

中**类流通运营状况与前景动向分析报告2023-2029年

产品名称	中**类流通运营状况与前景动向分析报告2023-2029年
公司名称	北京中研华泰信息技术研究院销售部
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区北苑东路19号院4号楼27层2708
联系电话	18766830652 18766830652

产品详情

中**类流通运营状况与前景动向分析报告2023-2029年*****【

报告编号】368070【出版日期】2023年4月【出版机构】中研华泰研究院【交付方式】

EMIL电子版或特快专递【报告价格】纸质版:6500元 电子版:6800元

纸质版+电子版:7000元【联系人员】

刘亚 免费售后服务一年，具体内容及订购流程欢迎咨询客服人员 第1章：中**类流通行业综述

17 1.1酒类流通行业概述 17 1.1.1酒类流通行业界定 17 1.1.2酒类流通行业地位

17 1.2酒类企业销售渠道层级 18 1.2.1酒厂——消费者 18 1.2.2酒企——零售商——消费者

19 1.2.3酒类企业——批发商——零售商——消费者

20 1.2.4酒企业——代理商——批发商——零售商——消费者 20 1.3酒类企业渠道模式分析

21 1.3.1全国总代理、总经销制 22 1.3.2跨区域性的集团分销制 22 1.3.3区域代理制

22 1.3.4企业自建销售网络制 23 1.3.5企业直销零售市场制 23 1.3.6企业网络直销制

23 1.4酒类流通行业价值链分析 24 1.4.1价值链的生产商分析 24 1.4.2价值链的流通企业分析

25 1.4.3价值链的消费者分析 25 1.4.4价值链各参与者关系分析 25 1.5酒类流通行业特性分析

26 1.5.1酒类流通周期性特征 26 1.5.2酒类流通季节性特征 27 1.5.3酒类流通区域性特征

27 第2章：中**类流通行业发展环境分析 28 2.1酒类流通行业政策环境分析 28 2.1.1行业管理体制分析

28 2.1.2行业主要法律法规 28 2.1.3行业主要产业政策 30 2.1.4行业标准制定情况

31 2.2酒类流通行业经济环境分析 32 2.2.1国民经济与酒产品产值增长趋势

32 2.2.2社会消费品零售总额与烟酒零售总额变化 33 2.2.3居民消费价格总水平与酒类零售价格变化

33 2.2.4产业结构调整与升级 34 2.3酒类流通行业技术环境分析 34 2.3.1物联网技术的发展

34 2.3.2云计算技术的发展 36 2.3.3电子数据交换技术的应用 36 2.3.4可视化技术的应用

37 2.3.5货物跟踪技术的应用 37 2.4酒类流通关联行业发展分析 38 2.4.1餐饮业发展分析

38 2.4.2酒店行业发展分析 39 2.4.3商超行业发展分析 42 2.4.4休闲娱乐行业发展分析

42 2.4.5物流行业发展分析 43 第3章：中**类产品产销与运营情况分析 46 3.1酒类总体产销与运营情况

46 3.1.1酒类产量规模分析 46 3.1.2酒类消费总额分析 47 3.1.3酒类进口总额分析

47 3.1.4酒类出口总额分析 48 3.2白酒产销与运营情况分析 49 3.2.1白酒生产情况分析

49 3.2.2白酒消费情况分析 50 (1) 白酒消费总量统计 50 (2) 白酒消费特征调研

51 (3) 白酒消费趋势分析 61 3.2.3白酒行业经营情况 61 (1) 白酒行业销售收入

61 (2) 白酒平均售价走势 62 (3) 白酒行业经营效益 64 3.3葡萄酒产销与运营情况分析

65 3.3.1葡萄酒生产情况分析 65 3.3.2葡萄酒消费情况分析 66 (1) 葡萄酒消费总量统计
67 (2) 葡萄酒消费特征调研 67 (3) 葡萄酒消费趋势分析 69 3.3.3葡萄酒投资需求分析
70 3.3.4葡萄酒行业经营情况 70 (1) 葡萄酒行业销售收入 70 (2) 葡萄酒平均售价走势
71 (3) 葡萄酒行业经营效益 74 3.4洋酒进口与消费特征分析 75 3.4.1国外酒类市场现状
75 3.4.2不同酒类进口情况 76 (1) 白酒进口情况分析 76 (2) 葡萄酒进口情况分析
77 (3) 黄酒进口情况分析 78 (4) 啤酒进口情况分析 79 (5) 其它烈酒进口情况分析
82 3.4.3进口酒类消费特征 82 3.4.4进口酒类消费趋势 84 3.5黄酒产销与运营情况分析
85 3.5.1黄酒生产情况分析 85 3.5.2黄酒消费情况分析 85 (1) 黄酒消费总量统计
85 (2) 黄酒消费特征调研 85 (3) 黄酒消费趋势分析 87 3.5.3黄酒行业经营情况
88 (1) 黄酒行业销售收入 88 (2) 黄酒平均售价走势 89 (3) 黄酒行业经营效益
90 3.6啤酒产销与运营情况分析 91 3.6.1啤酒生产情况分析 91 3.6.2啤酒消费情况分析
92 (1) 啤酒消费总量统计 92 (2) 啤酒消费特征调研 93 (3) 啤酒消费趋势分析
