

2017-2023年中国中低端白酒市场调查与行业竞争对手分析报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2017-2023年中国中低端白酒市场调查与行业竞争对手分析报告》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.chinairr.org/report/R07/R0701/201710/25-241853.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

白酒的需求有三部分，政务、商务、还有就是个人。以前时代比较特殊，固定资产带来的高速发展带来了政务、公务消费，也增加了高端白酒的需求，掩盖了大众需求对白酒消费的增长。经过行业的调整，公务消费占比下滑，大众消费逐渐承接。因为大众消费还处于起步阶段，需求薄弱，上攻乏力，弥补不足，也让白酒行业没有能够迎来二次春天。相关数据显示，2016年中国的白酒销量为1305.7万千升，比2015年增长2.1%，再一次创下了近六年来的新低，产销率也由2015年的98%下滑至96.9%。

我国白酒行业经过了三轮关键的调整时期，从20世纪80年代末到90年代初，国务院对白酒的价格都是出于放开状态，白酒企业可以自主定价，初步试水市场环境。之后国家又提出了政务消费的调整，白酒的价格和销量都下滑，90年代末，白酒行业受到了金融危机以及山西假酒案的影响，那时产量一度被腰斩。随着中国经济逐渐的好转，团购渠道崛起，政务消费成为主力军，产品逐渐走向高端化。随着中国经济发展越来越好，团购渠道开始崛起，政务渠道成为消费主力军，产品逐渐高档化，白酒产品开始涨价，白酒行业迎来黄金十年；2012年国家开始限制公务消费，政务消费下滑，中高端白酒价格下滑厉害，渠道的库存积压严重，企业业绩下滑。中高端白酒价格回归理性后，大众消费逐渐代替公务消费，白酒的大众化市场来临。

目前白酒行业的消费市场是中端白酒，占据整个白酒市场销售收入的40%，紧接着是中低端白酒，比重为20%。地方白酒企业以前是依赖公务消费，而在三公政策之后，地方白酒企业的利益纽带就弱化了，中高端白酒的需求持续走低。从销量上来看，低端白酒的销售量高，甚至占据整个白酒行业的半壁江山，但因为低端白酒产品的单价较低，收入只占比10%左右。以前白酒行业主要依赖中高端白酒的市场销售，但近几年受到影响之后，依靠低端白酒的销售明显是动力不足。

高端白酒的产量稀缺，茅台、五粮液等白酒产品的重量占据白酒行业的总产量不到1%。前三年已经完成了洗牌，茅台、五粮液、泸州老窖三家白酒企业基本占据90%以上的市场份额，集中度非常高而且稳定；次高端白酒的正常逻辑跟高端白酒的增长逻辑相似，总量是高端白酒的三到四倍，但是收入的行业占比估计不到10%的份额。随着高端白酒的价格上涨，受益消费升级，总量稳定增长，但集中度有高端白酒的高，竞争非常激烈；中端白酒的集中到非常低，竞争激烈，洋河的海之蓝、梦之蓝及古井的年份原浆系列，合计市场占有率约6~7%，未来总量稳定，红海市场，企业业绩的增长主要是因为集中度提升；低端白酒为大众消费的核心价格段，受益于消费升级，未来这个价格带的白酒集中速度有望比中档白酒快，同时涨价小幅慢跑，跑平CPI，消费者对白酒的价格比较敏感。

中国产业研究报告网发布的《2017-2023年中国中低端白酒市场调查与行业竞争对手分析报告》共十四章。首先介绍了中低端白酒相关概念及发展环境，接着分析了中国中低端白酒规模及消费需求，然后对中国中低端白酒市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国中低端白酒面临的机遇及发展前景。您若想对中国中低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 中低端白酒行业相关基础概述及研究机构

1.1 中低端白酒的定义及分类

1.1.1 中低端白酒的界定

1.1.2 中低端白酒的分类

1.1.3 中低端白酒产品特性

1.2 中低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 中低端白酒行业研究机构

1.3.1 中低端白酒行业介绍

1.3.2 中低端白酒行业研究优势

1.3.3 中低端白酒行业研究范围

第二章 2014-2016年中国中低端白酒行业市场发展环境分析

2.1 中国中低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 中国中低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 中国中低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

