

# 2018-2024年中国白酒零售 市场调查与市场前景预测报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制  
[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

## 一、报告报价

《2018-2024年中国白酒零售市场调查与市场前景预测报告》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/R0701/201806/14-264293.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](mailto: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

随着人民生活水平的不断提高，消费能力的增长空间非常巨大。消费升级和需求增大的长期利好因素的存在，是消费品生产企业发展的巨大动力，酿酒企业将保持高速增长的势头。与其说贵州茅台是一面旗帜，还不如说它只是酿酒企业高速增长的一个缩影。我们从近期的市场走势中发现，在基金重仓股中，贵州茅台非但没有下跌，而且股价直逼历史新高，其他酒类的上升势头不错，基金增仓的态势比较明显。

据了解，当时白酒职业出售途径首要是以团购、餐饮、商超等传统出售形式为主，其间团购途径在近十年中一直是高端白酒的首要出售途径。以茅台酒为例，白酒教授铁犁供给数据称，茅台作为国内高端酒的代表，其70%-80%的产值用于团购及有些企事业单位供给等，只要20%-30%的供给量才经过专卖店等途径抵达一般消耗商场。

中国名酒商品批发价格指数的出台，一是有利于酒类企业掌握商品批发流通环节价格走势，合理制定生产计划，正确进行定价和市场定位，增强企业竞争力；二是有利于批发贸易企业择优选择经营品种，准确把握进货时机，合理保持库存，提高资金的使用率；三是有利于为白酒产业的发展提供准确的“晴雨表”，规范全国白酒产业有序发展,有效地吸引全国酒类相关行业关注，优化行业产业链，形成良性竞争，促进中国白酒产业健康有序发展；四是有利于行业主管部门及时了解酒类商品批发贸易动态，准确把握行业市场运行状况，科学制定相关行业政策和发展规划提供依据；同时，将对我国白酒生产消费及资本市场变动指引起到重要作用。

白酒行业经过15年触底反弹，16年向上趋势延续之后，新一轮的发展周期已经非常明确，但本次复苏和10、11年的逻辑有所不同，主要表现在：1、在本轮调整过程当中，商务消费和个人消费已经逐渐承接了之前的政务消费，回归民间后虽然对价格敏感程度有所增强，但健康的需求端能够有效夯实此轮白酒的向上基础；2、消费升级潜力巨大，12年政府反腐限制三公之后，高端消费开始承压，经过几年调整蓄势之后，从16年下半年至17年春节，无论是高端酒的价格走势还是其他高端消费品（奔驰车、瑞士手表、赌场等）销量都显示未来消费升级的空间非常巨大；3、从历史的经验看，白酒行业每一次趋势起来之后都不会在短期内就结束，而是延续一段较长的时间，本轮向上周期至少还能维持三年以上。白酒消费结构 数据来源：公开资料整理消费从大众产品向高端升级：酒类最受益 数据来源：公开资料整理

中国产业研究报告网发布的《2018-2024年中国白酒零售市场调查与市场前景预测报告》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！

中国产业研究报告网是国内权威的市场调查、行业分析，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：第一部分 行业发展现状第一章 2017年中国零售业运行态势分析第一节 2017年中国零售业的发展分析一、零售业发展潜力巨大二、零售业成本上升促使企业关注内生增长三、零售行业消费品市场进入新的发展时期四、国内零售企业开展分等定级五、社会消费品零售总额分析六、零售百货行业分析第二节 2017年中国零售业转型进入关键期一、品牌创造价值二、服务创造价值三、现代信用创造价值四、企业社会责任创造价值五、安全创造价值六、商业模式创造价值七、商业文化创造价值八、人力资本创造价值第三节 2017年中国零售企业五大问题分析一、连锁企业漠视品牌经营二、统一采购仅停留于理论三、末端优势难以体现四、定价和促销流于形式五、存货管理漏洞大 第二章 2017年中国烟草零售行业发展环境分析第一节 2017年中国零售百货业经济环境分析一、国民经济运行情况GDP(季度更新)二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）三、全国居民收入情况（季度更新）四、恩格尔系数（年度更新）五、工业发展形势（季度更新）六、固定资产投资情况（季度更新）七、中国汇率调整（人民币升值）八、对外贸易&进出口第二节 2017年中国零售百货业政策环境分析一、《零售商供应商公平交易管理办法》二、《全国商品市场体系建设纲要》三、新《商品条码管理办法》四、新《零售商品称重计量监督管理办法》五、白酒行业发展规划六、中国白酒税收政策分析第三节 2017年中国零售百货业社会环境分析一、人口环境分析二、教育环境分析三、文化环境分析四、生态环境分析五、中国城镇化率六、居民的各种消费观念和习惯 第三章 2014-2017年中国白酒零售行业总体发展状况第一节 中国白酒零售行业规模情况分析一、行业单位规模情况分析二、行业人员规模状况分析三、行业资产规模状况分析四、行业市场规模状况分析五、行业敏感性分析第二节 中国白酒零售行业产销情况分析一、行业生产情况分析二、行业销售情况分析三、行业产销情况分析第三节 中国白酒零售行业财务能力分析一、行业盈利能力分析二、行业偿债能力分析三、行业营运能力分析四、行业发展能力分析 第四章 2017年中国白酒零售行业发展概况第一节 2017年中国白酒零售行业发展态势分析第二节 2017年中国白酒零售行业发展特点分析第三节 2017年中国白酒零售行业市场供需分析

