

2018-2023年中国浓香型白酒产业市场发展现状调查及投资前景趋势研究报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018-2023年中国浓香型白酒产业市场发展现状调查及投资前景趋势研究报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/jiulei/306570306570.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

浓香型白酒也称泸香型、窖香型白酒。它的产量占我国大曲酒总量的一半以上，浓香型大曲白酒一般都采用续楂法酿造，混蒸混糟、老窖续楂是其典型特点，工艺类似于老五甑操作法。当然，各地名优酒厂常根据自身产品的特点，对工艺进行适当的调整。要提高浓香型白酒产品质量，就需要对影响浓香型白酒产品质量的生产工艺和重要因素进行全面的的质量技术控制，才能达到现代质量的要求。

2016年不同香型白酒销售收入中，浓香型排名第一，占比51.4%。

2016年不同香型白酒销售收入分布格局 资料来源：公开资料整理

受益消费升级，次高端白酒已进入高净值消费者主流选择

本轮白酒行业复苏的另一个逻辑就是消费升级。在经济高速发展和社会财富迅速积累的时代背景下，消费者对白酒的品质和品牌提出更高要求。消费理念改变和消费能力提升带来白酒消费价位升级，次高端白酒已进入部分高净值消费者的主流选择

驱动力一：消费理念的改变，消费者倾向于饮用好酒。白酒消费回归本质，消费者饮酒趋于理性，对于健康、品质、品味的追求成为新的需求。

1) 追求健康：“少喝酒，喝好酒”的理念已经深入人心，高品质白酒越来越受消费者青睐。

2) 追求品味：高端白酒代表身份、地位的意义越来越淡，消费者更加注重白酒本身，包括口感、文化、凸显的品味，能否满足自身的情感需求。

驱动力二：消费能力的提升，为消费升级提供可能。随着中国可支配收入的提升，近些年消费者正逐渐提升白酒消费档次。农村从低档向中低档过渡，城镇向中高档过渡。我国的消费人群结构也发生明显变化，中产阶级及以上人口占比不断提升。中产阶级规模迅速发展，精英阶层迅速成长，提高次高端白酒消费群体规模。中产阶层和高收入人群拉动白酒消费从100-300元向300-500元价格带的升级趋势十分明显。

尤其是上层中产阶级和富裕消费人口规模持续扩大，在总人口中的占比从2010年7%将增长到2020年的29%。这部分群体拥有较强的消费能力，是消费高端、次高端白酒的主要人群，他们在高端白酒上私人消费将有效替代政务消费，保证高端白酒未来五年至少能保

持两位数的增速。在部分发达地区，如江苏、浙江市场主流消费价格已经从 100-300 元提升到 300 元以上。受益消费升级，次高端白酒已进入高净值消费者主流选择。

高净值消费者占比不断提升 资料来源：公开资料整理

一、纵观产业，2017依旧不容乐观，酒业继续处于调整期。

调整期，“剩”者为王。

尤其是对于那些销售规模5000万以下的县级小酒厂、3亿以下的区域性（泛全国化）酒企；团购型（官商）经销商；渠道不够健全、代理品类单一型经销商。

因此，调整品类、增强抵抗力、努力活下来将成为2017年度最贴心的生存之道。

二、展望行业，2017复苏加快，名酒将续“涨”字当头，挑战与机遇并存。

去年12月以来，白酒企业纷纷涨价，除茅台和五粮液之外，泸州老窖、剑南春、洋河等也纷纷上调核心单品价格。对于这波涨价潮，有业内人士认为，“酒企敢于涨价彰显白酒行业成功转型，已经度过了艰难的调整期”。不过也有人预测酒业大环境仍未能好转，白酒行业全面复苏至少要到2017年底。

尽管去年“11.11”电商平台茅台旗舰店以不限量试图树立999元/瓶的零售价格标杆，但是三季报近200亿元的预收款已经遮不住茅台供不应求的事实，刚过去的2017春节飞天茅台勇闯1300元/瓶大关，直逼1500大关就是最好的证明

茅涨价毫无疑问有利于白酒行业的整体发展，但在贵州金沙酒业集团华东市场总监郭佑辰眼里看来，茅台的涨价对金沙来说最为利好：“这对整个酱酒产业乃至贵州金沙酒业来说都是好事，当前竞争虽已日趋白热化，然而现在竞争更倾向于“竞合”，只有共同竞合才能充分炒热这个酱香酒这个细分市场，共同去引导消费才能不断激发出这个细分市场的市场份额。”

“近四年金沙酒业以独特战略部署，聚焦发力封坛定制、电商渠道及拥抱新酒商，并辅以地面部队深度推进河南、江苏等六大战略样板市场，加上品牌传播、事件营销From EMK T.com.cn公益化的发力，成了业内知名“黑马”企业”。