6、乡镇消费市场快速发展

2.3.2 社会环境对行业的影响分析

2.4 中国中低端白酒行业技术环境分析

2.4.1 酿造工艺流程分析

2.4.2 中国中低端白酒行业新工艺研究

第三章 中国中低端白酒行业上、下游产业链分析

3.1 中低端白酒行业产业链概述

3.1.1 产业链定义

3.1.2 中低端白酒行业产业链

3.2 中低端白酒行业上游-食用酒精产业发展分析

3.2.1 食用酒精产业发展现状

3.2.2 食用酒精产业供给分析

3.2.3 食用酒精供给价格分析

3.2.4 主要供给企业分析

3.3 中低端白酒行业下游-消费者消费情况分析

3.3.1 居民人均中低端白酒消费情况

3.3.2 中低端白酒消费者地域分布情况

3.3.3 消费升级下的中低端白酒消费市场

3.3.4 中低端白酒消费者品牌忠诚度分析

第四章 国际中低端白酒行业市场发展分析

4.1 2014-2016年国际中低端白酒行业发展现状

4.1.1 国际中低端白酒行业发展现状

4.1.2 国际中低端白酒行业发展规模

4.2 2014-2016年国际中低端白酒市场需求研究

4.2.1 国际中低端白酒市场需求特点

4.2.2 国际中低端白酒市场需求结构

4.2.3 国际中低端白酒市场需求规模

4.3 2014-2016年国际区域中低端白酒行业研究

4.3.1 欧洲

4.3.2 美国

4.3.3 日韩

4.4 2017-2023年国际中低端白酒行业发展展望

4.4.1 国际中低端白酒行业发展趋势

4.4.2 国际中低端白酒行业规模预测

4.4.3 国际中低端白酒区域市场发展潜力分析

第五章 2014-2016年中国中低端白酒行业发展概述

5.1 中国中低端白酒行业发展状况分析

5.1.1 中国中低端白酒行业发展阶段

5.1.2 中国中低端白酒行业发展总体概况

- 5.1.3 中国中低端白酒行业发展特点分析
- 5.2 2014-2016年中低端白酒行业发展现状
 - 5.2.1 中低端白酒行业发展现状
 - 5.2.2 中低端白酒行业受益大众消费崛起
 - 5.2.3 白酒企业纷纷加码中低端产品
 - 5.2.4 中低端白酒企业营销新策略分析
- 5.3 重点中低端白酒企业市场份额分析
- 5.4 中低端白酒行业市场集中度分析
- 5.5 中国中低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 高端中低端白酒市场分析
 - 5.5.3 中低端中低端白酒市场分析
- 5.6 中国中低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 中低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 品牌定位不清晰
- 5.8 中国中低端白酒行业发展问题及对策建议
 - 5.8.1 中国中低端白酒行业发展制约因素
 - 5.8.2 中国中低端白酒行业存在问题分析
 - 5.8.3 中国中低端白酒行业发展对策建议

第六章 中国中低端白酒行业运行指标分析及预测

- 6.1 中国中低端白酒行业企业数量分析
 - 6.1.1 2014-2016年中国中低端白酒行业企业数量情况

- 6.1.2 2014-2016年中国中低端白酒行业企业竞争结构
- 6.2 中国中低端白酒行业生产成本构成分析
- 6.3 2014-2016年中国中低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 中国中低端白酒行业市场规模分析及预测
 - 6.4.1 2014-2016年中国中低端白酒行业市场规模分析
 - 6.4.2 2017-2023年中国中低端白酒行业市场规模预测
- 6.5 中国中低端白酒行业市场供需分析及预测
 - 6.5.1 中国中低端白酒行业市场供给分析
 - 1、2014-2016年中国中低端白酒行业供给规模分析
 - 2、2017-2023年中国中低端白酒行业供给规模预测
 - 6.5.2 中国中低端白酒行业市场需求分析
 - 1、2014-2016年中国中低端白酒行业需求规模分析
 - 2、2017-2023年中国中低端白酒行业需求规模预测

