

# 2022-2027年中国酒类流通行业市场深度分析及投资规划建议报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2022-2027年中国酒类流通行业市场深度分析及投资规划建议报告》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：<https://www.huaon.com/channel/wine/764201.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

近些年，得益于国家经济和酒类市场的快速增长，加上企业的积累和奋斗，酒类流通行业涌现出一批年销售额过10亿元的龙头骨干企业，形成了行业发展的核心力量。随着酒类流通企业人员素质的提升，经营管理的升级，商业模式的更新，新理念、新技术的应用，酒类流通逐渐从传统落后的行业进入到现代化的发展轨道。2020年由于疫情，聚餐和走访亲戚送礼的机会大大下降，据统计，2020年国内酒类流通市场规模为11942亿元，下降一半的增速，对比2019年，达到4%-5%左右的增长。

### 2009-2020年中国酒类流通市场规模及增速

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1章 中国酒类流通行业发展背景分析

##### 1.1 酒类流通行业概述

###### 1.1.1 酒类流通行业界定

###### 1.1.2 酒类流通行业价值链

###### (1) 价值链的生产商分析

###### (2) 价值链的流通企业分析

###### (3) 价值链的消费者分析

###### (4) 价值链各参与者关系分析

###### 1.1.3 酒类流通行业特性

###### (1) 酒类流通周期性特征

###### (2) 酒类流通季节性特征

###### (3) 酒类流通区域性特征

##### 1.2 酒类企业销售渠道层级与模式分析

###### 1.2.1 酒类企业销售渠道分析

###### (1) 酒厂--消费者

###### (2) 酒企--零售商--消费者

###### (3) 酒类企业--批发商--零售商--消费者

###### (4) 酒企业--代理商--批发商--零售商--消费者

###### 1.2.2 酒类企业渠道模式分析

###### (1) 全国总代理、总经销制

(2)跨区域性的集团分销制

(3)区域代理制

(4)企业自建销售网络制

(5)企业直销零售市场制

(6)企业网络直销制

1.3中国酒类流通行业发展环境分析

1.3.1酒类流通行业政策环境分析

(1)行业管理体制分析

(2)行业主要法律法规

(3)行业主要产业政策

(4)行业标准制定情况

1.3.2酒类流通行业经济环境分析

(1)国内宏观经济环境

(2)居民消费价格

1.3.3酒类流通行业技术环境分析

(1)物联网技术的发展

(2)云计算技术的发展

(3)电子数据交换技术的应用

(4)可视化技术的应用

(5)货物跟踪技术的应用

1.3.4酒类流通关联行业发展分析

(1)餐饮行业发展分析

(2)酒店行业发展分析

(3)零售行业发展分析

(4)物流行业发展分析

第2章 中国酒类产品发展现状分析

2.1酒类总体产销与运营情况

从细分市场来看，据统计，通市场规模占比最大，2020年占比约占65%，其次占比排列分别是啤酒、葡萄酒以及其他酒类。

2009-2020年中国酒类流通细分市场结构情况

2.1.1酒类产量规模分析

2.1.2酒类消费总额分析

2.1.3酒类进口总额分析

2.1.4酒类出口总额分析

## 2.2白酒产销与运营情况分析

### 2.2.1白酒生产情况分析

### 2.2.2白酒消费情况分析

### 2.2.3白酒行业经营情况

#### (1)白酒行业销售收入

#### (2)白酒行业经营效益

## 2.3葡萄酒产销与运营情况分析

### 2.3.1葡萄酒生产情况分析

### 2.3.2葡萄酒消费情况分析

### 2.3.3葡萄酒投资需求分析

### 2.3.4葡萄酒行业经营情况

#### (1)葡萄酒行业销售收入

#### (2)葡萄酒行业经营效益

## 2.4黄酒产销与运营情况分析

### 2.4.1黄酒生产情况分析

### 2.4.2黄酒消费情况分析

### 2.4.3黄酒行业经营情况

#### (1)黄酒行业销售收入

#### (2)黄酒行业经营效益

## 2.5啤酒产销与运营情况分析

### 2.5.1啤酒生产情况分析

### 2.5.2啤酒消费情况分析

### 2.5.3啤酒行业经营情况

#### (1)啤酒行业销售收入

#### (2)啤酒行业经营效益

## 第3章 中国酒类流通行业发展现状分析

### 3.1酒类流通渠道发展历程

#### 3.1.1传统流通渠道时代

