

2022-2028年中国酒类零售 市场评估与投资前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2022-2028年中国酒类零售市场评估与投资前景预测报告》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.cction.com/report/202204/280785.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

白酒行业整体产销率长期保持在95%以上，行业的销量规模和销售收入规模变化趋势与产量变化趋势相似。2015 - 2019年我国规模以上白酒企业销售收入情况

数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2022-2028年中国酒类零售市场评估与投资前景预测报告》共十三章。首先介绍了酒类零售行业市场发展环境、酒类零售整体运行态势等，接着分析了酒类零售行业市场运行的现状，然后介绍了酒类零售市场竞争格局。随后，报告对酒类零售做了重点企业经营状况分析，最后分析了酒类零售行业发展趋势与投资预测。您若想对酒类零售产业有个系统的了解或者想投资酒类零售行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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：

第一章 零售行业发展概述

第一节 零售行业的相关概述

一、零售行业的基本概念

二、零售行业模式的发展

三、零售行业营销的特点

第二节 酒类零售行业说明

一、行业作用及地位

二、行业发展条件

三、行业经营模式

第三节 酒类零售行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、与上下游行业之间的关联性

三、行业产业链上游发展现状及影响分析

四、行业产业链下游发展现状及影响分析

第二章 中国酒类零售行业发展环境分析

第一节 全球经济环境分析

- 一、全球宏观经济形势
- 二、全球贸易环境
- 三、全球经济环境对行业发展的影响

第二节 中国宏观经济环境分析

- 一、国民经济运行情况
- 二、消费价格指数CPI、PPI分析
- 三、全国居民收入情况解读
- 四、社会消费品酒类零售总额分析
- 五、工业发展形势走势
- 六、固定资产投资情况
- 七、对外贸易进出口分析
- 八、宏观经济环境对行业的影响

第三节 社会环境分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育情况分析
- 三、文化环境分析
- 四、中国城镇化率
- 五、生态环境分析
- 六、居民消费观念和习惯分析
- 七、社会环境对行业的影响

第四节 政策环境分析

- 一、行业政策法规
- 二、行业监管体制
- 三、行业未来规划

第三章 全球酒类零售运行状况分析

第一节 全球酒类零售市场总体情况分析

- 一、全球酒类零售行业的发展概况及特点
- 二、全球酒类零售市场结构
- 三、全球酒类零售行业竞争格局

四、全球酒类零售市场区域分布

第二节 主要国家酒类零售发展情况

一、美国酒类零售发展现状

二、日本酒类零售发展现状

三、英国酒类零售发展现状

第三节 国外酒类零售经营特征

一、连锁化程度分析

二、营销手段分析

三、服务功能分析

第四节 酒类零售业态分析

一、超市

二、百货

三、专卖

四、购物中心

第二部分 行业深度分析

第四章 中国酒类零售行业运行现状分析

第一节 中国酒类零售行业发展现状分析

一、行业发展阶段

二、行业发展总体概况

三、行业发展特点分析

四、行业发展存在的问题分析

五、行业问题解决建议

第二节 行业零售渠道变化趋势

一、营销渠道扁平化

二、终端渠道规模化

三、零售渠道品牌化

四、营销模式多元化

第三节 2015-2019年酒类零售行业市场运行现状

一、行业市场规模分析

二、所属行业资产规模分析

三、行业市场发展特点

第四节 2015-2019年酒类零售行业经营情况

一、行业销售量

二、行业销售额

三、行业利润总额

第五节 2015-2019年中国酒类零售行业企业分析

一、企业数量变化分析

二、不同规模企业结构分析

三、不同所有制企业结构分析

四、从业人员数量分析

第六节 我国酒类零售市场价格走势分析

一、酒类零售市场定价机制组成

二、酒类零售市场价格影响因素

三、酒类零售价格走势分析

四、2022-2028年酒类零售价格走势预测

第五章 2022-2028年我国酒类市场供需形势分析

第一节 酒类行业生产分析

一、产品及原材料进口、自有比例

二、国内产品及原材料生产基地分布

三、产品及原材料产业集群发展分析

四、原材料产能情况分析

第二节 我国酒类市场供需分析

一、我国酒类行业供给情况

1、我国酒类产品产量分析

2012年末以后，鉴于系列限制三公消费的政策及举措落地、塑化剂事件冲击等，白酒行业前期积累的产能过剩、社会库存过大等问题快速爆发，行业进入调整期，全行业产量增速大幅下滑，但我国规模以上白酒企业的产量直至2016年仍保持了正向增长，达1358万千升。经过前期深度调整以及消费升级推动，分化发展成为2016年以来白酒行业的总体特征，落后产能持续出清，白酒行业整体产量持续减少。2015-2020Q1白酒产量及趋势

