

中国高端白酒市场深度分析及未来前景研究报告 (2014-2018)

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《中国高端白酒市场深度分析及未来前景研究报告（2014-2018）》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/178909178909.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

国家统计局数据显示：2013年前三季度我国白酒行业销量增长7%，但是从渠道层面普遍增加1个月的库存来看，预期下滑5%以内，全年超1200万吨大概率事件。2013年整个白酒行业的收入增速下滑了，但是毛利率保持稳定，盈利能力下降源于费用率上升，行业的毛利率保持在73.8%，但是净利率没有上升，为37.2%，二线名酒和中低价位主导公司盈利大幅度下滑。

目前名酒公司高端下滑，高端酒市场分化严重，茅台五粮液在900和600元两个价位绝对主导市场，国窖、水井坊、舍得、酒鬼、梦之蓝等市场份额快速下滑，部分品牌存在逐步被边缘化的风险，数一数二原则发挥作用。茅台和五粮液降价放量主导下，预期2014-2015年茅台增量达到高端整体增量的89%和66%，茅五以外品牌预期至少到2016年才会实现5%以上增长。

《中国高端白酒市场深度分析及未来前景研究报告（2014-2018）》旨在为投资者或企业管理者提供一个关于高端白酒产品的投资及其市场前景的深度分析，为投资者和企业管理人传递正确的投资经营理念和选择，提供一个中立、全面的投资指南手册，为高端白酒产品市场投资提供一个可供参照的标准。从而可以科学的帮助企业取得较高的收益。报告在全面系统分析高端白酒产品市场的基础上，按照专业的投资评估方法，站在第三方角度客观公正地对高端白酒产品的投资进行评价。为企业的投资决策提供了重要的依据。

本报告详述了高端白酒产品的行业概况、市场发展现状及高端白酒产品市场发展预测（未来五年市场供需及市场发展趋势），并且在研究高端白酒市场竞争、原材料、客户分析的基础上，对高端白酒行业投资前景及投资价值进行了研究，并提出了我们对高端白酒产品投资的建议。

本报告以定量研究为主，定量与定性研究相结合的方法，深入挖掘数据蕴含的内在规律和潜在信息，采用统计图表等多种形式将研究成果清晰、直观的展现出来，多方位、多角度保证了报告内容的系统性和完整性，为企业的发展和高端白酒的投资提供了决策依据。

报告目录：

第一章 白酒行业相关概述

第一节 白酒行业的定义和分类

一、白酒的定义

二、白酒的分类

1、按所用酒曲和主要工艺分类

2、按酒的香型分类

3、按酒度的高低分类

4、按酒价的高低类

三、白酒的11种香型及典范品牌介绍

第二节 高端白酒行业概述

- 一、行业定义
- 二、行业基本特点
- 三、高端白酒产品种类
- 四、行业周期性特征

第三节 高端白酒行业的地位分析

- 一、高端白酒的发展历程
- 二、高端白酒行业在国家产业中的地位
- 三、高端白酒行业产值占国民经济的比重
- 四、高端白酒行业在GDP中的作用

第二章 高端白酒行业发展环境分析

第一节 行业政治法律环境分析

- 一、政府管制与调控
- 二、行业法律法规
- 三、行业发展规划
- 四、政策影响分析

第二节 行业经济环境分析

第三节 行业社会环境分析

第四节 行业技术环境分析

- 一、微生物学研究
- 二、发酵技术工艺
- 三、人工培养老窖
- 四、复式发酵
- 五、分层发酵
- 六、夹泥发酵
- 七、低度酒的研制
- 八、后处理技术的进展
- 九、先进纳米技术
- 十、RFID防伪技术

第三章 国际烈酒市场发展及竞争分析

第一节 国际烈酒市场增长情况分析

- 一、烈酒消费在时间序列上的变化
 - 1、烈酒消费黄金年代（1960-1980）
 - 2、烈酒消费"阵痛"时期（1980-1990）
 - 3、烈酒消费匍匐前进时期（1990-2000）