95 3.6.3啤酒行业经营情况 97 (1) 啤酒行业销售收入 97 (2) 啤酒平均售价走势
98 (3) 啤酒行业经营效益 99 第4章：中**类流通行业发展现状分析 101 4.1酒类流通渠道变革历程
101 4.1.1传统流通渠道时代 101 4.1.2厂商自建渠道时代 102 4.1.3酒类连锁经营时代
103 4.1.4酒类电子商务时代 104 4.2酒类流通行业发展现状 106 4.2.1酒类流通行业发展规模
106 4.2.2酒类流通行业发展特点 106 4.2.3酒类细分产品流通现状 107 (1) 白酒流通市场分析
107 (2) 葡萄酒流通市场分析 108 (3) 洋酒流通市场分析 108 (4) 黄酒流通市场分析
110 (5) 啤酒流通市场分析 111 4.3酒类批发分销发展现状 113 4.3.1酒类批发业发展历程
113 4.3.2酒类批发业发展现状 114 4.3.3酒类批发业主要问题 114 4.3.4酒类批发业发展趋势
115 4.4酒类零售市场发展现状 115 4.4.1酒类零售市场发展历程 115 4.4.2酒类零售业态主要类型
117 (1) 酒类产品购买终端 118 (2) 酒类产品饮用终端 123 4.4.3酒类零售业态格局划分
125 4.4.4酒类零售市场主要特点 126 4.4.5酒类零售市场发展趋势 127 4.5酒类流通行业竞争强度
127 4.5.1制造商与流通企业竞争 127 4.5.2行业波特五力模型分析 128 (1) 现有企业之间的竞争
128 (2) 上游供应商议价能力 129 (3) 下游客户议价能力 129 (4) 行业潜在进入者威胁
129 (5) 行业替代品威胁 129 4.6酒类流通行业发展方向 130 4.6.1品牌驱动市场战略模式
130 4.6.2酒类零售连锁运作模式 130 4.6.3酒类电子商务运作模式 130 4.6.4产业链延伸模式
130 4.6.5酒业流通的“金融化”升级 130 (1) 酒类金融化现状 130 (2) 酒类金融化下的发展机会
131 (3) 酒类金融化发展趋势 131 第5章：中**类连锁经营模式分析 132 5.1酒类连锁经营兴起背景
132 5.1.1酒类连锁经营本质特征 132 5.1.2酒类连锁经营背景分析 132 5.1.3酒类连锁经营兴起原因
132 5.2酒类连锁经营主要特点 133 5.2.1酒类连锁企业采购渠道 133 5.2.2酒类连锁企业物流体系
133 5.2.3酒类连锁企业品质保障 133 5.2.4酒类连锁企业增值服务 134 5.3酒类连锁经营发展现状
134 5.3.1酒类连锁经营市场概况 134 5.3.2酒类连锁经营市场规模 134 5.3.3酒类连锁经营效益水平
135 5.3.4酒类连锁经营市场格局 135 5.3.5酒类连锁经营发展趋势 136 5.4酒类连锁经营模式分析
137 5.4.1直营连锁模式分析 137 (1) 直营连锁模式核心特征 137 (2) 直营连锁模式优劣势分析
137 (3) 直营连锁模式代表企业 138 5.4.2合作店(加盟店)连锁 138 (1) 合作店连锁模式核心特征
138 (2) 合作店连锁模式优劣势分析 138 (3) 合作店连锁模式代表企业 139 5.4.3合资连锁模式分析
139 (1) 合资连锁模式核心特征 139 (2) 合资连锁模式优劣势分析
139 (3) 合资连锁模式代表企业 139 5.4.4特许连锁模式分析 140 (1) 特许连锁模式核心特征
140 (2) 特许连锁模式优劣势分析 140 (3) 特许连锁模式代表企业 140 5.4.5复合连锁模式分析
141 5.5酒类连锁经营困局 141 5.5.1选址遭遇新挑战 141 5.5.2产品组合难题 141 5.5.3顾客管理缺失
141 5.5.4新兴渠道难以维护 141 5.5.5差异化难有新意 141 5.6酒类连锁经营战略出路
142 5.6.1酒类连锁经营成功因素 142 5.6.2酒类连锁品类管理策略 142 (1) 酒类品类管理主要误区
143 (2) 酒类连锁品类管理法 143 (3) 酒类连锁品类战略制定 145 (4) 酒类连锁品类管理战术
145 5.6.3酒类连锁经营扩张路径 146 (1) 全国化扩张条件与特点 146 (2) 区域性扩张条件与特点
146 5.6.4酒类连锁经营战略选择 146 (1) 采取“集中经营”战略 147 (2) 重新考虑“客户的选择”
147 (3) 扩大客户的采购量 147 (4) 提高执行效率 147 第6章：中**类电子商务模式分析
148 6.1传统线下酒类零售模式弊端 148 6.1.1线下酒类零售供应链 148 6.1.2线下酒类零售主要问题
148 6.2酒类电子商务渠道优势及其发展 149 6.2.1酒类电子商务发展基础
149 6.2.2酒类电子商务优势分析 151 6.2.3酒类电子商务网站数量 152 6.2.4酒类网购交易市场现状
152 (1) 酒类网购用户规模 152 (2) 酒类网购市场规模 152 (3) 酒类网购市场渗透率

