

2019-2025年中国酒类流通 市场深度评估与发展前景评估报告

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

《2019-2025年中国酒类流通市场深度评估与发展前景评估报告》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/R09/R0904/201902/14-286537.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

报告目录：

第一章 中国酒类流通行业综述

第一节 酒类流通行业概述

一、酒类流通行业界定

二、酒类流通行业地位

第二节 酒类企业销售渠道层级

一、酒厂——消费者

二、酒企——零售商——消费者

三、酒类企业——批发商——零售商——消费者

四、酒企业——代理商——批发商——零售

商——消费者

第三节 酒类企业渠道模式分析

一、全国总代理、总经销制

二、跨区域性的集团分销制

三、区域代理制

四、企业自建销售网络制

五、企业直销零售市场制

六、企业网络直销制

第四节 酒类流通行业价值链分析

一、价值链的生产商分析

二、价值链的流通企业分析

三、价值链的消费者分析

四、价值链各参与者关系分析

第五节 酒类流通行业特性分析

一、酒类流通周期性特征

二、酒类流通季节性特征

三、酒类流通区域性特征

第二章 中国酒类流通行业发展环境分析

第一节 酒类流通行业政策环境分析

- 一、行业管理体制分析
- 二、行业主要法律法规
- 三、行业主要产业政策
- 四、行业标准制定情况

第二节 酒类流通行业经济环境分析

- 一、国民经济与酒产品产值增长趋势
- 二、社会消费品零售总额与烟酒零售总额变化
- 三、居民消费价格总水平与酒类零售价格变化
- 四、产业结构调整与升级

第三节 酒类流通行业技术环境分析

- 一、物联网技术的发展
- 二、云计算技术的发展
- 三、电子数据交换技术的应用
- 四、可视化技术的应用
- 五、货物跟踪技术的应用

第四节 酒类流通关联行业发展分析

- 一、餐饮业发展分析
- 二、酒店行业发展分析
- 三、零售行业发展分析
- 四、休闲娱乐行业发展分析
- 五、物流行业发展分析

第三章 中国酒类产品产销与运营情况分析

第一节 酒类总体产销与运营情况

- 一、酒类产量规模分析
- 二、酒类消费总额分析
- 三、酒类进口总额分析
- 四、酒类出口总额分析

第二节 白酒产销与运营情况分析

- 一、白酒生产情况分析
- 二、白酒消费情况分析
- 三、白酒行业经营情况

第三节 葡萄酒产销与运营情况分析

一、葡萄酒生产情况分析

