前景分析
按照2012年实际销量统计，茅五泸合计占比82%，其他品牌共同瓜分剩余18%的市场。随后的调整期中，茅五泸强化了其在高端市场的领导力，特别是茅台，实际销量占到高端市场的一半以上；反观酒鬼、水井等等品牌，由于品牌力弱于茅五泸，在白酒市场的低谷期，或大幅消减高端酒出货量，或重新调整价格体系彻底退出高端市场的竞争，占比下滑至2016年的6%。茅台产量逐年提升，然而高端白酒受制于酿造工艺、优质出酒率和贮藏时间等多重因素的影响，再加之其他品牌的退出，单靠茅五泸撑起高端市场的一片天空显然难以做到供给量的快速释放。2012年之后的4年中，高端酒年供给量仅由4.5万吨提至高至5.0万吨，每年复合增长仅为2.7%。
2012-2016年高端白酒实际销量仅增长11%
数据来源：公开资料整理
2.4.1中国互联网+高端白酒行业市场增长动力分析
2.4.2中国互联网+高端白酒行业市场发展瓶颈剖析
2.4.3中国互联网+高端白酒行业市场发展趋势分析
2.5中国高端白酒行业电商发展现状及前景预测
2.5.1中国高端白酒行业电商总体开展情况
2.5.2中国高端白酒行业电商交易规模分析
2.5.3中国高端白酒行业电商产品/服务品类

2.5.4中国高端白酒行业电商盈利情况分析
2.5.5中国高端白酒行业电商市场现存问题
2.5.6中国高端白酒行业电商市场趋势分析
2.5.7中国高端白酒行业电商市场规模预测
第三章中国互联网+高端白酒行业商业模式创新策略
3.1商业模式研究基本思想介绍
3.1.1商业模式的定义及与其他模式的比较
3.1.2商业模式的核心构成要素及构建流程
3.2中国互联网+高端白酒行业市场定位创新分析
3.2.1中国高端白酒行业消费者特征分析
3.2.2中国高端白酒行业企业主流的市场定位分析
3.2.3互联网对高端白酒行业市场定位的变革分析
3.2.4互联网下高端白酒行业市场定位优秀案例分析
3.3中国互联网+高端白酒行业价值主张创新分析
3.3.1中国高端白酒行业主要的客户价值主张要素分析
3.3.2互联网+高端白酒行业价值主张创新策略分析
（1）高端白酒行业企业如何利用互联网升级产品使用体验
（2）高端白酒行业企业如何利用互联网改善个性化服务体验
（3）高端白酒行业企业如何利用互联网节约客户成本
3.3.3互联网+高端白酒行业价值主张创新优秀案例
3.4中国互联网+高端白酒行业渠道通路创新分析
3.4.1中国高端白酒行业渠道通路的主要类别及特点分析
（1）价值传递通路的定义及特点
（2）产品销售渠道的定义及特点
（3）现有渠道通路特点的优势及不足
（4）互联网对渠道通路的改造分析
3.4.2互联网对高端白酒行业渠道通路的颠覆性变革分析
3.4.3互联网+高端白酒行业网络媒体高端白酒宣传策略分析
3.4.4互联网+高端白酒行业电商渠道构建策略分析
3.4.5互联网+高端白酒行业渠道通路创新优秀案例
3.5中国互联网+高端白酒行业客户关系创新分析
3.5.1中国高端白酒行业客户关系的类别及关系成本分析
（1）高端白酒行业客户关系的类别分析
（2）高端白酒行业客户关系成本分析
3.5.2中国互联网+高端白酒行业客户关系创新路径分析

3.5.3中国互联网+高端白酒行业客户关系创新优秀案例
3.6中国互联网+高端白酒行业收入来源创新分析
3.6.1中国高端白酒行业收入的主要来源渠道及特点
3.6.2中国互联网+高端白酒行业收入来源的创新分析
3.6.3中国互联网+高端白酒行业收入来源创新优秀案例
3.7中国互联网+高端白酒行业合作伙伴创新分析
3.7.1中国高端白酒行业主要的合作伙伴及其特点分析
3.7.2互联网如何改变高端白酒行业合作伙伴结构
3.7.3互联网下高端白酒行业新增合作伙伴的特点
3.7.4互联网下高端白酒行业新增合作伙伴优秀案例
3.8中国互联网+高端白酒行业成本机构优化分析
3.8.1中国高端白酒行业主要成本结构及特点分析
3.8.2互联网如何改变高端白酒行业成本结构
3.8.3互联网下高端白酒行业成本结构的优化路径
3.8.4互联网下高端白酒行业成本结构优化优秀案例
3.9国外互联网+高端白酒行业商业模式创新经验
3.9.1国外互联网+高端白酒行业商业模式优秀案例剖析
（1）案例一
1）案例一基本信息分析
2）案例一经营情况分析
3）案例一盈利模式分析
4）案例一商业模式评价
（2）案例二
1）案例二基本信息分析
2）案例二经营情况分析
3）案例二盈利模式分析
4）案例二商业模式评价
（3）案例三
1）案例三基本信息分析
2）案例三经营情况分析
3）案例三盈利模式分析
4）案例三商业模式评价
3.9.2国外互联网+高端白酒行业商业模式创新经验借鉴
第四章中国高端白酒行业企业电商战略规划及模式选择
4.1中国高端白酒行业企业电商战略规划分析