在我国五千年的历史中，白酒扮演着重要的角色，酿酒一直以来都是我国重要的行业之一。2016年我国白酒行业总产量达到135.84亿升，产量较上年同期增长3.47%。四川是国内最强大的白酒生产制造集群。全国八大名酒四川占据六个席位，集中了五粮液、剑南春、泸州老窖、郎酒、全兴、沱牌等被誉为“六朵金花”的国内知名品牌。截至2016年我国白

酒制造行业规模以上企业数量达到1578家，2016年我国白酒制造行业规模总资产达到6092.87亿元，2016年白酒制造行业销售收入为6125.74亿元，2016年行业利润总额为797.15亿元。根据中国海关统计数据：2016年我国进口白酒189.29万升，进口数量同比增长63.4%；进口总金额为7082.5万美元，进口金额同比增长57.1%。尽管有中央反腐倡廉以及“八项规定”的影响，但我国白酒消费市场仍然持续增长。2015年我国白酒消费市场规模为5533.56亿元，2016年我国白酒消费市场规模增长至6099.31亿元，规模较上年同期增长10.22%。2009-2016年我国白酒产销概况 资料来源：国家统计局、中国产业研究报告网整理

第五章 中国白酒零售市场渠道模式分析——商超

第一节 中国白酒专柜渠道分析

一、白酒专柜发展现状

二、白酒专柜行业发展新趋势

三、白酒专柜的运营策略探讨

四、重点地区白酒专柜发展分析

五、白酒专柜陈列分析

六、白酒专柜发展的前景剖析

七、部分品牌专柜动态

第二节 中国白酒超市、便利店渠道分析

一、中国白酒超市、便利店市场发展现状

二、白酒超市、便利店行业发展新趋势

三、白酒超市、便利店的运营策略探讨

四、白酒超市、便利店发展前景剖析

第六章 中国白酒零售市场渠道模式分析——专卖店

第一节 中国白酒专卖店市场发展现状

一、渠道概况

二、品牌分析

三、进入壁垒

四、成本构成

五、收益分析

第二节 白酒专卖店行业发展新趋势

第三节 白酒专卖店的运营策略探讨

一、白酒专卖店的运营与管理

二、白酒专卖店顾客忠诚度的提高

第四节 重点地区白酒专卖店发展分析

第五节 白酒专卖店发展前景剖析

第六节 白酒专卖店选址分析

一、选址的重要性

二、选址的理论探讨

三、选址程序分析

四、选址实践分析

第七章 中国白酒零售市场渠道模式分析——电视购物

第一节 中国白酒电视购物市场发展现状

一、白酒电视购物市场发展分析

二、白酒电视购物行业发展新趋势

第二节 中国白酒电视购物产业链核心要素发展

一、呼叫中心建设现状与应用情况

二、电子支付认证体系发展分析

第三节 白酒电视购物的运营策略探讨

第四节 白酒电视购物发展前景剖析

第八章 中国白酒零售市场渠道模式分析——电子商务

第一节 白酒电子商务应用方式分析

一、企业网上宣传

二、网上市场调研

三、网络分销联系

四、网上直接销售

五、网上营销集成

第二节 中国白酒电子商务渠道销售规模

一、白酒网购市场规模

二、白酒网购市场特征

第三节 白酒电子商务平台运营分析

一、借助第三方平台

二、建设独立的自有平台

第四节 白酒电子商务渠道劣势分析

一、三方平台

二、自有平台

第五节 白酒电子商务渠道优势分析

一、三方平台

二、自有平台

三、传统渠道电子商务渠道关联分析

第六节 白酒网购市场发展动向

一、2017年热门行业品牌网络广告投放

二、2017年白酒网站行业数据

三、2017年白酒网络广告投放费用

四、2017年白酒网络广告投放媒体类别

五、2017年白酒品牌网络广告投放规模

第二部分 行业竞争格局

第九章 白酒零售行业竞争分析

