

2022-2027年中国白酒电商行业市场运行现状及未来发展预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2022-2027年中国白酒电商行业市场运行现状及未来发展预测报告》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/828142.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

随着酒类及综合电商平台的崛起，数字化技术以及仓储物流的发展，酒企纷纷布局线上渠道，通过分析酒类消费数据，实现精准营销，提高渗透率。2021年酒类新零售市场规模为1363亿元，2017-2021年CAGR为26%。

2017-2021年酒类新零售市场规模

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：

第一部分 行业及市场分析

第一章 中国白酒行业整体发展情况分析

第一节 中国白酒行业的分类与特性

一、白酒的分类

二、白酒香型介绍

三、白酒行业的特征

四、白酒生产的特性

第二节 中国白酒行业发展历程与现状

一、白酒行业发展的历程

二、白酒酿造技术现状

三、白酒行业发展现状

四、白酒行业规模和地位

五、中国白酒发展路径的9种深化

第三节 2017-2021年中国白酒行业运行情况分析

一、2021年中国白酒行业运行情况

二、2021年白酒行业发展分析

三、2021年中国白酒行业运行情况

（一）行业规模

（二）资本劳动密集度

（三）产销情况

（四）成本费用结构

（五）盈利情况

（六）行业运营绩效

第四节 2021年中国白酒行业运行情况分析

- 一、2021年我国白酒行业生产情况分析
- 二、2021年我国白酒行业盈利情况分析
- 三、2021年我国白酒行业价格情况分析
- 四、2021年我国白酒上市公司经营情况分析
- 第五节 2021年中国白酒市场发展预测
- 第二章 中国白酒市场分析
- 第一节 白酒市场特征分析
- 一、高档酒市场特征
- 二、白酒的消费特征
- 三、白酒市场运营状况分析
- 四、白酒市场进入壁垒与赢利模式分析
- 第二节 2021年白酒市场发展情况分析
- 第三节 2021年白酒市场发展情况分析
- 第四节 2021年白酒市场预测
- 第五节 我国白酒市场调研及预测
- 第三章 白酒分区域市场分析
- 第一节 华北地区白酒市场
- 一、华北市场概述
- 二、北京白酒市场
- 三、天津白酒市场
- 四、河北白酒市场
- 五、山西白酒市场
- 六、内蒙古白酒市场
- 第二节 华东地区白酒市场
- 第三节 华南地区白酒市场
- 第四节 华中地区白酒市场
- 第五节 东北地区白酒市场
- 第六节 西北地区白酒市场
- 第七节 西南地区白酒市场
- 第二部分 消费者及营销策略分析
- 第四章 白酒消费者分析
- 第一节 2021年白酒消费者需求分析
- 第二节 白酒消费者购买行为分析
- 第三节 中产阶层白酒消费群体分析
- 第四节 “80后”白酒消费群体分析

第五节 白酒消费行为的价值体现及营销启示

- 一、白酒消费行为特点
- 二、白酒消费行为的价值体现
- 三、白酒消费行为价值体现的营销启示

第五章 白酒营销策略分析

第一节 2021年白酒的需求特质与渠道

- 一、2021年白酒的需求特质
- 二、需求特质影响下的白酒营销模式、渠道方式
- 三、需求特质与白酒企业的战略选择

第二节 白酒营销形势分析

- 一、白酒营销模式及其发展趋势
- 二、中国白酒营销的四种形式
- 三、白酒营销的分层化趋势

第三节 白酒营销渠道分析

- 一、白酒终端现状与策略分析
- 二、电子商务对白酒营销渠道的发展

第四节 白酒营销策略分析

- 一、白酒营销规律分析
- 二、白酒淡季营销策略分析
- 三、白酒企业促销攻略
- 四、白酒企业
 - 三、四级市场攻略
- 五、白酒价格营销策略分析

白酒品牌2021年销售额量价拆分

- 六、白酒招商策略

第五节 白酒广告策略分析

第六节 白酒文化营销策略分析

- 一、白酒：中国酒文化的宏大叙事
- 二、白酒业：契合文化的品牌想象力
- 三、浅析白酒如何注入新文化

第七节 白酒营销策略分析

- 一、浅谈白酒的营销定位
- 二、专业酒展推动白酒营销
- 三、白酒营销的根据地之战

第八节 白酒买断品牌需求创新的驱动战略

第三部分 竞争格局分析

第六章 白酒行业竞争状况分析

第一节 中国白酒行业集中度分析

第二节 当前白酒行业竞争格局头部品牌竞争优势凸显，更容易获得品牌方青睐，对中小服务商形成了挤压效应，推动行业集中度提升。据统计，CR4GMV占比从2016年的21%左右提升至2020年的34.8%。

2016-2020年中国品牌服务商CR4GMV占比

注：GMV指商业交易总额

一、白酒五强格局初成型

二、浓香型白酒竞争格局

三、2022-2027年中国白酒市场竞争加剧

第三节 中国白酒品牌生存发展情况分析

一、品牌格局

二、品牌投资前景

三、品牌发展趋势

第四节 白酒行业竞争趋势分析

一、2021年白酒行业竞争趋势

二、品牌决定未来格局

三、白酒行业市场竞争中的四大关键因素

第七章 中国白酒企业分析

第一节 五粮液

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第二节 贵州茅台

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第三节 四川剑南春集团有限责任公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第四节 泸州老窖股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第五节 四川水井坊股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第六节 舍得酒业股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第七节 山西杏花村汾酒集团有限责任公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第四部分 趋势及策略

第八章 2022-2027年中国白酒行业发展环境与趋势分析

第一节 中国白酒行业经济环境分析与预测

一、宏观环境对白酒市场的推动作用分析

二、2021年宏观环境对白酒市场的推动作用分析

三、2022-2027年我国经济前景分析与预测

第二节 中国白酒行业发展环境分析与预测

第三节 2022-2027年我国白酒行业发展预测

一、2022-2027年我国白酒行业发展预测

二、2022-2027年我国白酒行业发展趋势

第四节 白酒行业景气度分析及预测

第五节 未来白酒行业发展趋势

第九章 2022-2027年中国白酒行业投资前景分析

第一节 中国白酒行业新盈利模式探析(HJ DHJ)

第二节 白酒品牌投资策略分析

一、建设白酒品牌的十大法则

二、白酒品牌布局策略

三、白酒品牌客户资源的战略整合

四、中小白酒企业的品牌经营

五、白酒品牌传播如何诠释自己的卖点

六、成功创建白酒品牌的关键

七、白酒老品牌升级路线的布局策略

八、中国白酒价格带竞争趋势暨关键策略掌控

第三节 白酒品牌投资策略分析

第四节 中国白酒的蓝海战略

第五节 白酒海外市场攻略

图表目录：

图表我国白酒消费的主要群体分析

图表我国白酒需求结构分析

图表主要白酒企业销售区域占比

图表高档白酒短期和长期发展因素分析

图表我国白酒总量测算

图表政府消费白酒测算

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/wine/828142.html>