金沙的突围无独有偶，更加证实了白酒行业永远都是危机与机遇并存，在机会面前人人

平等，你不前进，自然有人前进！

三、深研行业，或有连锁涨价潮，但区域企业发展仍需坚持自己特色。

毫无疑问，茅台等龙头企业的涨价之后，多数区域品牌会纷纷效仿。对于这波涨价潮，除茅台涨价可能会多些政治/地位层面因素，而更多的区域性品牌提价主要则是为了增加渠道利润，以求再度激活渠道。白酒营销专家肖竹青在对南方日报记者采访中称，这是酒企冲量压货惯用伎俩。“名酒厂涨价前会提前通知渠道大商，在某个时间段打款可享受老价格，很多大渠道商往往在涨价前借款提前备足全年库存。”“名酒敢于涨价，这也体现了渠道信心与消费信心同步恢复。供大于求价格会下跌，供不应求价格会上涨。”

白酒行业知名专家，著名分析师蔡学飞认为，自一二年酒业调整期以来，白酒产品价格均出现不同程度的下跌，部分酒企的提价存在试探因素，通过提价方式引导市场预期，坚定渠道信心。“涨价是体现白酒企业品牌价值、树立品牌形象的有效手段之一，此番白酒企业涨价一方面是由于建设品牌的角度，另一方面可能是出于酒企的利润率角度考虑，以抵消日益上升的营销成本。”

四、探视消费市场，2017年白酒消费“M”型消费势态将继续加剧。

白酒消费市场目前也受到中产阶级崛起等因素影响，形成了前所未有的“M”型消费势态。“所谓“M”型消费，就如郎咸平教授所述，即14%的老百姓只买高端产品，使得高档产品一片火爆。而86%的老百姓更加贫穷，对中档产品购买不起，他们纷纷购买低档产品，使得中档产品开始萎缩。”笔者通过调研春节期间多地白酒消费发现，消费的两极分化趋势已经明显加剧，这也充分应验了茅台、五粮液、剑南春等与口子窖、金沙、金六福、牛栏山等在各自价位都有火爆销售的局面。

五、战术层面：产品、渠道、促销及传播创新将继续百家争鸣、此消彼涨。产品、渠道及促销的创新或将成为2017年乃至今后三年内企业之间竞争的关键因素。白酒专家吕咸逊认为：“从洋河微分子、淡雅河套等新品的上市和推广，这一迹象已经初见端倪，2012-16年的行业调整期也是行业的商业模式创新期，并且整体看流通领域的创新大于生产领域，先是B2C独领风骚，后是O2O沉积后的强劲爆发，再是B2B在争议中一路高歌，商业模式的创新不仅在造就百亿、千亿酒商，而且在重构酒业对消费者的服务体系。”

与此同时，会所式/酒庄式/文化式场馆的建设及运营或将成为企业营销发力的新竞争点。在这点上洋河、古井及汾酒等名优酒厂早已做了尝试，纷纷在酒厂驻地建立起了“酒文化主题旅游”区。无独有偶，金沙酒业集团也在逐步探索金沙酱酒体验馆、金沙?城市酒窖模式，大有全国化复制推广趋势。

六、资本整合层面：大幕早已拉开，好戏2017继续上演。

坐拥6000亿市值的白酒行业，一直以来从不乏资本大鳄的垂涎及宠幸。业内业外资本整合酒业也屡见不鲜。

酒类产业整合集中在国产葡萄酒、国产啤酒、黄酒、保健酒等领域都已基本完成，唯独白酒界将成为资本未来最为青睐的一块大蛋糕。2016年酒界新一轮整合已伴随古井整合黄鹤楼、洋河整合贵酒及网传五粮液收购古贝春等启动，2017年整合势必会继续加剧。

专家吕咸逊认为：2017年的酒业整合将有三个新特征：1、“综合酒品”是成就中国帝亚吉欧/保乐力加的战略方向，无论是茅台、泸州老窖、青青稞跨界进口葡萄酒或进口啤酒，还是中粮酒业的(长城)国产葡萄酒、(酒鬼)白酒、(名庄荟)进口葡萄酒、(黄中皇)黄酒的全品类，都是这一方向的践行。2、产业投资者很有可能是新一轮整合的主体，比如四川发展酒业、仁怀酒投等。3、酒厂对酒商、酒商对酒厂垂直一体化投资将在酒业资本化进程中涌现，特别是新三板挂牌的酒商。

七、新酒商快速发展，加上高科技推动，势必将倒逼白酒企业重新思考渠道。

从最早打赌“如果王健林赢了，那么社会就输了，是我们这代年轻人输了”，到“要么电子商务，要么无商可务”，再到最近的“纯电商时代已经过去，未来十年是新零售的时代，为了线上线下必须结合起来。”马云已意识到他可能要输掉与王健林的赌局，只是时间问题...