153 (4) 酒类网购品类结构 153 6.2.5 酒类电子商务经营效益 153 6.2.6 不同酒类电子商务现状
153 (1) 白酒电子商务现状 153 (2) 葡萄酒电子商务现状 154 (3) 洋酒电子商务现状
154 (4) 黄酒电子商务现状 154 (5) 啤酒电子商务现状 155 6.3 酒类电子商务发展模式分析
155 6.3.1 酒类电子商务发展模式 155 (1) 综合性网上商城平台 155 (2) 酒企自建电商平台
156 (3) 酒类专业电商平台 158 (4) 酒类B2B电商平台 159 6.3.2 酒类电子商务平台合作趋势
160 6.4 酒类电子商务内外部竞争分析 161 6.4.1 酒类电子商务市场格局 161 6.4.2 酒类电子商务竞争特点
161 6.4.3 酒类电子商务竞争要素 162 (1) 品牌宣传成本 162 (2) 商品供应成本
162 (3) 产品管理成本 162 (4) 物流配送成本 163 (5) 售后服务成本
164 6.4.4 与传统酒类渠道商的竞争 164 (1) 酒类电商对传统渠道商的影响
164 (2) 传统渠道商与电商之间的抗衡 164 6.5 酒类电子商务B2C成功案例分析 165 6.5.1 酒仙网
165 (1) 企业发展简介 165 (2) 企业供应链管理 165 (3) 企业营销体系搭建
165 (4) 企业物流配送体系 166 (5) 企业售后服务体系 166 6.5.2 也买酒 167 (1) 企业发展简介
167 (2) 企业供应链管理 167 (3) 企业营销体系搭建 168 (4) 企业物流配送体系
168 (5) 企业售后服务体系 168 6.5.3 品尚红酒 169 (1) 企业发展简介 169 (2) 企业供应链管理
169 (3) 企业营销体系搭建 169 (4) 企业物流配送体系 169 (5) 企业售后服务体系
170 6.5.4 茅台网上商城 170 (1) 企业发展简介 170 (2) 企业产品价格策略
170 (3) 企业营销体系搭建 171 (4) 企业物流配送体系 171 (5) 企业售后服务体系
171 6.6 酒类电子商务网站发展策略 171 6.6.1 酒类电子商务面临的瓶颈
171 6.6.2 酒类电子商务成功的关键 171 6.6.3 酒类企业开展电商的策略
172 (1) 发展电子商务先决条件 172 (2) 企业电子商务平台搭建 173 (3) 企业电子商务运作建议
174 6.6.4 酒类专业电商平台发展策略 174 6.6.5 酒类电商与传统渠道的平衡
176 6.6.6 酒业电商发展前瞻——渠道3.0时代 176 (1) 盈利模式升级 176 (2) 价值链体系变迁
176 第7章：中**类流通**企业商业模式分析 177 7.1 酒类流通企业商业模式概述
177 7.1.1 酒类流通企业商业模式种类 177 7.1.2 酒类流通企业商业模式比较分析
177 7.1.3 酒类流通企业商业模式核心要素 177 7.2 粤强酒业商业模式分析 178 7.2.1 企业发展历程
