

2024-2030年中国白酒流通 市场增长潜力与投资策略制定报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2024-2030年中国白酒流通市场增长潜力与投资策略制定报告》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.bosidata.com/report/R91894X4UW.html>

【报告价格】纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

【出版日期】2024-02-26

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2024-2030年中国白酒流通市场增长潜力与投资策略制定报告》介绍了白酒流通行业相关概述、中国白酒流通产业运行环境、分析了中国白酒流通行业的现状、中国白酒流通行业竞争格局、对中国白酒流通行业做了重点企业经营状况分析及中国白酒流通产业发展前景与投资预测。您若想对白酒流通产业有个系统的了解或者想投资白酒流通行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

白酒为中国特有的一种蒸馏酒，是世界六大蒸馏酒（白兰地Brandy、威士忌Whisky、伏特加Vodka、金酒Gin、朗姆酒Rum、中国白酒Baijiu）之一，由淀粉或糖质原料制成酒醅或发酵后经蒸馏而得。

白酒（Baijiu）的标准定义是：以粮谷为主要原料，以大曲、小曲或麸曲及酒母等为糖化发酵剂，经蒸煮、糖化、发酵、蒸馏而制成的蒸馏酒。又称烧酒、老白干、烧刀子等。酒质无色（或微黄）透明，气味芳香纯正，入口绵甜爽净，酒精含量较高，经贮存老熟后，具有以酯类为主体的复合香味。以曲类、酒母为糖化发酵剂，利用淀粉质（糖质）原料，经蒸煮、糖化、发酵、蒸馏、陈酿和勾兑而酿制而成的各类酒。而严格意义上讲，由食用酒精和食用香料勾兑而成的配制酒则不能算做是白酒，而应该称之为含有酒精的饮料。白酒主集中在长江上游和赤水河流域的贵州仁怀、四川宜宾、泸州三角地带、以及山西汾阳有着全球规模最大、质量最优的蒸馏酒产区，其白酒产业集群扛起中国白酒产业的半壁河山。

白酒不同于黄酒、啤酒和果酒，除了含有极少量的钠、铜、锌，几乎不含维生素和钙、磷、铁等，所含有的仅是水和乙醇(酒精)。传统认为白酒有活血通脉、助药力、增进食欲、消除疲劳，陶冶情操，使人轻快并有御寒提神的功能。饮用少量低度白酒可以扩张小血管，可使血液中的含糖量降低,促进血液循环，延缓胆固醇等脂质在血管壁的沉积，对循环系统及心脑血管有利。

白酒作为中国独特的蒸馏酒类，拥有悠久的历史 and 深厚的文化底蕴。近年来，随着国内消费市场的升级和消费者对品质的追求，中国白酒行业呈现出新的发展态势。本报告将对中国白酒行业进行深入分析，探讨当前市场现状、主要问题以及未来发展趋势。

一、中国白酒行业现状产量与消费量

中国是全球最大的白酒生产国和消费国。近年来，白酒产量保持稳定增长，2022年达到875万吨，同比增长4.4%。同时，白酒消费量也在逐年上升，达到约500万吨。消费市场主要集中在

在中国大陆地区，占全球总消费量的比例超过80%。

未显示数据请查阅正文

据博思数据发布的《2024-2030年中国白酒市场分析与投资前景研究报告》表明：2023年我国白酒产量累计值达449.2万吨，期末总额比上年累计下降2.8%。

指标	2023年12月	2023年11月	2023年10月	2023年9月	2023年8月	2023年7月
白酒（折65度，商品量）产量当期值(万千升)	54.9	46.9	41.1	42	26.8	28.7
白酒（折65度，商品量）产量累计值(万千升)	449.2	395.8	347.8	306.6	261.8	236.7
白酒（折65度，商品量）产量同比增长(%)	4	7.1	2.5	12.6	-5.3	-3.7
白酒（折65度，商品量）产量累计增长(%)	-2.8	-6	-7.7	-9	-13.2	-13.3