数据来源：公开资料整理

2、我国酒类产品产量结构分析

二、我国酒类行业需求情况

1、酒类行业需求市场

2、酒类行业客户结构

3、酒类行业需求的地区差异

三、我国酒类行业供需平衡分析

第三节 酒类市场需求预测

一、酒类应用市场总体需求结构分析

二、2022-2028年白酒需求规模预测

三、2022-2028年葡萄酒需求规模预测

四、2022-2028年黄酒需求规模预测

五、2022-2028年啤酒需求规模预测

第六章 酒类消费者行为分析

第一节 消费主体分析

一、消费者年龄结构分析

二、消费者性别比例分析

三、消费者收入水平分析

四、消费者职业结构分析

五、消费者学历水平分析

第二节 消费者行为影响因素

一、节假日

二、自身需求

三、他用

第三节 消费者购买产品分析

一、产品价格区间分析

二、产品种类及结构

三、产品品牌结构

第四节 消费者购买产品用途

一、自己饮用或待客

二、送礼

三、收藏

第五节 消费者购买关注因素分析

- 一、品牌知名度
- 二、产品价格
- 三、产品效果及功能
- 四、售后服务

第三部分 市场全景调研

第七章 不同种类酒类零售市场分析

第一节 白酒零售市场分析

- 一、零售总额分析
- 二、零售渠道及市场结构
- 三、线上零售占比变化趋势
- 四、主要品牌竞争格局分析
- 五、零售模式发展趋势

第二节 葡萄酒零售市场分析

- 一、零售总额分析
- 二、零售渠道及市场结构
- 三、线上零售占比变化趋势
- 四、主要品牌竞争格局分析
- 五、零售模式发展趋势

第三节 啤酒零售市场分析

- 一、零售总额分析
- 二、零售渠道及市场结构
- 三、线上零售占比变化趋势
- 四、主要品牌竞争格局分析
- 五、零售模式发展趋势

第四节 其他酒类零售市场分析

- 一、调味酒零售市场分析
- 二、酒饮料零售市场分析

第八章 不同零售渠道酒类零售市场分析

第一节 百货商场酒类零售情况分析

- 一、酒类零售占总收入比重分析

二、酒类结构分析

三、主要消费人群

四、渠道优劣势分析

五、零售额提升策略

第二节 商超酒类零售情况分析

一、酒类零售占总收入比重分析

二、酒类结构分析

三、主要消费人群

四、渠道优劣势分析

五、零售额提升策略

第三节 便利店酒类零售情况分析

一、酒类零售占总收入比重分析

二、酒类结构分析

三、主要消费人群

四、渠道优劣势分析

五、零售额提升策略

第四节 酒类批发市场酒类零售情况分析

一、酒类零售占总收入比重分析

二、酒类结构分析

三、主要消费人群

四、渠道优劣势分析

五、零售额提升策略

第五节 酒店酒类零售情况分析

一、酒类零售占总收入比重分析

二、酒类结构分析

三、主要消费人群

四、销售策略分析

五、零售额提升策略

第六节 电商酒类零售情况分析

一、酒类零售占总收入比重分析

二、酒类结构分析

三、主要消费人群

四、销售策略分析

五、零售额提升策略

第七节 微商酒类零售情况分析

一、酒类零售占总收入比重分析

二、酒类结构分析

三、主要消费人群

四、销售策略分析

五、零售额提升策略

第四部分 行业竞争格局

第九章 酒类零售所属行业区域市场分析

第一节 华北地区

一、华北酒类零售行业发展概况

二、华北酒类零售店数量

三、华北酒类主要零售产品结构

四、华北酒类零售行业市场规模

五、华北酒类零售行业发展前景分析

第二节 东北地区

一、东北酒类零售行业发展概况

二、东北酒类零售店数量

三、东北酒类主要零售产品结构

四、东北酒类零售行业市场规模

五、东北酒类零售行业发展前景分析

第三节 华中地区

一、华中酒类零售行业发展概况

二、华中酒类零售店数量

三、华中酒类主要零售产品结构

四、华中酒类零售行业市场规模

五、华中酒类零售行业发展前景分析

第四节 华东地区

一、华东酒类零售行业发展概况

二、华东酒类零售店数量

- 三、华东酒类主要零售产品结构
- 四、华东酒类零售行业市场规模
- 五、华东酒类零售行业发展前景分析

第五节 华南地区

- 一、华南酒类零售行业发展概况
- 二、华南酒类零售店数量
- 三、华南酒类主要零售产品结构
- 四、华南酒类零售行业市场规模
- 五、华南酒类零售行业发展前景分析

第六节 西北地区

- 一、西北酒类零售行业发展概况
- 二、西北酒类零售店数量
- 三、西北酒类主要零售产品结构
- 四、西北酒类零售行业市场规模
- 五、西北酒类零售行业发展前景分析