178 7.2.2 企业商业模式分析 178 (1) 企业定位 179 (2) 企业业务系统 179 (3) 企业关键资源能力
179 (4) 企业盈利模式 180 (5) 企业现金流结构 180 (6) 企业价值 180 7.2.3 企业商业模式总结
180 7.3 华致酒行商业模式分析 180 7.3.1 企业发展历程 180 7.3.2 企业商业模式分析 181 (1) 企业定位
181 (2) 企业业务系统 181 (3) 企业关键资源能力 182 (4) 企业盈利模式
182 (5) 企业现金流结构 182 (6) 企业价值 183 7.3.3 企业商业模式总结
183 7.4 名品世家商业模式分析 183 7.4.1 企业发展历程 183 7.4.2 企业商业模式分析 183 (1) 企业定位
183 (2) 企业业务系统 183 (3) 企业关键资源能力 184 (4) 企业盈利模式
184 (5) 企业现金流结构 184 (6) 企业价值 184 7.4.3 企业商业模式总结
184 7.5 华泽集团商业模式分析 184 7.5.1 企业发展历程 184 7.5.2 企业商业模式分析 185 (1) 企业定位
185 (2) 企业业务系统 185 (3) 企业关键资源能力 185 (4) 企业盈利模式
185 (5) 企业现金流结构 185 (6) 企业价值 186 7.5.3 企业商业模式总结
186 第8章：中**类流通企业核心能力与发展战略 187 8.1 新环境下流通职能的定位
187 8.1.1 价值链中角色的转化 187 (1) 生产商角色的转化 187 (2) 流通企业角色的转化
187 (3) 消费者角色的转化 187 8.1.2 新价值链中流通企业角色 187 (1) 面向生产商所需能力
188 (2) 面向消费者所需能力 188 (3) 面向同业竞争者所需能力
188 8.2 酒类流通企业核心能力分析 188 8.2.1 终端建设能力 189 8.2.2 网络管理能力
189 8.2.3 与供应商的谈判能力 190 8.2.4 品牌建设与推广 190 8.2.5 物流与配送系统建设
190 8.2.6 服务体系建设 190 8.2.7 信息系统建设 191 8.3 酒类流通企业的发展战略
191 8.3.1 酒类流通企业远景 191 8.3.2 酒类流通企业战略目标 191 8.3.3 酒类流通企业资源战略
192 (1) 网络资源 192 (2) 资金 192 (3) 人力资源 192 (4) 自购/外取策略
193 8.3.4 酒类流通企业业务战略 193 (1) 地理维度 193 (2) 产品市场维度
193 8.3.5 酒类流通企业组织战略 193 第9章：中**类流通行业发展前景与投资机会分析
195 9.1 酒类流通行业发展前景预测 195 9.1.1 酒类产品需求潜力分析 195 9.1.2 酒类流通行业影响因素
195 (1) 影响行业发展的有利因素 195 (2) 影响行业发展的不利因素
197 9.1.3 酒类流通行业前景预测 198 (1) 酒类流通行业发展前景预测
198 (2) 酒类连锁经营发展前景预测 199 (3) 酒类电子商务发展前景预测