4、烈酒消费稳定期（2000至今）

二、烈酒消费在空间上的变化

三、烈酒品类增长与竞争分析

1、主要烈酒品牌产量

2、主要烈酒品牌市场份额

第二节 高端烈酒市场增长与品牌塑造

一、高端烈酒市场增长情况

二、高端烈酒品牌案例分析

1、JohnnieWalker

2、AbsolutVodka

第四章 中国白酒市场发展分析

第一节 中国白酒行业发展综述

第二节 2010-2013年白酒市场分析

一、白酒行业产能平衡分析

二、白酒行业进入整合加速期促进发展

三、白酒高毛利率引发资本进入

四、白酒行业竞争激烈

第三节 2010-2013年白酒行业供需分析

第四节 2014-2018年白酒行业发展前景分析

一、白酒行业仍具优势前景乐观

二、未来十年白酒行业发展前景分析

三、清香型白酒发展前景巨大

第五章 中国白酒行业技术发展分析

第一节 生物工程技术分析

一、窖泥微生物分析

二、酱香功用菌分析

第二节 酿酒发酵机理分析

第三节 白酒香味成分分析

第四节 消费工艺的变革与创新

一、麸曲酱香白酒工艺创新

二、复式发酵

三、分层发酵

四、夹泥发酵

五、汾酒发酵的最高品温控制

六、将先进的纳米技术引入白酒行业

第五节 白酒储存分

第六节 新型白酒的开展

第七节 低度酒的消费与开展

第六章 中国高端白酒行业发展分析

第一节 高端白酒行业相关概述

一、高端白酒概述

二、高端白酒的价值

三、高端白酒的生产工艺

第二节 高端白酒市场特征分析

一、高端白酒市场特征

二、高端白酒的消费特征

三、高端白酒的市场调查

四、高端白酒进入壁垒与赢利模式

第三节 2012年高端白酒品牌分析

一、高端白酒的守护者-茅台、五粮液

二、高端白酒的建设者-水井坊、国窖

三、高端白酒的改变者-洋河蓝色经典、兰花汾酒、剑南春东方红

四、高端白酒的探索者-舍得、红花郎酒

第四节 高端白酒行业存在问题及策略

一、高端白酒面临产能过剩

二、高端白酒只涨不跌神话破灭

三、高端消费出现下滑，高价白酒前景堪忧

第七章 中国高端白酒整体市场分析

第一节 2011年高端白酒发展回顾

第二节 2012年高端白酒发展现状

一、高端白酒销量下滑

二、高端白酒库存大增出现风险

三、消费者转向二、三线白酒

第三节 2013年高端白酒市场走势分析

第八章 中国高端白酒价格分析

第一节 2011年高端白酒涨价的四个阶段

一、茅台率先涨价

二、古井贡酒和山西汾酒跟进

三、中秋节 高端白酒继续涨价

四、高端白酒在春节 达到涨价高潮

第二节 高端白酒涨价的影响分析

一、高端白酒涨价对比分析

二、高端白酒涨价的原因分析

1、消费者的身份和价值体现的需要

2、供求关系的不平衡

3、原材料价格上涨

三、高端白酒涨价的影响

四、影响高端白酒的四个关键因素

第三节 2012年高端白酒价格下跌原因分析

一、高端白酒企业供求关系策略转变

二、政府禁令对高端白酒的影响效用

三、高端白酒产业链问题影响消费者选择

第四节 2014-2018年高端白酒价格走势

一、2012年高端白酒促销分析

二、2014-2018年高端白酒价格走势预测

第九章 中国高端白酒消费市场分析

第一节 2010-2012年高端白酒消费者需求分析

一、现阶段我国高端白酒消费特性

二、商务消费回暖和再库存化预期带动行业反弹

三、私人消费回暖带动高端白酒复苏

四、商务和私人消费是将来持续增长动力

五、高端白酒市场具有收入和利润的高弹性

六、高端白酒厂商盈利具有高弹性

七、我国高端白酒各主要细分市场消费占比测算

八、禁令对公款消费高档白酒的影响

九、价格对高端白酒需求的影响

第二节 2010-2012年高端白酒消费者购置行为分析

一、白酒消费者购置行为类型分析

二、白酒消费者购置动机分析

三、白酒消费者购置方式分析

四、白酒消费者购置目的分析

五、白酒消费者对广告促销的态度分析

六、白酒消费者购买行为模式分析

七、影响高端白酒购买的因素分析

八、高端白酒消费者购买渠道分析

九、高端白酒消费趋势分析

第三节 2010-2012年中产阶级白酒消费群体分析

- 一、中产阶级扩展带来的时机
- 二、中产阶级的消费特征
- 三、中产阶级市场竞争战略

第四节 "80后"白酒消费群体剖析

- 一、"80后"将来的主流消费群体
- 二、"80后"群体的消费特征剖析
- 三、针对"80后"群体白酒企业的创新战略

第五节 高端白酒消费行为的价值表现及营销启示

- 一、高端白酒消费行为特性
- 二、高端白酒消费行为的价值表现
- 三、高端白酒消费行为价值表现的营销启示

第十章 高端白酒产品市场消费调研

第一节 白酒需求空间与比较

- 一、白酒消费与国际人均的比较
- 二、白酒需求结构与转型
- 三、白酒需求空间测算

第二节 政商务高端白酒消费空间

- 一、中国财政收入与支出情况
- 二、国有及控股企业运行情况
- 三、中国政商务消费政策
- 四、中国政商务高端白酒消费规模
- 五、中国政商务高端白酒消费特点