更多数据请关注【博思数据官方网站 <http://www.bosidata.com>】 数据来源：博思数据整理

第一章 白酒流通行业相关基础概述及研究机构

1.1 白酒流通的定义及分类

1.1.1 白酒流通的界定

1.1.2 白酒流通的分类

1.1.3 白酒流通的特性

1.2 白酒流通行业特点分析

1.2.1 市场特点分析

1.2.2 行业经济特性

1.2.3 行业发展周期分析

1.2.4 行业进入风险

1.2.5 行业成熟度分析

1.3 白酒流通行业研究机构

1.3.1 白酒流通行业介绍

1.3.2 白酒流通行业研究优势

1.3.3 白酒流通行业研究范围

第二章 中国白酒流通行业市场发展环境分析

2.1 中国白酒流通行业经济环境分析

2.1.1 中国经济运行情况

2.1.2 经济环境对行业的影响分析

2.2 中国白酒流通行业政策环境分析

2.2.1 行业监管环境

(1) 行业主管部门

(2) 行业监管体制

2.2.2 行业政策分析

(1) 主要法律法规

(2) 相关发展规划

2.2.3 政策环境对行业的影响分析

2.3 中国白酒流通行业社会环境分析

2.3.1 行业社会环境

2.3.2 社会环境对行业的影响分析

2.4 中国白酒流通行业技术环境分析

2.4.1 白酒流通技术分析

(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

2.4.2 白酒流通技术发展水平

(1) 中国白酒流通行业技术水平所处阶段

(2) 与国外白酒流通行业的技术差距

2.4.3 行业主要技术发展趋势

2.4.4 技术环境对行业的影响

第三章 中国白酒流通行业上、下游产业链分析

3.1 白酒流通行业产业链简介

3.1.1 白酒流通产业链上游行业分布

3.1.2 白酒流通产业链中游行业分布

3.1.3 白酒流通产业链下游行业分布

3.2 白酒流通产业链上游行业调研

3.2.1 白酒流通产业上游发展现状

3.2.2 白酒流通产业上游竞争格局

3.3 白酒流通产业链中游行业调研

3.3.1 白酒流通行业中游经营效益

3.3.2 白酒流通行业中游竞争格局

3.3.3 白酒流通行业中游发展趋势

3.4 白酒流通产业链下游行业调研

3.4.1 白酒流通行业下游需求分析

3.4.2 白酒流通行业下游运营现状

3.4.3 白酒流通行业下游趋势预测

第四章 国际白酒流通行业市场发展分析

4.1 2022-2023年国际白酒流通行业发展现状

4.1.1 国际白酒流通行业发展现状

4.1.2 国际白酒流通行业发展规模

4.1.3 国际白酒流通主要技术水平

4.2 近年国际白酒流通市场总体分析

4.2.1 国际白酒流通市场特点

4.2.2 国际白酒流通市场结构

4.2.3 国际白酒流通市场规模

4.3 2019-2022年国际区域白酒流通行业研究

4.3.1 欧洲

4.3.2 美国

4.3.3 日韩

4.4 2024-2030年国际白酒流通行业发展展望

4.4.1 国际白酒流通行业发展趋势

4.4.2 国际白酒流通行业规模预测

4.4.3 国际白酒流通行业发展机会

第五章 中国白酒流通行业发展概述

5.1 中国白酒流通行业发展状况分析

5.1.1 中国白酒流通行业发展阶段

5.1.2 中国白酒流通行业发展总体概况

5.1.3 中国白酒流通行业发展特点分析

5.2 2022-2023年白酒流通行业发展现状

5.2.1 2022-2023年中国白酒流通行业发展热点

5.2.2 2022-2023年中国白酒流通行业发展现状

5.2.3 2022-2023年中国白酒流通企业发展分析

5.3 中国白酒流通行业细分市场概况

5.3.1 市场细分充分程度

5.3.2 细分市场结构分析

5.3.3 白酒批发市场

5.3.4 白酒零售市场

5.3.5 白酒电子商务市场

5.4 中国白酒流通行业发展问题及对策建议

5.4.1 中国白酒流通行业发展制约因素

5.4.2 中国白酒流通行业存在问题分析

5.4.3 中国白酒流通行业发展对策建议

第六章 中国白酒流通行业运行指标分析及预测

6.1 中国白酒流通行业企业数量分析

6.1.1 2019-2022年中国白酒流通行业企业数量情况

6.1.2 2019-2022年中国白酒流通行业企业竞争结构

6.2 2019-2022年中国白酒流通行业财务指标总体分析

6.2.1 行业盈利能力分析

6.2.2 行业偿债能力分析

6.2.3 行业营运能力分析

6.2.4 行业发展能力分析

6.3 中国白酒流通行业市场规模分析及预测

6.3.1 2019-2022年中国白酒流通行业市场规模分析

6.3.2 2024-2030年中国白酒流通行业市场规模预测

6.4 中国白酒流通行业市场现状分析及预测

6.4.1 中国白酒流通行业市场供给分析

(1) 2019-2022年中国白酒流通行业供给规模分析