199 9.2酒类流通行业并购重组分析 200 9.2.1酒类流通行业并购重组案例
200 9.2.2酒类流通行业并购重组特征 202 9.2.3酒类流通行业并购重组趋势
202 9.3酒类流通行业资本运作情况 203 9.3.1酒类流通企业投融资事件 203 9.3.2酒类流通企业投资方向
203 9.3.3酒类流通企业投资预测 204 9.4酒类流通行业投资机会分析 205 9.4.1酒类流通行业投资价值
205 9.4.2酒类流通行业投资机会 205 9.4.3酒类流通行业进入壁垒 205 9.4.4酒类流通行业风险预警
206 第10章：中**类生产与流通领域领先企业经营分析 208 10.1酒类生产品牌企业经营情况分析
208 10.1.1宜宾***股份有限公司 208 (1) 公司发展简介 208 (2) 公司产品种类分析
209 (3) 公司生产与销售情况 209 (4) 公司经营情况分析 210 (5) 公司销售网络构建
212 10.1.2贵州茅台酒股份有限公司 212 (1) 公司发展简介 212 (2) 公司产品种类分析
213 (3) 公司生产与销售情况 213 (4) 公司经营情况分析 214 (5) 公司销售网络构建
216 10.1.3泸州老窖股份有限公司 216 (1) 公司发展简介 216 (2) 公司产品种类分析
217 (3) 公司生产与销售情况 218 (4) 公司经营情况分析 219 (5) 公司销售网络构建
220 10.1.4江苏洋河酒厂股份有限公司 221 (1) 公司发展简介 221 (2) 公司产品种类分析
222 (3) 公司生产与销售情况 222 (4) 公司经营情况分析 223 (5) 公司销售网络构建
225 10.1.5湖北稻花香酒业股份有限公司 225 (1) 公司发展简介 225 (2) 公司产品种类分析
226 (3) 公司生产与销售情况 226 (4) 公司经营情况分析 227 (5) 公司销售网络构建
229 10.1.6湖北枝江酒业股份有限公司 229 (1) 公司发展简介 229 (2) 公司产品种类分析
230 (3) 公司生产与销售情况 230 (4) 公司经营情况分析 230 (5) 公司销售网络构建
232 10.1.7四川剑南春(集团)有限责任公司 232 (1) 公司发展简介 232 (2) 公司产品种类分析
233 (3) 公司生产与销售情况 233 (4) 公司经营情况分析 234 (5) 公司销售网络构建
236 10.1.8四川郎酒集团有限责任公司 236 (1) 公司发展简介 236 (2) 公司产品种类分析
237 (3) 公司生产与销售情况 237 (4) 公司经营情况分析 238 (5) 公司销售网络构建
240 10.1.9山西杏花村汾酒厂股份有限公司 240 (1) 公司发展简介 240 (2) 公司产品种类分析
241 (3) 公司生产与销售情况 241 (4) 公司经营情况分析 242 (5) 公司销售网络构建
244 10.1.10安徽古井贡酒股份有限公司 244 (1) 公司发展简介 244 (2) 公司产品种类分析
245 (3) 公司生产与销售情况 245 (4) 公司经营情况分析 246 (5) 公司销售网络构建