二、葡萄酒消费情况分析

三、葡萄酒投资需求分析

四、葡萄酒行业经营情况

第四节 黄酒产销与运营情况分析

一、黄酒生产情况分析

二、黄酒消费情况分析

三、黄酒行业经营情况

第五节 啤酒产销与运营情况分析

一、啤酒生产情况分析

二、啤酒消费情况分析

三、啤酒行业经营情况

第六节 酒类进口与消费特征分析

一、不同酒类进口情况

二、进口酒类消费特征

三、进口酒类消费趋势

第四章 中国酒类流通行业发展现状分析

第一节 酒类流通渠道变革历程

一、传统流通渠道时代

二、厂商自建渠道时代

三、酒类连锁经营时代

四、酒类电子商务时代

第二节 酒类流通行业发展现状

一、酒类流通行业发展规模

二、酒类流通行业发展特点

三、酒类细分产品流通现状

第三节 酒类批发分销发展现状

一、酒类批发业发展历程

二、酒类批发业发展现状

三、酒类批发业主要问题

四、酒类批发业发展趋势

第四节 酒类零售市场发展现状

一、酒类零售市场发展历程

二、酒类零售业态主要类型

三、酒类零售业态格局划分

四、酒类零售市场主要特点

五、酒类零售市场发展趋势

第五节 酒类流通行业竞争强度

一、制造商与流通企业竞争

二、行业波特五力模型分析

第六节 酒类流通行业发展方向

一、品牌驱动市场战略模式

二、酒类零售连锁运作模式

三、酒类电子商务运作模式

四、产业链延伸模式

五、酒业流通的“金融化”升级

第五章 中国酒类连锁经营模式分析

第一节 酒类连锁经营兴起背景

一、酒类连锁经营本质特征

二、酒类连锁经营背景分析

三、酒类连锁经营兴起原因

第二节 酒类连锁经营主要特点

一、酒类连锁企业采购渠道

二、酒类连锁企业物流体系

三、酒类连锁企业品质保障

四、酒类连锁企业增值服务

第三节 酒类连锁经营发展现状

一、酒类连锁经营市场概况

二、酒类连锁经营市场规模

三、酒类连锁经营效益水平

四、酒类连锁经营市场格局

五、酒类连锁经营发展趋势

第四节 酒类连锁经营模式分析

一、直营连锁模式分析

- 1、直营连锁模式核心特征
- 2、直营连锁模式优劣势分析
- 3、直营连锁模式代表企业

二、合作店（加盟店）连锁

三、合资连锁模式分析

四、特许连锁模式分析

五、复合连锁模式分析

第五节 酒类连锁经营困局

一、选址遭遇新挑战

二、产品组合难题

三、顾客管理缺失

四、新兴渠道难以维护

五、差异化难有新意

第六节 酒类连锁经营战略出路

一、酒类连锁经营成功因素

二、酒类连锁品类管理策略

三、酒类连锁经营扩张路径

1、全国化扩张条件与特点

2、区域性扩张条件与特点

四、酒类连锁经营战略选择

1、采取“集中经营”战略

2、重新考虑“客户的选择”