第七章 中国互联网+中低端白酒行业发展现状及前景

- 7.1 互联网给中低端白酒行业带来的冲击和变革分析
 - 7.1.1 互联网时代中低端白酒行业大环境变化分析
 - 7.1.2 互联网给中低端白酒行业带来挑战及机遇分析
 - 7.1.3 互联网时代中低端白酒营销模式变革分析
 - 7.1.4 互联网时代中低端白酒销售渠道变革分析
- 7.2 中国互联网+中低端白酒行业市场发展现状分析
 - 7.2.1 中国互联网+中低端白酒行业投资布局分析
 - 1、中国互联网+中低端白酒行业投资切入方式
 - 2、中国互联网+中低端白酒行业投资规模分析
 - 3、中国互联网+中低端白酒行业投资业务布局
 - 7.2.2 中低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+中低端白酒行业市场规模分析
 - 7.2.4 中国互联网+中低端白酒行业竞争格局分析

- 1、中国互联网+中低端白酒行业参与者结构
- 2、中国互联网+中低端白酒行业竞争者类型
- 3、中国互联网+中低端白酒行业市场占有率

7.2.5 中国中低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 中国中低端白酒企业互联网战略案例分析

7.3 中国互联网+中低端白酒行业市场前景分析

7.3.1 中国互联网+中低端白酒行业市场增长动力分析

7.3.2 中国互联网+中低端白酒行业市场发展瓶颈剖析

7.3.3 中国互联网+中低端白酒行业市场发展趋势分析

第八章 中国中低端白酒行业消费市场调查

8.1 中低端白酒市场消费需求分析

8.1.1 中低端白酒市场的消费需求变化

8.1.2 中低端白酒行业的需求情况分析

8.1.3 中低端白酒品牌市场消费需求分析

8.2 中低端白酒消费市场状况分析

8.2.1 中低端白酒行业消费特点

8.2.2 中低端白酒行业消费结构分析

8.2.3 中低端白酒行业消费的市场变化

8.2.4 中低端白酒市场的消费方向

8.3 中低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 中低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

8.4 中低端白酒消费市场区域集中度分析

- 8.4.1 中低端白酒重点消费区域市场分析
- 8.4.2 中低端白酒城乡市场消费情况分析
- 8.4.3 中低端白酒消费区域集中度趋势分析

第九章 中国中低端白酒行业市场竞争格局分析

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

第十章 中国中低端白酒行业领先企业竞争力分析

- 10.1 酒鬼酒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 重庆江小白酒业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 北京顺鑫农业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 青海互助青稞酒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 2017-2023年中国中低端白酒行业发展趋势与投资机会研究

11.1 2017-2023年中国中低端白酒行业市场发展潜力分析

11.1.1 中国中低端白酒行业市场空间分析

11.1.2 中国中低端白酒行业竞争格局变化

11.1.3 中国中低端白酒行业互联网+前景

11.2 2017-2023年中国中低端白酒行业发展趋势分析

11.2.1 中国中低端白酒行业品牌格局趋势

11.2.2 中国中低端白酒行业渠道分布趋势

11.2.3 中国中低端白酒行业市场趋势分析

11.2.4 中国中低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年中国中低端白酒行业投资机会与建议

11.3.1 中国中低端白酒行业投资前景展望

11.3.2 中国中低端白酒行业投资机会分析

11.3.3 中国中低端白酒行业投资建议

第十二章 2017-2023年中国中低端白酒行业投资分析与风险规避

12.1 中国中低端白酒行业关键成功要素分析

12.2 中国中低端白酒行业投资壁垒分析

12.3 中国中低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 中国中低端白酒行业融资渠道与策略

12.4.1 中低端白酒行业融资渠道分析

12.4.2 中低端白酒行业融资策略分析

第十三章 2017-2023年中国中低端白酒行业盈利模式与投资战略规划分析

13.1 国外中低端白酒行业投资现状及经营模式分析

13.1.1 境外中低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 中国中低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 中低端白酒行业商业模式创新分析

13.3 中国中低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：中低端白酒行业特点

图表：中低端白酒行业生命周期

图表：中低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：中国中低端白酒消费年龄段变化分析

图表：中国中低端白酒饮用场所分析

图表：中国中低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：中国高端中低端白酒渗透率及平均饮用量分析

图表：中国高端中低端白酒区域市场分析

图表：中国中低端中低端白酒区域市场分析

图表：中国中低端白酒购买渠道分析

图表：中低端白酒行业互联网渠道占比分析

图表：中低端白酒互联网渗透率分析

图表：中低端白酒生产成本构成分析

图表：中低端白酒生产地域分布情况

图表：2014-2016年中低端白酒行业市场规模分析

图表：2017-2023年中低端白酒行业市场规模预测

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R07/R0701/201710/25-241853.html>