第一节 中国白酒零售行业竞争格局分析

一、中国白酒零售行业集中度分析

二、中国白酒零售市场整体竞争格局

第二节 中国白酒零售行业竞争环境分析

一、目前市场上的参与者之间的竞争

二、有威胁的替代行业现状

三、具有进入

可能性或进入中的新参与者四、上游供应商、参与者与下游客户的关系第三节 2014-2017年中国白酒零售行业竞争分析及预测一、2017年白酒零售市场竞争情况分析二、2017年白酒零售市场竞争形势分析三、2018-2024年集中度分析及预测四、2018-2024年SWOT分析及预测五、2018-2024年进入退出状况分析及预测六、2018-2024年生命周期分析及预测 第十章 白酒零售企业竞争策略分析第一节 白酒零售市场竞争策略分析一、2017年白酒零售行业增长潜力分析二、2017年白酒零售主要潜力项目分析三、现有白酒零售竞争策略分析四、白酒零售潜力项目竞争策略选择五、典型企业项目竞争策略分析第二节 白酒零售企业竞争策略分析一、“十三五”规划对白酒零售行业竞争格局的影响二、“十三五”规划白酒零售行业竞争格局的变化三、2018-2024年我国白酒零售行业竞争趋势四、2018-2024年白酒零售行业竞争格局展望五、2018-2024年白酒零售行业竞争策略分析六、2018-2024年白酒零售企业竞争策略分析 第十一章 重点白酒零售企业分析第一节 嘉兴市汇丰远大酒类经营部一、企业概况二、经营状况分析三、发展战略分析第二节 南京超人酒业有限公司一、企业概况二、经营状况分析三、发展战略分析第三节 南倍酒业有限公司第一门市部一、企业概况二、经营状况分析三、发展战略分析第四节 宣威酒厂三门市一、企业概况二、经营状况分析三、发展战略分析第五节 宣威酒厂四门市一、企业概况二、经营状况分析三、发展战略分析第六节 白银鼎盛商贸有限公司一、企业概况二、经营状况分析三、发展战略分析第七节 天津市三庄烧酒坊一、企业概况二、经营状况分析三、发展战略分析第八节 杏花村汾酒集团黑龙江商务有限责任公司一、企业概况二、经营状况分析三、发展战略分析第九节 承德兴隆猎苑酒业经营有限公司一、企业概况二、经营状况分析三、发展战略分析第十节 义马市瑞丰物资有限责任公司一、企业概况二、经营状况分析三、发展战略分析 第三部分 行业前景预测第十二章 白酒零售行业发展趋势预测第一节 白酒零售行业前景分析一、未来白酒零售的发展趋势展望二、中国白酒零售未来发展前景广阔三、2017年我国白酒零售行业发展趋势四、2017年中国白酒零售市场发展预测五、2018-2024年白酒零售发展方向探讨六、2018-2024年白酒零售市场规模预测第二节 2018-2024年白酒零售市场趋势分析一、2014-2017年白酒零售市场趋势总结二、2018-2024年白酒零售发展趋势分析三、2018-2024年白酒零售市场发展空间四、2018-2024年白酒零售行业政策趋向五、2018-2024年白酒零售价格走势分析第三节 2018-2024年白酒零售市场预测一、2018-2024年白酒零售市场结构预测二、2018-2024年白酒零售市场需求前景三、2018-2024年白酒零售市场价格预测四、2018-2024年白酒零售行业集中度预测 第四部分 投资战略研究第十三章 白酒零售行业投资现状分析第一节 2016年白酒零售行业投资情况分析一、2016年总体投资及结构二、2016年投资规模情况三、2016年投资增速情况四、2016年分行业投资分析五、2016年分地区投资分析六、2016年外商投资情况第二节 2017年白酒零售行业投资情况分析一、2017年总体投资及结构二、2017年投资规模情况三、2017年投资增速情况四