3、扩大客户的采购量

4、提高执行效率

第六章 中国酒类电子商务模式分析

一、线下酒类零售供应链

二、线下酒类零售主要问题

第二节 酒类电子商务渠道优势及其发展

一、酒类电子商务发展基础

二、酒类电子商务优势分析

三、酒类电子商务网站数量

四、酒类网购交易市场现状

1、酒类网购用户规模

2、酒类网购市场规模

3、酒类网购品类结构

五、酒类电子商务经营效益

六、不同酒类电子商务现状

1、白酒电子商务现状

2、葡萄酒电子商务现状

3、洋酒电子商务现状

4、黄酒电子商务现状

5、啤酒电子商务现状

第三节 酒类电子商务发展模式分析

一、酒类电子商务发展模式

1、综合性网上商城平台

2、酒企自建电商平台

3、酒类专业电商平台

4、酒类B2B电商平台

二、酒类电子商务平台合作趋势

第四节 酒类电子商务内外部竞争分析

一、酒类电子商务市场格局

二、酒类电子商务竞争特点

三、酒类电子商务竞争要素

1、品牌宣传成本

2、商品供应成本

3、产品管理成本

4、物流配送成本

5、售后服务成本

四、与传统酒类渠道商的竞争

1、酒类电商对传统渠道商的影响

2、传统渠道商与电商之间的抗衡

第五节 酒类电子商务B2C成功案例分析

一、酒仙网

- 1、企业发展简介
- 2、企业供应链管理
- 3、企业营销体系搭建
- 4、企业物流配送体系
- 5、企业售后服务体系

二、也买酒

- 1、企业发展简介
- 2、企业供应链管理
- 3、企业营销体系搭建
- 4、企业物流配送体系
- 5、企业售后服务体系

三、品尚红酒

- 1、企业发展简介
- 2、企业供应链管理
- 3、企业营销体系搭建
- 4、企业物流配送体系
- 5、企业售后服务体系

四、茅台网上商城

- 1、企业发展简介
- 2、企业产品价格策略
- 3、企业营销体系搭建
- 4、企业物流配送体系
- 5、企业售后服务体系

第六节 酒类电子商务网站发展策略

一、酒类电子商务面临的瓶颈

二、酒类电子商务成功的关键

三、酒类企业开展电商的策略

- 1、发展电子商务先决条件
- 2、企业电子商务平台搭建

3、企业电子商务运作建议

四、酒类专业电商平台发展策略

五、酒类电商与传统渠道的平衡

六、酒业电商发展——渠道3.0时代

1、盈利模式升级

2、价值链体系变迁

第七章 中国酒类流通标杆企业商业模式分析

第一节 酒类流通企业商业模式概述

一、酒类流通企业商业模式定义

二、酒类流通企业商业模式比较分析

三、酒类流通企业商业模式核心要素

第二节 粤强酒业商业模式分析

一、企业发展历程

二、企业商业模式分析

1、企业定位

2、企业业务系统

3、企业关键资源能力

4、企业盈利模式

三、企业商业模式总结

第三节 华致酒行商业模式分析

一、企业发展历程

二、企业商业模式分析

1、企业定位

2、企业业务系统

3、企业关键资源能力

4、企业盈利模式

三、企业商业模式总结

第四节 名品世家商业模式分析

一、企业发展历程

二、企业商业模式分析

1、企业定位

2、企业业务系统

3、企业关键资源能力

4、企业盈利模式

三、企业商业模式总结

第五节 华泽集团商业模式分析

一、企业发展历程

二、企业商业模式分析

1、企业定位

2、企业业务系统

3、企业关键资源能力

4、企业盈利模式

三、企业商业模式总结

第八章 中国酒类流通企业核心能力与发展战略

第一节 新环境下流通职能的定位

一、价值链中角色的转化

1、生产商角色的转化

2、流通企业角色的转化

3、消费者角色的转化

二、新价值链中流通企业角色

1、面向生产商所需能力

2、面向消费者所需能力

3、面向同业竞争者所需能力

第二节 酒类流通企业核心能力分析

一、终端建设能力

二、网络管理能力

三、与供应商的谈判能力

四、品牌建设与推广

五、物流与配送系统建设

六、服务体系建设

七、信息系统建设

第三节 酒类流通企业的发展战略

- 一、酒类流通企业远景
- 二、酒类流通企业战略目标
- 三、酒类流通企业资源战略
 - 1、网络资源
 - 2、资金
 - 3、人力资源
 - 4、自购/外取策略
- 四、酒类流通企业业务战略
 - 1、地理维度
 - 2、产品市场维度
- 五、酒类流通企业组织战略

第九章 中国酒类流通行业发展前景与投资机会分析

第一节 酒类流通行业发展前景预测

- 一、酒类产品需求潜力分析
- 二、酒类流通行业影响因素
 - 1、影响行业发展的有利因素
 - 2、影响行业发展的不利因素
- 三、酒类流通行业前景预测
 - 1、酒类流通行业发展前景预测
 - 2、酒类连锁经营发展前景预测
 - 3、酒类电子商务发展前景预测