4.1.1高端白酒企业电商如何正确定位
4.1.2高端白酒电商核心业务确定策略
4.1.3高端白酒企业电商化组织变革策略
4.2中国高端白酒行业典型电商发展模式总体分析
4.2.1中国电子商务主流模式分析
4.2.2B2B电商模式及其优劣势分析
（1）B2B电商模式的特点
（2）B2B电商模式的适用范围
（3）B2B电商模式的优秀案例
（4）B2B电商模式的优劣势
4.2.3B2C电商模式及其优劣势分析
（1）B2C电商模式的特点
（2）B2C电商模式的适用范围
（3）B2C电商模式的优秀案例
（4）B2C电商模式的优劣势
4.2.4C2C电商模式及其优劣势分析
（1）C2C电商模式的特点
（2）C2C电商模式的适用范围
（3）C2C电商模式的优秀案例
（4）C2C电商模式的优劣势
4.2.5O2O电商模式及其优劣势分析
（1）O2O电商模式的特点
（2）O2O电商模式的适用范围
（3）O2O电商模式的优秀案例
（4）O2O电商模式的优劣势
4.2.6中国高端白酒行业最优电商模式的选择
4.3中国高端白酒行业企业电商切入模式及发展路径
4.3.1模式一
（1）模式一的特点及优劣势
（2）模式一的业务布局分析
（3）模式一的渠道通路分析
（4）模式一的收入来源分析
（5）模式一的关键资源能力分析
（6）模式一的经营风险分析
（7）模式一的优秀案例分析

4.3.2模式二
（1）模式二的特点及优劣势
（2）模式二的业务布局分析
（3）模式二的渠道通路分析
（4）模式二的收入来源分析
（5）模式二的关键资源能力分析
（6）模式二的经营风险分析
（7）模式二的优秀案例分析
4.3.3模式三
（1）模式三的特点及优劣势
（2）模式三的业务布局分析
（3）模式三的渠道通路分析
（4）模式三的收入来源分析
（5）模式三的关键资源能力分析
（6）模式三的经营风险分析
（7）模式三的优秀案例分析
4.4中国高端白酒行业移动电商切入路径及典型产品
4.4.1中国高端白酒行业移动电商的商业价值分析
（1）移动电商的商业价值分析
（2）中国移动互联网发展现状
（3）中国移动互联网前景预测
4.4.2中国高端白酒行业移动电商市场发展现状
4.4.3中国高端白酒行业移动电商市场切入路径
4.4.4中国高端白酒行业移动电商典型产品形式
4.4.5中国高端白酒行业移动电商发展趋势及前景
第五章中国互联网+高端白酒商业模式创新优秀案例剖析
5.1案例一
5.1.1案例一基本信息分析
5.1.2案例一经营情况分析
5.1.3案例一产品/服务分析
5.1.4案例一盈利模式分析
5.1.5案例一渠道通路分析
5.1.6案例一合作伙伴分析
5.1.7案例一融资情况分析
5.1.8案例一商业模式评价

5.2案例二
5.2.1案例二基本信息分析
5.2.2案例二经营情况分析
5.2.3案例二产品/服务分析
5.2.4案例二盈利模式分析
5.2.5案例二渠道通路分析
5.2.6案例二合作伙伴分析
5.2.7案例二融资情况分析
5.2.8案例二商业模式评价
5.3案例三
5.3.1案例三基本信息分析
5.3.2案例三经营情况分析
5.3.3案例三产品/服务分析
5.3.4案例三盈利模式分析
5.3.5案例三渠道通路分析
5.3.6案例三合作伙伴分析
5.3.7案例三融资情况分析
5.3.8案例三商业模式评价
5.4案例四
5.4.1案例四基本信息分析
5.4.2案例四经营情况分析
5.4.3案例四产品/服务分析
5.4.4案例四盈利模式分析
5.4.5案例四渠道通路分析
5.4.6案例四合作伙伴分析
5.4.7案例四融资情况分析
5.4.8案例四商业模式评价
5.5案例五
5.5.1案例五基本信息分析
5.5.2案例五经营情况分析
5.5.3案例五产品/服务分析
5.5.4案例五盈利模式分析
5.5.5案例五渠道通路分析
5.5.6案例五合作伙伴分析
5.5.7案例五融资情况分析