(2) 2024-2030年中国白酒流通行业供给规模预测

6.4.2 中国白酒流通行业市场需求分析

(1) 2019-2022年中国白酒流通行业需求规模分析

(2) 2024-2030年中国白酒流通行业需求规模预测

第七章 中国互联网+白酒流通行业发展现状及前景

7.1 互联网给白酒流通行业带来的冲击和变革分析

7.1.1 互联网时代白酒流通行业大环境变化分析

7.1.2 互联网给白酒流通行业带来的突破机遇分析

7.1.3 互联网给白酒流通行业带来的挑战分析

- 7.1.4 互联网+白酒流通行业融合创新机会分析
- 7.2 中国互联网+白酒流通行业市场发展现状分析
 - 7.2.1 中国互联网+白酒流通行业投资布局分析
 - (1) 中国互联网+白酒流通行业投资切入方式
 - (2) 中国互联网+白酒流通行业投资规模分析
 - (3) 中国互联网+白酒流通行业投资业务布局
 - 7.2.2 白酒流通行业目标客户互联网渗透率分析
 - 7.2.3 中国互联网+白酒流通行业市场规模分析
 - 7.2.4 中国互联网+白酒流通行业竞争格局分析
 - (1) 中国互联网+白酒流通行业参与者结构
 - (2) 中国互联网+白酒流通行业竞争者类型
 - (3) 中国互联网+白酒流通行业市场占有率
- 7.3 中国互联网+白酒流通行业市场前景预测分析
 - 7.3.1 中国互联网+白酒流通行业市场增长动力分析
 - 7.3.2 中国互联网+白酒流通行业市场发展瓶颈剖析
 - 7.3.3 中国互联网+白酒流通行业市场发展趋势分析

第八章 中国白酒连锁经营模式分析

- 8.1 酒类连锁经营兴起背景
 - 8.1.1 酒类连锁经营本质特征
 - 8.1.2 酒类连锁经营背景分析
 - 8.1.3 酒类连锁经营兴起原因
- 8.2 酒类连锁经营主要特点
 - 8.2.1 酒类连锁企业采购渠道
 - 8.2.2 酒类连锁企业物流体系
 - 8.2.3 酒类连锁企业品质保障
 - 8.2.4 酒类连锁企业增值服务
- 8.3 酒类连锁经营发展现状
 - 8.3.1 酒类连锁经营市场概况
 - 8.3.2 酒类连锁经营市场规模
 - 8.3.3 酒类连锁经营效益水平
 - 8.3.4 酒类连锁经营市场格局
 - 8.3.5 酒类连锁经营发展趋势

8.4 酒类连锁经营模式分析

8.4.1 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

8.4.2 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

8.4.3 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

8.4.4 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

8.4.5 复合连锁模式分析

8.5 酒类连锁经营困局与战略出路分析

8.5.1 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

8.5.2 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

第九章 中国白酒流通行业市场竞争格局分析

9.1 中国白酒流通行业竞争格局分析

- 9.1.1 白酒流通行业区域分布格局
 - 9.1.2 白酒流通行业企业规模格局
 - 9.1.3 白酒流通行业企业性质格局
 - 9.2 中国白酒流通行业竞争五力分析
 - 9.2.1 白酒流通行业上游议价能力
 - 9.2.2 白酒流通行业下游议价能力
 - 9.2.3 白酒流通行业新进入者威胁
 - 9.2.4 白酒流通行业替代产品威胁
 - 9.2.5 白酒流通行业现有企业竞争
 - 9.3 中国白酒流通行业竞争SWOT分析
 - 9.3.1 白酒流通行业优势分析（S）
 - 9.3.2 白酒流通行业劣势分析（W）
 - 9.3.3 白酒流通行业机会分析（O）
 - 9.3.4 白酒流通行业威胁分析（T）
 - 9.4 中国白酒流通行业投资兼并重组整合分析
 - 9.4.1 投资兼并重组现状
 - 9.4.2 投资兼并重组案例
 - 9.5 中国白酒流通行业竞争策略建议
- 第十章 中国白酒流通行业领先企业竞争力分析
- 10.1 宜宾五粮液股份有限公司竞争力分析
 - 10.1.1 企业发展基本情况
 - 10.1.2 企业主营业务分析
 - 10.1.3 企业竞争优势分析
 - 10.1.4 企业经营状况分析
 - 10.1.5 企业最新发展动态
 - 10.1.6 企业投资前景分析
 - 10.2 贵州茅台酒股份有限公司竞争力分析
 - 10.2.1 企业发展基本情况
 - 10.2.2 企业主营业务分析
 - 10.2.3 企业竞争优势分析
 - 10.2.4 企业经营状况分析
 - 10.2.5 企业最新发展动态