纵观白酒行业，笔者发现与其也有些许神似。从最早B2C酒类巨头酒仙网、买酒网、也买酒、购酒网到近期1919酒类连锁O2O平台异军突起、酒仙网线上线下加快转型并发力酒仙团，我们不禁发现未来线下店将会迎来最终的胜利，这对酒企、酒商来说（尤其是那些不注重渠道健全化发展的），将是2017年重点思考的战略命题！ 观研天下发布的《2018-2023年中国浓香型白酒产业市场发展现状调查及投资前景趋势研究报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。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。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资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家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。

第一部分 发展环境分析

第一章 浓香型白酒行业发展状况综述

第一节 中国浓香型白酒行业简介

- 一、浓香型白酒行业的界定及分类
- 二、浓香型白酒行业的特征
- 三、浓香型白酒的主要用途

第二节 浓香型白酒行业相关政策

- 一、国家“十二五”产业政策
- 二、其他相关政策
- 三、出口关税政策

第三节 我国浓香型白酒产业发展的“波特五力模型”分析

- 一、“波特五力模型”介绍
- 二、浓香型白酒产业环境的“波特五力模型”分析
 - 1、行业内竞争
 - 2、买方侃价能力
 - 3、卖方侃价能力
 - 4、进入威胁
 - 5、替代威胁

第四节 中国浓香型白酒行业发展状况

- 一、中国浓香型白酒行业发展历程
- 二、中国浓香型白酒行业发展面临的问题

第二章 浓香型白酒产业发展环境分析

第一节 国内宏观经济环境状况分析

- 一、国内宏观经济运行基本状况
- 二、我国浓香型白酒工业发展分析

第二节 相关产业政策影响及分析

- 一、浓香型白酒进口政策影响及分析
- 二、浓香型白酒贸易政策变化分析
- 三、浓香型白酒产业政策影响及分析

第二部分 市场现状分析

第三章中国浓香型白酒行业主要指标监测分析

第一节中国浓香型白酒制造所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节中国浓香型白酒制造所属行业产销与费用分析

一、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节中国浓香型白酒制造所属行业财务指标分析

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

第四章浓香型白酒行业上下游及相关产业分析

第一节浓香型白酒产业链分析

一、浓香型白酒产业链模型介绍

二、浓香型白酒产业链模型分析

第二节浓香型白酒上游产业分析

一、浓香型白酒上游产业发展现状分析

二、浓香型白酒上游产业主要经济评价指标发展分析

1、固定资产投资变化状况分析

2、工业总产值变化状况分析

3、产品销售收入变化状况分析

4、企业数量变化状况分析

5、赢利亏损企业数量变化状况分析

6、从业人员变化状况分析

第三节 浓香型白酒下游产业分析

- 一、浓香型白酒下游产业发展现状分析
- 二、浓香型白酒下游产业主要经济指标发展分析
 - 1、固定资产投资变化状况分析
 - 2、工业总产值变化状况分析
 - 3、产品销售收入变化状况分析
 - 4、企业数量变化状况分析
 - 5、赢利亏损企业数量变化状况分析
 - 6、从业人员变化状况分析

第五章 2016-2017年中国浓香型白酒行业供需情况及预测

第一节 2016-2017年浓香型白酒行业生产能力分析

第二节 2016-2017年浓香型白酒行业产量及其增长速度分析

第三节 浓香型白酒行业地区结构分析

第四节 2016-2017年浓香型白酒行业需求情况分析

- 一、2016-2017年浓香型白酒行业需求总量
- 二、2016-2017年浓香型白酒行业需求结构变化

第五节 国内浓香型白酒行业影响因素分析

- 一、宏观经济因素
- 二、政策因素
- 三、上游原料因素
- 四、下游需求因素

第六章 浓香型白酒行业消费者分析

第一节 消费者偏好分析

- 一、产品价格偏好
- 二、产品质量（环保、节能和可靠性）偏好
- 三、产品品牌与厂商偏好

第二节 浓香型白酒行业消费者行为分析

- 一、消费者购买浓香型白酒产品的地点
- 二、影响消费者购买浓香型白酒产品的因素
- 三、消费者购买浓香型白酒产品时关注的问题

第三节 浓香型白酒行业消费者对品牌的认知度分析

- 一、消费者主要关注的品牌
- 二、消费者对品牌的认识渠道

第四节 中国浓香型白酒产品目标客户群体调查

- 一、不同收入水平消费者偏好调查
- 二、不同年龄的消费者偏好调查
- 三、不同地区的消费者偏好调查

第七章 浓香型白酒行业产品营销分析及预测

- 第一节 浓香型白酒行业国内营销模式分析
- 第二节 浓香型白酒行业主要销售渠道分析
- 第三节 浓香型白酒行业价格竞争方式分析
- 第四节 浓香型白酒行业营销策略分析
- 第五节 浓香型白酒行业国际化营销模式分析
- 第六节 浓香型白酒行业市场营销发展趋势预测
 - 一、展望中国浓香型白酒营销未来
 - 二、未来浓香型白酒营销模式发展趋势分析