248 10.1.11烟台张裕葡萄酒股份有限公司 248 (1) 公司发展简介 248 (2) 公司产品种类分析
249 (3) 公司生产与销售情况 249 (4) 公司经营情况分析 250 (5) 公司销售网络构建
252 10.1.12王朝酒业集团有限公司 252 (1) 公司发展简介 252 (2) 公司产品种类分析
253 (3) 公司生产与销售情况 253 (4) 公司经营情况分析 253 (5) 公司销售网络构建
255 10.1.13中粮长城葡萄酒(烟台)有限公司 255 (1) 公司发展简介 255 (2) 公司产品种类分析
256 (3) 公司生产与销售情况 256 (4) 公司经营情况分析 257 (5) 公司销售网络构建
258 10.1.14烟台威龙葡萄酒股份有限公司 259 (1) 公司发展简介 259 (2) 公司产品种类分析
259 (3) 公司生产与销售情况 259 (4) 公司经营情况分析 260 (5) 公司销售网络构建
262 10.1.15中国长城葡萄酒有限公司 262 (1) 公司发展简介 262 (2) 公司产品种类分析
262 (3) 公司生产与销售情况 262 (4) 公司经营情况分析 263 (5) 公司销售网络构建
265 10.1.16通化葡萄酒股份有限公司 265 (1) 公司发展简介 265 (2) 公司产品种类分析
265 (3) 公司生产与销售情况 266 (4) 公司经营情况分析 266 (5) 公司销售网络构建
267 10.1.17中信国安葡萄酒业股份有限公司 267 (1) 公司发展简介 267 (2) 公司产品种类分析
268 (3) 公司生产与销售情况 268 (4) 公司经营情况分析 269 (5) 公司销售网络构建
270 10.1.18烟台张裕卡斯特酒庄有限公司 270 (1) 公司发展简介 270 (2) 公司产品种类分析
271 (3) 公司生产与销售情况 271 (4) 公司经营情况分析 271 (5) 公司销售网络构建
273 10.1.19甘肃莫高实业发展股份有限公司 273 (1) 公司发展简介 273 (2) 公司产品种类分析
274 (3) 公司生产与销售情况 274 (4) 公司经营情况分析 275 (5) 公司销售网络构建
276 10.1.20浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司 276 (1) 公司发展简介 276 (2) 公司产品种类分析
277 (3) 公司生产与销售情况 277 (4) 公司经营情况分析 278 (5) 公司销售网络构建
280 10.1.21上海金枫酒业股份有限公司 280 (1) 公司发展简介 280 (2) 公司产品种类分析
281 (3) 公司生产与销售情况 282 (4) 公司经营情况分析 282 (5) 公司销售网络构建
284 10.1.22会稽山绍兴酒股份有限公司 284 (1) 公司发展简介 284 (2) 公司产品种类分析
285 (3) 公司生产与销售情况 285 (4) 公司经营情况分析 286 (5) 公司销售网络构建
287 10.1.23浙江塔牌绍兴酒有限公司 287 (1) 公司发展简介 287 (2) 公司产品种类分析