#### 3.1.2厂商自建渠道时代

##### (1)渠道模式

##### (2)自建渠道条件

##### (3)自建渠道优点

##### (4)自建渠道劣势

#### 3.1.3酒类连锁经营时代

##### (1)连锁经营模式的建立

## (2) 华龙酒业--全国连锁酒企的标榜

### 3.1.4 酒类电子商务时代

#### (1) 酒类在线销售兴起的必然性

#### (2) 酒类在线销售的发展现状

### 3.2 酒类流通行业发展现状

#### 3.2.1 酒类流通行业发展规模

#### 3.2.2 酒类流通行业发展特点

#### 3.2.3 酒类细分产品流通现状

##### (1) 白酒流通市场分析

##### (2) 葡萄酒流通市场分析

##### (3) 洋酒流通市场分析

##### (4) 黄酒流通市场分析

##### (5) 啤酒流通市场分析

### 3.3 酒类批发分销发展现状

#### 3.3.1 酒类批发业发展历程

#### 3.3.2 酒类批发业发展现状

#### 3.3.3 酒类批发业主要问题

#### 3.3.4 酒类批发业发展趋势

### 3.4 酒类零售市场发展现状

#### 3.4.1 酒类零售市场发展历程

#### 3.4.2 酒类零售业态主要类型

##### (1) 酒类产品购买终端

##### (2) 酒类产品饮用终端

#### 3.4.3 酒类零售业态格局划分

#### 3.4.4 酒类零售市场主要特点

#### 3.4.5 酒类零售市场发展趋势

### 3.5 酒类流通行业竞争分析

#### 3.5.1 制造商与流通企业竞争

#### 3.5.2 行业波特五力模型分析

##### (1) 现有企业之间的竞争

##### (2) 上游供应商议价能力

##### (3) 下游客户议价能力

##### (4) 行业潜在进入者威胁

##### (5) 行业替代品威胁

##### (6) 五力模型总结

## 第4章 中国酒类连锁经营模式分析

### 4.1 酒类连锁经营兴起背景

#### 4.1.1 酒类连锁经营本质特征

#### 4.1.2 酒类连锁经营背景分析

#### 4.1.3 酒类连锁经营兴起原因

### 4.2 酒类连锁经营主要特点

#### 4.2.1 酒类连锁企业采购渠道

#### 4.2.2 酒类连锁企业物流体系

#### 4.2.3 酒类连锁企业品质保障

#### 4.2.4 酒类连锁企业增值服务

### 4.3 酒类连锁经营发展现状

#### 4.3.1 酒类连锁经营市场概况

#### 4.3.2 酒类连锁经营市场规模

#### 4.3.3 酒类连锁经营效益水平

#### 4.3.4 酒类连锁经营市场格局

#### 4.3.5 酒类连锁经营发展趋势

### 4.4 酒类连锁经营模式分析

#### 4.4.1 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

#### 4.4.2 合作店(加盟店)连锁

##### (1) 合作店连锁模式核心特征

##### (2) 合作店连锁模式优劣势分析

##### (3) 合作店连锁模式代表企业

#### 4.4.3 合资连锁模式分析

##### (1) 合资连锁模式核心特征

##### (2) 合资连锁模式优劣势分析

##### (3) 合资连锁模式代表企业

#### 4.4.4 特许连锁模式分析

##### (1) 特许连锁模式核心特征

##### (2) 特许连锁模式优劣势分析

##### (3) 特许连锁模式代表企业

#### 4.4.5 复合连锁模式分析

### 4.5 酒类连锁经营困局与战略出路分析

#### 4.5.1 酒类连锁经营困局分析

- (1) 选址遭遇新挑战
- (2) 产品组合难题
- (3) 顾客管理缺失
- (4) 新兴渠道难以维护
- (5) 差异化难有新意

#### 4.5.2 酒类连锁经营战略出路

- (1) 酒类连锁经营成功因素
- (2) 酒类连锁品类管理策略
- (3) 酒类连锁经营扩张路径
- (4) 酒类连锁经营战略选择

### 第5章 中国酒类电子商务模式分析

#### 5.1 传统线下酒类零售模式弊端

- 5.1.1 线下酒类零售供应链
- 5.1.2 线下酒类零售主要问题

#### 5.2 酒类电子商务渠道优势及其发展

- 5.2.1 酒类电子商务发展基础
- 5.2.2 酒类电子商务优势分析
- 5.2.3 酒类电子商务网站数量
- 5.2.4 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
- 5.2.5 酒类电子商务经营效益
- 5.2.6 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