10.2.6 企业投资前景分析

10.3 泸州老窖股份有限公司竞争力分析

10.3.1 企业发展基本情况

10.3.2 企业主营业务分析

10.3.3 企业竞争优势分析

10.3.4 企业经营状况分析

10.3.5 企业最新发展动态

10.3.6 企业投资前景分析

10.4 江苏洋河酒厂股份有限公司竞争力分析

10.4.1 企业发展基本情况

10.4.2 企业主营业务分析

10.4.3 企业竞争优势分析

10.4.4 企业经营状况分析

10.4.5 企业最新发展动态

10.4.6 企业投资前景分析

10.5 福建吉马集团有限公司竞争力分析

10.5.1 企业发展基本情况

10.5.2 企业主营业务分析

10.5.3 企业竞争优势分析

10.5.4 企业经营状况分析

10.5.5 企业最新发展动态

10.5.6 企业投资前景分析

10.6 山西杏花村汾酒厂股份有限公司竞争力分析

10.6.1 企业发展基本情况

10.6.2 企业主营业务分析

10.6.3 企业竞争优势分析

10.6.4 企业经营状况分析

10.6.5 企业最新发展动态

10.6.6 企业投资前景分析

10.7 安徽古井贡酒股份有限公司竞争力分析

10.7.1 企业发展基本情况

10.7.2 企业主营业务分析

10.7.3 企业竞争优势分析

10.7.4 企业经营状况分析

10.7.5 企业最新发展动态

10.7.6 企业投资前景分析

10.8 广东粤强酒业有限公司竞争力分析

10.8.1 企业发展基本情况

10.8.2 企业主营业务分析

10.8.3 企业竞争优势分析

10.8.4 企业经营状况分析

10.8.5 企业最新发展动态

10.8.6 企业投资前景分析

10.9 名品世家（北京）酒业连锁有限公司竞争力分析

10.9.1 企业发展基本情况

10.9.2 企业主营业务分析

10.9.3 企业竞争优势分析

10.9.4 企业经营状况分析

10.9.5 企业最新发展动态

10.9.6 企业投资前景分析

10.10 华泽集团有限公司竞争力分析

10.10.1 企业发展基本情况

10.10.2 企业主营业务分析

10.10.3 企业竞争优势分析

10.10.4 企业经营状况分析

10.10.5 企业最新发展动态

10.10.6 企业投资前景分析

第十一章 2024-2030年中国白酒流通行业发展趋势与投资机会研究

11.1 2024-2030年中国白酒流通行业市场发展潜力分析

11.1.1 中国白酒流通行业市场空间分析

11.1.2 中国白酒流通行业竞争格局变化

11.1.3 中国白酒流通行业互联网+前景

11.2 2024-2030年中国白酒流通行业发展趋势分析

11.2.1 中国白酒流通行业品牌格局趋势

11.2.2 中国白酒流通行业渠道分布趋势

11.2.3 中国白酒流通行业市场前景分析

11.3 2024-2030年中国白酒流通行业投资机会与建议

11.3.1 中国白酒流通行业行业前景调研展望

11.3.2 中国白酒流通行业投资机会分析

11.3.3 中国白酒流通行业资建议

第十二章 2024-2030年中国白酒流通行业投资分析与风险规避

12.1 中国白酒流通行业关键成功要素分析

12.2 中国白酒流通行业投资壁垒分析

12.3 中国白酒流通行业投资前景与规避

12.3.1 宏观经济风险与规避

12.3.2 行业政策风险与规避

12.3.3 上游市场风险与规避

12.3.4 市场竞争风险与规避

12.3.5 技术风险分析与规避

12.3.6 下游需求风险与规避

12.4 中国白酒流通行业融资渠道与策略

12.4.1 白酒流通行业融资渠道分析

(1) 银行抵押或信用贷款

(2) 股权融资

(3) 融资租赁

(4) 政府补助

(5) 民间借贷

12.4.2 白酒流通行业融资策略分析

第十三章 2024-2030年中国白酒流通行业盈利模式与投资前景建议规划分析

13.1 国外白酒流通行业投资现状及经营模式分析

13.1.1 境外白酒流通行业成长情况调查

13.1.2 经营模式借鉴

13.1.3 国外投资新趋势动向

13.2 中国白酒流通行业商业模式探讨

13.2.1 行业主要商业模式

13.2.2 批发零售模式

13.2.3 专卖连锁模式

13.2.4 电子商务直销模式

13.3 中国白酒流通行业投资投资前景规划

13.3.1 战略优势分析

13.3.2 战略机遇分析

13.3.3 战略规划目标

13.3.4 战略措施分析

13.4 最优投资路径设计

13.4.1 投资对象

13.4.2 投资模式

13.4.3 预期财务状况分析

13.4.4 风险资本退出方式

第十四章 研究结论及建议

14.1 研究结论

14.2 建议

14.2.1 行业投资策略建议

14.2.2 行业投资方向建议

14.2.3 行业投资方式建议

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/R91894X4UW.html>