5.5.8案例五商业模式评价
第六章中国互联网+高端白酒行业市场投资机会及建议
6.1中国互联网+高端白酒行业投资特性及风险
6.1.1互联网+高端白酒行业投资壁垒分析
（1）政策壁垒
（2）技术壁垒
（3）市场壁垒
6.1.2互联网+高端白酒行业投资特性分析
6.1.3互联网+高端白酒行业投资风险分析
6.2中国互联网+高端白酒行业投融资现状及趋势
6.2.1中国互联网+高端白酒行业投资现状及趋势
（1）中国互联网+高端白酒行业投资主体结构
（2）各投资主体核心资源分析
（3）各投资主体投资方式分析
（4）各投资主体投资规模分析
（5）主要投资事件分析
（6）各投资主体投资趋势分析
6.2.2中国互联网+高端白酒行业融资现状及趋势
（1）中国互联网+高端白酒行业融资主体构成
（2）各融资主体核心资源分析
（3）各融资主体融资方式分析
（4）各融资主体融资规模分析
（5）主要融资事件及用途
（6）各融资主体融资趋势分析
6.3中国互联网+高端白酒行业投资机会及建议
6.3.1中国互联网+高端白酒行业投资机会分析
6.3.2互联网+高端白酒行业投资建议分析
第七章中国大型企业互联网+高端白酒投资布局分析ZYZF
7.1相关公司“互联网+高端白酒”投资布局
7.1.1贵州茅台酒股份有限公司
（1）企业基本信息分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业互联网+高端白酒投资布局
（4）企业互联网+高端白酒产品/服务分析
（5）企业最新发展动向

7.1.2五粮液集团有限公司
（1）企业基本信息分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业互联网+高端白酒投资布局
（4）企业互联网+高端白酒产品/服务分析
（5）企业最新发展动向
7.1.3泸州老窖集团有限责任公司
（1）企业基本信息分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业互联网+高端白酒投资布局
（4）企业互联网+高端白酒产品/服务分析
（5）企业最新发展动向
7.1.4江苏洋河集团有限公司
（1）企业基本信息分析
（2）企业经营情况分析
5）企业发展能力分析
（3）企业互联网+高端白酒投资布局
（4）企业互联网+高端白酒产品/服务分析
（5）企业最新发展动向
7.1.5剑南春（集团）有限责任公司
（1）企业基本信息分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业互联网+高端白酒投资布局
（4）企业互联网+高端白酒产品/服务分析
（5）企业最新发展动向
7.2大型互联网企业“互联网+高端白酒”投资布局
7.2.1阿里巴巴
（1）企业基本信息分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业互联网+高端白酒投资布局
（4）企业互联网+高端白酒产品/服务分析
（5）企业最新发展动向
7.2.2百度公司
（1）企业基本信息分析
（2）企业经营情况分析

（3）企业互联网+高端白酒投资布局
（4）企业互联网+高端白酒产品/服务分析
（5）企业最新发展动向
7.2.3腾讯公司
（1）企业基本信息分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业互联网+高端白酒投资布局
（4）企业互联网+高端白酒产品/服务分析
（5）企业最新发展动向ZYZF

图表目录：

图表1：互联网+高端白酒行业发展规划汇总表
图表2：互联网+高端白酒行业主要政策汇总表
图表3：政策环境对行业的影响分析表
图表4：全球主要经济体经济增速预测（单位：%）
图表5：2014-2017年中国GDP增长率变化趋势图（单位：%）
图表6：2014-2017年中国工业增加值及增长率走势图（单位：万亿元，%）
图表7：2014-2017年中国服务业增加值及增长率走势图（单位：万亿元，%）
图表8：2014-2017年中国电商交易规模发展趋势（单位：亿元，%）
图表9：2018-2024年中国电商交易规模预测
图表10：2014-2017年我国网民规模及互联网普及率
图表11：2013-2017年中国网民各类网络应用的使用率
图表12：2014-2017年我国移动网民规模及增长速度
图表13：关联产业发展对行业的影响总结表
图表14：互联网相关技术对行业的影响总结表
图表15：中国互联网+高端白酒行业发展阶段
图表16：主要企业互联网+高端白酒行业投资切入角度
图表17：2014-2017年中国互联网+高端白酒行业主要投资事件
图表18：中国互联网+高端白酒行业投资业务布局
图表19：2014-2017年中国互联网+高端白酒行业市场规模发展趋势
图表20：中国互联网+高端白酒行业主要的市场参与者
图表21：中国互联网+高端白酒行业市场增长动力
图表22：中国互联网+高端白酒行业市场发展瓶颈
图表23：中国高端白酒行业电商交易规模（单位：亿元）
图表24：中国高端白酒行业电商产品/服务品类
图表25：中国高端白酒行业电商市场现存问题

图表26：2018-2024年中国高端白酒行业电商市场规模预测

更多图表见正文.....

详细请访问：https://www.chyxx.com/research/201712/589982.html