第三节 普通居民消费空

- 一、中国白酒居民消费调研
- 二、高端白酒产品样本区域消费案例
 - 1、北京白酒消费者需求调查
 - 2、上海白酒消费者需求调查
 - 3、广州白酒消费者需求调查
 - 4、成都白酒消费者需求调查
 - 5、重庆白酒消费者需求调查
 - 6、武汉白酒消费者需求调查

第十一章 2014-2018年中国高端白酒发展前景分析

第一节 中国酿酒行业"十二五"规划

一、发展环境和消费需求预测

二、发展方向和主要目标

三、发展的主要任务

四、政策性建议

第二节 白酒品牌"高端化"发展前景

一、高端白酒高价格增大市场规模

二、高利润是高端白酒的发展保障

三、次高端白酒发展前景广阔

四、高端白酒提升品牌化发展

五、高端白酒赢得市场前景

第三节 高端白酒"奢侈品化"前景分析

一、高端酒的奢侈化趋势日益明显

二、白酒奢侈品特征

三、茅台、五粮液买迈入奢侈品行列

四、国窖1573、水井坊成为奢侈品白酒的后起之秀

五、梦之蓝、国藏郎将成为奢侈品白酒的"第二梯队"

六、国缘、舍得、酒鬼成为区域高端白酒的代表

图表目录：（部分）

图表：2011年1-12月中国白酒制造行业全部企业数据分析

图表：2012年中国白酒制造行业全部企业数据分析

图表：2013年中国白酒制造行业全部企业数据分析

图表：2011年1-12月中国白酒制造行业不同规模企业数据分析

图表：2012年1-12月中国白酒制造行业不同规模企业数据分析

图表：2013年1-12月中国白酒制造行业不同规模企业数据分析

图表：2011年1-12月中国白酒制造行业不同所有制企业数据分析

图表：2012年1-12月中国白酒制造行业不同所有制企业数据分析

图表：2013年1-12月中国白酒制造行业不同所有制企业数据分析

图表：分地区投资相邻两月累计同比增速

图表：2012-2013年10月固定资产投资（不含农户）同比增速

图表：2012-2013年10月固定资产投资到位资金同比增速

图表：2013年1-10月份固定资产投资（不含农户）主要数据

图表：2012年10月-2013年10月全国居民消费价格涨跌幅

图表：2012年10月-2013年10月鲜菜与鲜果价格变动情况

图表：2013年10月份居民消费价格分类别同比涨跌幅

图表：2013年10月份居民消费价格分类别环比涨跌幅

图表：2013年10月居民消费价格主要数据

图表：2012年10月-2013年10月规模以上工业增加值同比增长速度

图表：2013年10月份规模以上工业生产主要数据

图表：2012年10月-2013年10月发电量日均产量及同比增速

图表：2012年10月-2013年10月钢材日均产量及同比增速

图表：2012年10月-2013年10月水泥日均产量及同比增速

图表：2012年10月-2013年10月原油加工量日均产量及同比增速

图表：2012年10月-2013年10月十种有色金属日均产量及同比增速

图表：2012年10月-2013年10月乙烯日均产量及同比增速

图表：2012年10月-2013年10月汽车日均产量及同比增速

图表：2012年10月-2013年10月轿车日均产量及同比增速

图表：2012-2013年10月全国房地产投资开发增速

图表：2012-2013年10月全国房地产开发企业土地购置面积增速

图表：2012-2013年10月全国商品房销售面积及销售额统计

图表：2012-2013年10月全国房地产开发企业本年到位资金增速

图表：2013年1-10月份全国房地产开发和销售情况

图表：2013年1-10月份东中西部地区房地产开发投资情况

图表：2013年1-10月份东中西部地区房地产销售情况

图表：中国制造业PMI指数走势图

特别说明：中国报告网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，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiulei/178909178909.html>