288 (3) 公司生产与销售情况 288 (4) 公司经营情况分析 289 (5) 公司销售网络构建
290 10.1.24中国善好酒业集团有限公司 290 (1) 公司发展简介 290 (2) 公司产品种类分析
291 (3) 公司生产与销售情况 291 (4) 公司经营情况分析 292 (5) 公司销售网络构建
294 10.1.25江苏张家港酿酒集团公司 294 (1) 公司发展简介 294 (2) 公司产品种类分析
294 (3) 公司生产与销售情况 294 (4) 公司经营情况分析 295 (5) 公司销售网络构建
297 10.1.26青岛啤酒股份有限公司 297 (1) 公司发展简介 297 (2) 公司产品种类分析
297 (3) 公司生产与销售情况 298 (4) 公司经营情况分析 298 (5) 公司销售网络构建
300 10.1.27北京燕京啤酒股份有限公司 300 (1) 公司发展简介 301 (2) 公司产品种类分析
302 (3) 公司生产与销售情况 302 (4) 公司经营情况分析 303 (5) 公司销售网络构建
304 10.1.28广州珠江啤酒股份有限公司 305 (1) 公司发展简介 305 (2) 公司产品种类分析
306 (3) 公司生产与销售情况 306 (4) 公司经营情况分析 307 (5) 公司销售网络构建
309 10.1.29华润雪花啤酒(辽宁)有限公司 309 (1) 公司发展简介 309 (2) 公司产品种类分析
310 (3) 公司生产与销售情况 310 (4) 公司经营情况分析 310 (5) 公司销售网络构建
312 10.2酒类流通****企业经营分析 312 10.2.1广东粤强酒业有限公司 312 (1) 公司发展历程简介
312 (2) 公司组织结构体系分析 313 (3) 公司经营酒类品种与品牌 313 (4) 公司经营情况分析
314 (5) 公司营销网络构建 314 (6) 公司品牌营销策略 314 (7) 公司经营优劣势分析
315 (8) 公司*新发展动向 315 10.2.2福建吉马集团有限公司 315 (1) 公司发展历程简介
315 (2) 公司组织结构体系分析 316 (3) 公司经营酒类品种与品牌 317 (4) 公司经营情况分析
318 (5) 公司营销网络构建 318 (6) 公司品牌营销策略 318 (7) 公司经营优劣势分析
318 (8) 公司*新发展动向 318 10.2.3名品世家(北京)酒业连锁有限公司
318 (1) 公司发展历程简介 319 (2) 公司组织结构体系分析 319 (3) 公司经营酒类品种与品牌
319 (4) 公司经营情况分析 319 (5) 公司营销网络构建 320 (6) 公司品牌营销策略
320 (7) 公司经营优劣势分析 320 (8) 公司*新发展动向 320 10.2.4华泽集团有限公司
321 (1) 公司发展历程简介 321 (2) 公司组织结构体系分析 322 (3) 公司经营酒类品种与品牌
322 (4) 公司经营情况分析 323 (5) 公司营销网络构建 323 (6) 公司品牌营销策略
323 (7) 公司经营优劣势分析 323 (8) 公司*新发展动向 324 10.2.5商源集团有限公司
324 (1) 公司发展历程简介 324 (2) 公司组织结构体系分析 325 (3) 公司经营酒类品种与品牌
325 (4) 公司经营情况分析 325 (5) 公司营销网络构建 326 (6) 公司品牌营销策略
326 (7) 公司经营优劣势分析 326 10.3酒类电子商务领先企业经营分析 380 10.3.1酒仙网
380 (1) 公司发展简介 380 (2) 公司组织结构体系 381 (3) 公司经营产品与品牌
381 (4) 公司经营情况分析 382 (5) 公司销售模式分析 382 (6) 公司营销推广方式
382 (7) 公司售后服务体系 382 (8) 公司经营优劣势分析 383 (9) 公司资本运作情况
384 (10) 公司*新发展动向 384 10.3.2也买酒网 384 (1) 公司发展简介
384 (2) 公司组织结构体系 385 (3) 公司经营产品与品牌 385 (4) 公司经营情况分析
386 (5) 公司销售模式分析 386 (6) 公司营销推广方式 386 (7) 公司售后服务体系
387 (8) 公司经营优劣势分析 387 (9) 公司融资情况分析 387 (10) 公司*新发展动向
388 10.3.3品尚红酒 388 (1) 公司发展简介 388 (2) 公司组织结构体系
389 (3) 公司经营产品与品牌 389 (4) 公司经营情况分析 390 (5) 公司销售模式分析
390 (6) 公司营销推广方式 390 (7) 公司售后服务体系 390 (8) 公司经营优劣势分析
391 (9) 公司融资情况分析 391 (10) 公司*新发展动向 391 10.3.4酒美网 391 (1) 公司发展简介
391 (2) 公司经营产品与品牌 392 (3) 公司经营情况分析 392 (4) 公司销售模式分析
393 (5) 公司营销推广方式 393 (6) 公司售后服务体系 393 (7) 公司经营优劣势分析
393 (8) 公司融资情况分析 393 (9) 公司*新发展动向 394 10.3.5酒酷网 394 (1) 公司发展简介
394 (2) 公司组织结构体系 394 (3) 公司经营产品与品牌 394 (4) 公司经营情况分析
395 (5) 公司销售模式分析 395 (6) 公司营销推广方式 395 (7) 公司售后服务体系
395 (8) 公司经营优劣势分析 395 (9) 公司*新发展动向
396 图表目录 图表1: 酿酒行业价值链简图 17 图表2: 酒类流通价格占终端价格的比重(单位:%)
17 图表3: 酒类企业零售渠道模式 18 图表4: 酒类企业零售渠道模式优劣势分析
19 图表5: 酒类企业一级渠道模式 19 图表6: 酒类企业一级渠道模式优劣势分析
20 图表7: 酒类企业二级渠道模式 20 图表8: 酒类企业二级渠道模式优劣势分析
20 图表9: 酒类企业三级渠道模式 21 图表10: 酒类企业三级渠道模式优劣势分析