#### 5.3 酒类电子商务发展模式分析

- 5.3.1 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

##### 5.3.2酒类电子商务平台合作趋势

#### 5.4酒类电子商务网站发展策略分析

##### 5.4.1酒类电子商务面临的瓶颈

##### 5.4.2酒类电子商务成功的关键

##### 5.4.3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

##### 5.4.4酒类专业电商平台发展策略

##### 5.4.5酒业电商发展前瞻--渠道3.0时代

##### (1)盈利模式升级

##### (2)价值链体系变迁

#### 第6章 中国酒类流通标杆企业商业模式分析

##### 6.1酒类流通企业商业模式概述

##### 6.1.1酒类流通企业商业模式定义

##### 6.1.2酒类流通企业商业模式核心要素

##### 6.2酒类流通企业商业模式分析

##### 6.2.1粤强酒业商业模式分析

##### (1)企业发展历程

##### (2)企业商业模式分析

##### (3)企业商业模式总结

##### 6.2.2华致酒行商业模式分析

##### (1)企业发展历程

##### (2)企业商业模式分析

##### (3)企业商业模式总结

##### 6.2.3名品世家商业模式分析

##### (1)企业发展历程

##### (2)企业商业模式分析

##### (3)企业商业模式总结

##### 6.2.4华泽集团商业模式分析

##### (1)企业发展历程

##### (2)企业商业模式分析

##### (3)企业商业模式总结

#### 第7章 中国酒类流通企业核心能力与发展战略

## 7.1 新环境下流通职能的定位

### 7.1.1 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

### 7.1.2 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

## 7.2 酒类流通企业核心能力分析

### 7.2.1 终端建设能力

### 7.2.2 网络管理能力

### 7.2.3 应商的谈判能力

### 7.2.4 品牌建设与推广

### 7.2.5 物流与配送系统建设

### 7.2.6 服务体系建设

### 7.2.7 信息系统建设

## 7.3 酒类流通企业的发展战略

### 7.3.1 酒类流通企业远景

### 7.3.2 酒类流通企业战略目标

### 7.3.3 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

### 7.3.4 酒类流通企业业务战略

- (1) 地理维度
- (2) 产品市场维度

### 7.3.5 酒类流通企业组织战略

## 第8章 中国酒类流通行业发展前景与投资机会分析

### 8.1 酒类流通行业发展方向分析

#### 8.1.1 品牌驱动市场战略模式

#### 8.1.2 酒类零售连锁运作模式

#### 8.1.3 酒类电子商务运作模式

#### 8.1.4 产业链延伸模式

### 8.1.5 酒业流通的“金融化”升级

#### (1) 酒类金融化现状

#### (2) 酒类金融化下的发展机会

#### (3) 酒类金融化发展趋势

### 8.2 酒类流通行业发展前景预测

#### 8.2.1 酒类产品需求潜力分析

#### 8.2.2 酒类流通行业发展方向分析

#### 8.2.3 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

### 8.3 酒类流通行业投资机会分析

#### 8.3.1 酒类流通行业投资价值

#### 8.3.2 酒类流通行业投资机会

#### 8.3.3 酒类流通行业进入壁垒

##### (1) 供货渠道壁垒

##### (2) 网络构建与运营能力壁垒

##### (3) 资金壁垒

#### 8.3.4 酒类流通行业风险预警

##### (1) 市场风险

##### (2) 政策风险

##### (3) 管理风险

## 第9章 中国酒类生产与流通领域领先企业经营分析

### 9.1 酒类生产品牌企业经营情况分析（AK ZZQ）

#### 9.1.1 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

#### 9.1.2 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

#### 9.1.3 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

#### 9.1.4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

#### 9.1.5山西杏花村汾酒厂股份有限公司

(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

### 9.2酒类流通行业领先企业经营分析

#### 9.2.1广东粤强酒业有限公司

(1)公司基本情况简介

(2)公司经营酒类品种与品牌

(3)公司营销网络构建

(4)公司品牌营销策略

#### 9.2.2福建吉马集团有限公司

(1)公司基本情况简介

(2)公司经营酒类品种与品牌

(3)公司经营情况分析

(4)公司营销网络构建

#### 9.2.3福建省糖酒副食品有限公司

(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

#### 9.2.4华泽集团有限公司

(1)公司基本情况简介

(2)公司经营酒类品种与品牌

(3)公司经营情况分析

(4)公司营销网络构建

## 9.2.5商源集团有限公司

(1)公司基本情况简介

(2)公司经营酒类品种与品牌

(3)公司经营情况分析

(4)公司营销网络构建

## 9.3酒类电子商务领先企业经营分析

### 9.3.1酒仙网

(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

### 9.3.2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

### 9.3.3品尚红酒

(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

### 9.3.4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

图表目录：

图表1：酒类销售的价值链条

图表2：酒类流通行业价值链利润分布图

图表3：大型流通企业与酒类生产商的关系图

图表4：酒类企业零售渠道模式

图表5：酒类企业零售渠道模式优劣势分析

图表6：酒类企业一级渠道模式

图表7：酒类企业一级渠道模式优劣势分析

图表8：酒类企业二级渠道模式

图表9：酒类企业二级渠道模式优劣势分析

图表10：酒类企业三级渠道模式

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/wine/764201.html>