第八章 浓香型白酒行业市场进出口分析

- 第一节 中国浓香型白酒出口整体情况
 - 第二节 中国浓香型白酒行业进口分析
 - 第三节 进口国别及贸易方式特征
 - 第四节 中国浓香型白酒行业市场出口分析
 - 一、主要出口国家及地区
 - 二、主要出口海关
 - 三、出口市场风险分析
- #### 第三部分 行业竞争分析

第九章 国内浓香型白酒竞争状况分析

- 第一节 国内浓香型白酒竞争影响因素分析
 - 一、市场供需对浓香型白酒竞争力的影响分析
 - 二、国家产业政策对浓香型白酒竞争力的影响分析
 - 三、技术水平对浓香型白酒竞争力的影响分析
 - 四、原材料对浓香型白酒竞争力的影响分析
- 第二节 国内浓香型白酒竞争格局分析
- 第三节 国内浓香型白酒产品竞争状况展望
 - 一、浓香型白酒的发展趋势
 - 二、浓香型白酒的进出口变化趋势

第十章 浓香型白酒行业国内重点生产企业分析

第一节 贵州茅台

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

第二节 五粮液

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

第三节 泸州老窖

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

第四节 水井坊

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

第五节 古井贡酒

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

第六节 洋河股份

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

第七节 酒鬼酒

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

第八节 黄台酒业

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

第九节 金种子酒

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

第十节 老白干酒

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

第四部分 投资策略分析

第十一章 浓香型白酒市场发展趋势与及策略建议

第一节 市场发展趋势分析

- 一、产品与技术
- 二、市场竞争格局
- 三、渠道与终端
- 四、价格走势

第二节 2018-2023年行业运行能力预测

- 一、行业总资产预测
- 二、工业总产值预测
- 三、产品销售收入预测
- 四、利润总额预测

第三节 2018-2023年浓香型白酒行业供需预测

- 一、浓香型白酒行业供给总量预测
- 二、浓香型白酒行业生产能力预测
- 三、浓香型白酒行业需求总量预测

第十二章 2018-2023年浓香型白酒行业投资机会与风险分析

第一节 2018-2023年中国浓香型白酒行业投资机会分析

第二节 2018-2023年浓香型白酒行业环境风险

- 一、国际经济环境风险
- 二、利率风险
- 三、宏观经济风险
- 四、宏观经济政策风险

第三节 2018-2023年浓香型白酒行业产业链上下游风险

- 一、上游行业风险
- 二、下游行业风险

三、其他关联行业风险

第四节 2018-2023年浓香型白酒行业市场风险

一、市场供需风险

二、价格风险

三、竞争风险

第十三章 2018-2023年我国浓香型白酒行业投资建议分析

第一节 投资项目规模

第二节 建议投资区域

第三节 营销策略

第四节 投资策略

第五节 应对金融危机策略建议

部分图表目录：

图表：浓香型白酒行业发展特征

图表：“波特五力模型”分析

图表：浓香型白酒行业发展历程

图表：2016-2017年中国GDP走势

图表：2016-2017年CPI走势

图表：2016-2017年PPI走势

图表：2016-2017年浓香型白酒行业成本费用利润率走势

图表：2016-2017年浓香型白酒行业销售毛利率走势

图表：2016-2017年浓香型白酒行业销售利润率走势

图表：2016-2017年浓香型白酒行业资产状况统计

图表：2016-2017年浓香型白酒行业负债状况统计

图表：浓香型白酒行业产业链构成

图表：2016-2017年浓香型白酒行业产量及其增速

图表：2016-2017年浓香型白酒行业消费比例

图表：2018-2023年浓香型白酒行业产量及其增速预测

图表：2018-2023年浓香型白酒行业需求及其增速预测

图表：2016-2017年浓香型白酒不同所有制企业竞争格局

图表：2016-2017年浓香型白酒不同规模企业竞争格局

图表：2016-2017年国内浓香型白酒企业竞争格局

图表：2016-2017年国外浓香型白酒产能分析

图表：2018-2023年国外浓香型白酒产能预测

图表：2016-2017年国外浓香型白酒产量分析

图表：2018-2023年国外浓香型白酒产量预测

图表：2016-2017年国外浓香型白酒市场需求分析

图表：2018-2023年国外浓香型白酒市场需求预测

图表：2016-2017年中国浓香型白酒产能分析

图表：2018-2023年中国浓香型白酒产能预测

图表：2016-2017年中国浓香型白酒产量分析

图表：2018-2023年中国浓香型白酒产量预测

(GYfsw)

图表详见正文

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiulei/306570306570.html>