21 图表11：酒类销售的价值链条 24 图表12：酒类流通行业价值链利润分布图
24 图表13：大型流通企业与酒类生产商的关系图 26 图表14：酒类流通行业主要法律法规
28 图表15：酒类流通行业主要产业政策 30 图表16：酒类流通行业相关标准
31 图表17：2018-2023年国民经济与酒类增长趋势（单位：%）
33 图表18：以来居民消费价格指数与饮料、烟酒零售价格指数变化趋势（单位：%）
34 图表19：物联网的四大关键领域 35 图表20：物流可视化的流程图
37 图表21：中国住宿和餐饮业零售额、GDP、社会消费品零售总额增速比较（单位：%）
38 图表22：中国住宿和餐饮业零售额占社会消费品零售总额比重（单位：%）
39 图表23：我国星级酒店数量（单位：家，%）
40 图表24：2015-2023年我国星级酒店营收规模及预测（单位：亿元，%）
40 图表25：2018-2023年中国经济型酒店门店数量及预测（单位：家，%）
41 图表26：2018-2023年中国经济型酒店市场规模（单位：亿元，%）
41 图表27：2018-2023年中国KTV、酒吧数量（单位：万家，%）
43 图表28：2018-2023年社会物流总额及增长变化情况（单位：亿元，%）
43 图表29：2023年社会物流总额及增减变化情况（单位：万亿元、%）
44 图表30：2018-2023年中国社会物流总费用（单位：亿元，%）
44 图表31：2023年中国社会物流总费用（单位：%）
45 图表32：2018-2023年我国各类酒产品产量变化趋势（单位：万千升）
46 图表33：2018-2023年葡萄酒/白酒/啤酒销售情况（单位：亿元）
47 图表34：2016-2023年我**类进口金额（单位：万美元）
47 图表35：2016-2023年我**类出口金额（单位：万美元）
48 图表36：2018-2023年我国白酒单月产量变化趋势（单位：万千升）
49 图表37：2018-2023年我国白酒累计产量变化趋势（单位：万千升）
50 图表38：2016-2023年我国白酒累计销售量变化趋势（单位：万千升）
50 图表39：2017-2022年我国不同年龄人群占总人口的比重（单位：%）
51 图表40：不同收入群体平均消费白酒数量（单位：千克）
52 图表41：白酒消费群体人文特征（单位：%）
53 图表42：白酒以及主要白酒品牌消费者职业结构特征（单位：%）
53 图表43：白酒以及主要白酒品牌消费者工作单位结构（单位：%）
54 图表44：白酒以及主要白酒品牌消费者购买目的（单位：%）
55 图表45：白酒以及主要白酒品牌消费者购买途径（单位：%）
55 图表46：消费者对白酒品牌的接受情况（单位：%）
56 图表47：消费者对白酒香型的选择情况（单位：%）
57 图表48：消费者对白酒度数的选择情况（单位：%）
57 图表49：消费者购买白酒时考虑的因素（单位：%）
58 图表50：消费者消费白酒主要场所（单位：%）
58 图表51：消费者对白酒所能承受价格分布情况（单位：元，%）
59 图表52：消费者在不同消费场所的白酒价位选择情况（单位：元，%）
60 图表53：消费者每年用于购买白酒的花费情况（单位：元，%）
60 图表54：消费者的白酒产品购买渠道情况（单位：%）
61 图表55：2018-2023年我国白酒行业销售收入变化趋势（单位：亿元，%）
62 图表56：2018-2023年***、茅台、国窖、水井坊平均价格（单位：元/瓶）
63 图表57：2018-2023年剑南春、酒鬼酒、天之蓝平均价格（单位：元/瓶）
63 图表58：2018-2023年泸州老窖、五粮春、汾酒平均价格（单位：元/瓶）
64 图表59：2018-2023年白酒毛利率（单位：%）
65 图表60：2018-2023年我国葡萄酒单月产量变化趋势（单位：万千升）
65 图表61：2018-2023年我国葡萄酒累计产量变化趋势（单位：万千升）
66 图表62：葡萄酒文化推广目的与作用 67 图表63：葡萄酒消费集中区域与经济状况（单位：元/人）
68 图表64：东中西部地区葡萄酒消费比较（单位：升）
68 图表65：我国葡萄酒潜在消费人群占总人口比例（单位：%）
69 图表66：2018-2023年葡萄酒业销售收入及同比增速（单位：万元，%）

- 70 图表67：2018-2023年葡萄酒业累计利润及同比增速（单位：万元，%）
- 71 图表68：2017-2023年葡萄酒价格变化趋势（单位：元/瓶）
- 72 图表69：2018-2023年中端葡萄酒平均价格（单位：元/瓶）
- 72 图表70：2018-2023年低端葡萄酒平均价格（单位：元/瓶）
- 73 图表71：2018-2023年葡萄酒业毛利率变化（单位：%）
- 74 图表72：2018-2023年葡萄酒业利润总额比率变化（单位：%）
- 74 图表73：2017-2023年白酒进口数量及进口金额（单位：升、美元）
- 76 图表74：中国白酒行业月度主要进口产品结构表（单位：万升，万美元）
- 77 图表75：2017-2023年中国葡萄酒进口数量（单位：升，美元）
- 78 图表76：2017-2023年中国黄酒进口数量及金额（单位：升，美元）
- 79 图表77：啤酒行业产品进口月度金额走势图（单位：万美元）
- 80 图表78：2017-2023年中国啤酒进口平均价格（单位：美元/千升） 80