第七节 西南地区

- 一、西南酒类零售行业发展概况
- 二、西南酒类零售店数量
- 三、西南主要零售产品结构
- 四、西南酒类零售行业市场规模
- 五、西南酒类零售行业发展前景分析

第十章 酒类零售行业竞争分析

第一节 行业五力模型分析

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 行业SWOT分析

- 一、行业发展优势
- 二、行业发展劣势

三、行业发展机会

四、行业发展威胁

第三节 酒类零售行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第四节 中国酒类零售行业竞争格局综述

一、行业品牌竞争格局

二、行业企业竞争格局

三、行业产品竞争格局

第十一章 酒类零售行业领先企业分析

第一节 壹玖壹玖酒类平台科技股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营情况分析

三、企业产品市场结构

四、企业销售渠道分析

五、企业营销模式分析

六、企业发展动态分析

第二节 华致酒行连锁管理股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营情况分析

三、企业产品市场结构

四、企业销售渠道分析

五、企业营销模式分析

六、企业发展动态分析

第三节 河南酒便利商业股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营情况分析

三、企业产品市场结构

四、企业销售渠道分析

五、企业营销模式分析

六、企业发展动态分析

第四节 上海放心酒业连锁有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营情况分析

三、企业产品市场结构

四、企业销售渠道分析

五、企业营销模式分析

六、企业发展动态分析

第五节 武汉永利行酒业有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营情况分析

三、企业产品市场结构

四、企业销售渠道分析

五、企业营销模式分析

六、企业发展动态分析

第六节 名品世家酒业连锁股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营情况分析

三、企业产品市场结构

四、企业销售渠道分析

五、企业营销模式分析

六、企业发展动态分析

第七节 中酒时代酒业（北京）有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营情况分析

三、企业产品市场结构

四、企业销售渠道分析

五、企业营销模式分析

六、企业发展动态分析

第八节 酒老板（上海）企业发展有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营情况分析

三、企业产品市场结构

四、企业销售渠道分析

五、企业营销模式分析

六、企业发展动态分析

第九节 福建泉州酒立方酒业有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营情况分析

三、企业产品市场结构

四、企业销售渠道分析

五、企业营销模式分析

六、企业发展动态分析

第十节 黑龙江华龙酒直达供应链管理股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营情况分析

三、企业产品市场结构

四、企业销售渠道分析

五、企业营销模式分析

六、企业发展动态分析

第五部分 投资发展前景

第十二章 2022-2028年酒类零售行业投资发展前景

第一节 中国酒类零售行业投资特性分析

一、行业进入壁垒分析

二、行业盈利模式分析

三、影响行业的盈利因素分析

第二节 2015-2019年酒类零售行业投资情况分析

一、投资规模分析

二、投资热点分析

三、重点投资区域分析

第三节 2022-2028年酒类零售行业投资机会分析

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

第四节 2022-2028年酒类零售行业发展趋势及前景

一、酒类零售行业发展趋势分析

1、品类强分化

2、品牌强分化

3、酒商强分化

二、2022-2028年酒类零售行业零售额预测

三、2022-2028年酒类零售行业市场规模预测

第五节 中国酒类零售行业投资风险

一、行业政策险

二、行业关联产业风险

三、行业技术风险

四、行业其他风险

第十三章 酒类零售行业投资发展战略研究

第一节 酒类零售行业竞争战略研究

一、成本领先战略

二、蓝海战略

三、差异化战略

四、品牌经营战略

五、目标集聚战略

六、成本领先和目标集聚混合战略

第二节 对我国酒类零售行业品牌的战略思考

一、品牌的重要性

二、实施品牌战略的意义

三、企业品牌的现状分析

四、企业的品牌战略

五、品牌战略管理的策略

第三节 酒类零售行业投资战略及建议

一、2022-2028年企业投资战略

二、2022-2028年行业投资方式建议

三、2022-2028年行业投资方向建议

部分图表目录：

图表：酒类零售行业产品的分类结构

图表：酒类零售行业成长周期图

图表：2019年GDP初步核算数据

图表：GDP环比和同比增长速度

图表：2015-2019年我国GDP季度累计增长图

图表：2019年我国消费价格指数增长趋势图

图表：2019年我国居民人均收入情况

图表：2015-2019年我国居民恩格尔系数情况

图表：2019年我国居民可支配收入情况

图表：2019年我国对外贸易进出口情况

图表：酒类零售行业全球市场规模

图表：2019年酒类零售行业区域集中度

图表：2019年酒类零售行业企业集中度

图表：2019年酒类零售行业市场集中度

图表：2015-2019年行业市场结构

图表：2015-2019年酒类零售行业企业数量

图表：2022-2028年酒类零售行业市场规模预测

图表：2022-2028年酒类零售行业销售收入预测

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202204/280785.html>