、2017年分行业投资分析五、2017年分地区投资分析六、2017年外商投资情况 第十四章 白酒零售行业投资环境分析第一节 经济发展环境分析一、2014-2017年我国宏观经济运行情况二、2018-2024年我国宏观经济形势分析三、2018-2024年投资趋势及其影响预测第二节 政策法规环境分析一、2017年白酒零售行业政策环境二、2017年国内宏观政策对其影响三、2017年行业政策对其影响第三节 社会发展环境分析一、国内社会环境发展现状二、2017年社会环境发展分析三、2018-2024年社会环境对行业的影响分析 第十五章 白酒零售行业投资机会与风险第一节 白酒零售行业投资效益分析一、2014-2017年白酒零售行业投资状况分析二、2018-2024年白酒零售行业投资效益分析三、2018-2024年白酒零售行业投资趋势预测四、2018-2024年白酒零售行业的投资方向五、新进入者应注意的障碍因素分析第二节 影响白酒零售行业发展的主要因素一、2018-2024年影响白酒零售行业运行的有利因素分析二、2018-2024年影响白酒零售行业运行的稳定因素分析三、2018-2024年影响白酒零售行业运行的不利因素分析四、2018-2024年我国白酒零售行业发展面临的挑战分析五、2018-2024年我国白酒零售行业发展面临的机遇分析第三节 白酒零售行业投资风险及控制策略分析一、2018-2024年白酒零售行业市场风险及控制策略二、2018-2024年白酒零售行业政策风险及控制策略三、2018-2024年白酒零售行业经营风险及控制策略四、2018-2024年白酒零售同业竞争风险及控制策略五、2018-2024年白酒零售行业其他风险及控制策略 第十六章 白酒零售行业投资战略研究第一节 白酒零售行业发展战略研究一、战略综合规划二、业务组合战略三、区域战略规划四、产业战略规划五、营销品牌战略六、竞争战略规划第二节 对白酒零售品牌的战略思考一、企业品牌的重要性二、白酒零售实施品牌战略的意义三、白酒零售企业品牌的现状分析四、白酒零售企业的品牌战略五、白酒零售品牌战略管理的策略第三节 白酒零售行业投资战略研究 图表目录：图表：2011-2017年中国GDP总量及增长趋势图  
图表：2017年中国三产业增加值结构图  
图表：2011-2017年中国CPI、PPI月度走势图  
图表：2011-2017年我国城镇居民可支配收入增长趋势图  
图表：2011-2017年我国农村居民人均纯收入增长趋势图  
图表：2011-2017中国城乡居民恩格尔系数对比表  
图表：2011-2017中国城乡居民恩格尔系数走势图  
图表：2011-2017年中国工业增加值增长趋势图  
图表：2011-2017年我国工业增加值分季度增速  
图表：2011-2017年我国全社会固定资产投资额走势图  
图表：2011-2017年我国城乡固定资产投资额对比图  
图表：2011-2017年我国财政收入支出走势图

图表：2014年-2017年人民币兑美元汇率中间价

图表：2017年人民币汇率中间价对照表

图表：2011-2017年中国货币供应量统计表 单位：亿元

图表：2011-2017年中国货币供应量月度增速走势图

图表：2011-2017年中国外汇储备走势图

图表：2011-2017年中国外汇储备及增速变化图

图表：2017年中国人民银行利率调整表

图表：我国历年存款准备金率调整情况统计表

图表：2011-2017年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2011-2017年我国货物进出口总额走势图

图表：2011-2017年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2011-2017年中国就业人数走势图

图表：2011-2017年中国城镇就业人数走势图

图表：2011-2017年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表：2011-2017年我国总人口数量增长趋势图

图表：2017年人口数量及其构成

图表：2011-2017年我国普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数走势图

图表：2011-2017年我国广播和电视节目综合人口覆盖率走势图

图表：2011-2017年中国城镇化率走势图

图表：2011-2017年我国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R07/R0701/201806/14-264293.html>