第二节 酒类流通行业并购重组分析

- 一、酒类流通行业并购重组案例
- 二、酒类流通行业并购重组特征
- 三、酒类流通行业并购重组趋势

第三节 酒类流通行业资本运作情况

- 一、酒类流通企业投融资事件
- 二、酒类流通企业投资方向
- 三、酒类流通企业投资预测

第四节 酒类流通行业投资机会分析

- 一、酒类流通行业投资价值

- 二、酒类流通行业投资机会
- 三、酒类流通行业进入壁垒
- 四、酒类流通行业风险预警

第十章 中国酒类生产与流通领域领先企业经营分析（ZY ZM）

第一节 酒类生产品牌企业经营情况分析

一、宜宾五粮液股份有限公司

- 1、公司发展简介
- 2、公司产品种类分析
- 3、公司经营情况分析
- 4、公司销售网络构建

二、贵州茅台酒股份有限公司

- 1、公司发展简介
- 2、公司产品种类分析
- 3、公司经营情况分析
- 4、公司销售网络构建

三、泸州老窖股份有限公司

- 1、公司发展简介
- 2、公司产品种类分析
- 3、公司经营情况分析
- 4、公司销售网络构建

四、江苏洋河酒厂股份有限公司

- 1、公司发展简介
- 2、公司产品种类分析
- 3、公司经营情况分析
- 4、公司销售网络构建

五、湖北稻花香酒业股份有限公司

- 1、公司发展简介
- 2、公司产品种类分析
- 3、企业经营情况分析
- 4、公司销售网络构建

第二节 酒类流通行业领先企业经营分析

一、广东粤强酒业有限公司

- 1、公司基本情况简介
- 2、公司组织结构体系分析
- 3、公司经营酒类品种与品牌
- 4、公司经营情况分析

二、福建吉马集团有限公司

- 1、公司基本情况简介
- 2、公司组织结构体系分析
- 3、公司经营酒类品种与品牌
- 4、公司经营情况分析

三、名品世家（北京）酒业连锁有限公司

- 1、公司基本情况简介
- 2、公司组织结构体系分析
- 3、公司经营酒类品种与品牌
- 4、公司经营情况分析

四、华泽集团有限公司

- 1、公司基本情况简介
- 2、公司组织结构体系分析
- 3、公司经营酒类品种与品牌
- 4、公司经营情况分析

五、商源集团有限公司

- 1、公司基本情况简介
- 2、公司组织结构体系分析
- 3、公司经营酒类品种与品牌
- 4、公司经营情况分析

第三节 酒类电子商务领先企业经营分析

一、酒仙网

- 1、公司发展简介
- 2、公司组织结构体系
- 3、公司经营产品与品牌
- 4、公司经营情况分析

二、也买酒网

- 1、公司发展简介
- 2、公司经营产品与品牌
- 3、公司经营情况分析
- 4、公司销售模式分析

三、品尚红酒

- 1、公司发展简介
- 2、公司组织结构体系
- 3、公司经营产品与品牌
- 4、公司经营情况分析

四、酒美网

- 1、公司发展简介
- 2、公司经营产品与品牌
- 3、公司经营情况分析
- 4、公司销售模式分析

五、酒酷网

- 1、公司发展简介
- 2、公司组织结构体系
- 3、公司经营产品与品牌
- 4、公司经营情况分析

图表目录：

图表 1：2018年酒类流通价格占终端价格的比重（单位：%）

图表 2：酒类企业零售渠道模式

图表 3：酒类企业零售渠道模式优劣势分析

图表 4：酒类企业一级渠道模式

图表 5：酒类企业一级渠道模式优劣势分析

图表 6：酒类企业二级渠道模式

图表 7：酒类企业二级渠道模式优劣势分析

图表 8：酒类企业三级渠道模式

图表 9：酒类企业三级渠道模式优劣势分析

图表 10：酒类销售的价值链条

图表 11：酒类流通行业价值链利润分布图

图表 12：大型流通企业与酒类生产商的关系图

图表 13：酒类流通行业主要法律法规

图表 14：酒类流通行业主要产业政策

图表 15：酒类流通行业相关标准

图表 16：2018-2024年国民经济与酒类增长趋势（单位：%）

图表 17：2018-2024年社会消费品零售总额及变化趋势（单位：亿元，%）

图表 18：2018年以来烟酒零售市场成交额变化情况（单位：亿元）

图表 19：2018-2024年居民消费价格指数与酒类居民消费价格指数变化趋势

图表 20：物联网的四大关键领域

图表 21：物流可视化的流程图

图表 22：2018-2024年社会消费品零售总额与住宿餐饮业增加值增速比较（单位：%）

图表 23：2018-2024年我国星级酒店营业收入及变化情况（单位：亿元，%）

图表 24：2018-2024年中国经济型酒店门店数量增长情况（单位：家，%）

图表 25：2018年中国经济型酒店品牌市场占有率（单位：%）

图表 26：2018-2024年中国社会物流总额变动情况（单位：万亿元，%）

图表 27：2018年中国社会物流总额构成（单位：%）

图表 28：2018-2024年中国社会物流总费用及GDP比重（单位：万亿元，%）

图表 29：2018-2024年中国社会物流总费用变动情况（单位：万亿元，%）

图表 30：2018年中国社会物流总费用构成（单位：%）

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R09/R0904/201902/14-286537.html>