

## 中国互联网+白酒行业商业模式创新与投资机会深度研究报告

## 目 录

## CONTENTS

## 第1章：中国白酒行业转型升级必然性分析

## 1.1 传统白酒行业陷入低迷期分析

- 1.1.1 全球经济增速放缓
- 1.1.2 国内产业结构调整
- 1.1.3 传统渠道效率低下
  - (1) 白酒行业产业链简析
  - (2) 白酒行业流通链分析
  - (3) 白酒行业流通渠道问题
  - (4) 白酒行业“互联网+”渠道优势

## 1.2 白酒行业发展趋势倒逼行业转型

- 1.2.1 强势龙头品牌击垮非龙头品牌
- 1.2.2 未来5年白酒电商消费渠道将快速发展
- 1.2.3 预调酒行业年复合增长率或达到50-60%

## 1.3 互联网思维对白酒行业重构

- 1.3.1 组织重构
- 1.3.2 消费者重构
- 1.3.3 产品重构
- 1.3.4 品牌重构
- 1.3.5 传播重构

## 第2章：“互联网+”时代中国白酒行业发展空间

## 2.1 白酒行业发展现状分析

- 2.1.1 白酒行业发展特点分析
- 2.1.2 白酒行业市场规模分析
  - (1) 白酒行业产量规模分析
  - (2) 白酒行业收入规模分析
- 2.1.3 白酒行业经营效益分析
  - (1) 白酒行业盈利能力分析
  - (2) 白酒行业运营能力分析
  - (3) 白酒行业偿债能力分析
  - (4) 白酒行业发展能力分析
- 2.1.4 白酒行业供需平衡分析
  - (1) 白酒行业供给分析
  - (2) 白酒行业需求分析

## 2.2 白酒行业互联网发展情况

- 2.2.1 白酒行业互联网发展规模
- 2.2.2 白酒行业互联网渗透率分析
- 2.2.3 白酒行业互联网发展特点

## 2.3 互联网白酒行业发展前景

- 2.3.1 传统白酒行业发展前景预测
- 2.3.2 互联网白酒行业发展前景预测
- 2.3.3 互联网白酒行业发展趋势分析

## 第3章：“互联网+”时代白酒行业运营模式分析

## 3.1 互联网白酒行业B2B运营模式

- 3.1.1 互联网白酒行业B2B市场概况
- 3.1.2 互联网白酒行业B2B市场规模
- 3.1.3 互联网白酒行业B2B盈利模式
- 3.1.4 互联网白酒行业B2B物流模式
- 3.1.5 互联网白酒行业B2B运营模式方向

## 3.2 互联网白酒行业B2C运营模式

- 3.2.1 互联网白酒行业B2C市场概况
- 3.2.2 互联网白酒行业B2C市场规模

- 3.2.3 互联网白酒行业B2C盈利模式
- 3.2.4 互联网白酒行业B2C物流模式
- 3.2.5 互联网白酒行业B2C运营模式方向

### 3.3 互联网白酒行业C2C运营模式

- 3.3.1 互联网白酒行业C2C市场概况
- 3.3.2 互联网白酒行业C2C市场规模
- 3.3.3 互联网白酒行业C2C盈利模式
- 3.3.4 互联网白酒行业C2C物流模式
- 3.3.5 互联网白酒行业C2C运营模式方向

### 3.4 互联网白酒行业O2O运营模式

- 3.4.1 互联网白酒行业O2O市场概况
- 3.4.2 互联网白酒行业O2O市场规模
- 3.4.3 互联网白酒行业O2O盈利模式
- 3.4.4 互联网白酒行业O2O物流模式
- 3.4.5 互联网白酒行业O2O运营模式方向

## 第4章：白酒企业切入互联网路径与模式选择

### 4.1 白酒企业切入互联网路径

- 4.1.1 垂直平台类白酒电商
  - (1) 垂直平台类电商业系统结构
  - (2) 垂直平台类白酒电商盈利模式
  - (3) 垂直平台类白酒电商运营成本
  - (4) 垂直平台类白酒电商经营风险
  - (5) 垂直平台类白酒电商优劣势分析
- 4.1.2 垂直自营类白酒电商
  - (1) 垂直自营类电商业系统结构
  - (2) 垂直自营类白酒电商盈利模式
  - (3) 垂直自营类白酒电商运营成本
  - (4) 垂直自营类白酒电商经营风险
  - (5) 垂直自营类白酒电商优劣势分析
- 4.1.3 白酒企业利用第三方平台
  - (1) 白酒企业利用第三方平台的优势
  - (2) 白酒企业利用第三方平台运营成本
  - (3) 白酒企业利用第三方平台运营策略

### 4.2 白酒企业切入互联网模式选择

- 4.2.1 白酒企业市场定位分析
- 4.2.2 白酒企业产品及业务
- 4.2.3 白酒企业切入互联网战略

## 第5章：“互联网+”时代白酒企业突围策略分析

### 5.1 重视目标消费群体

- 5.1.1 企业目标群体确立
- 5.1.2 企业消费群体分析
- 5.1.3 打造高契合度产品

### 5.2 重视渠道与营销

- 5.2.1 白酒企业进行微信营销
  - (1) 微信用户行为及营销现状
  - (2) 微信主要营销模式分析
  - (3) 白酒企业微信营销案例
- 5.2.2 白酒企业进行APP营销
  - (1) APP用户体验分析
  - (2) APP营销模式分析
  - (3) 白酒企业APP营销案例
- 5.2.3 白酒企业进行微博营销
  - (1) 微博用户行为及营销现状
  - (2) 微博主要营销模式分析
  - (3) 白酒企业微博营销案例

## 第6章：白酒企业融入互联网优秀案例分析

### 6.1 白酒企业融入互联网类型分析

### 6.2 白酒企业融入互联网典型案例

- 6.2.1 五粮液

- (1) 企业发展基本情况
  - (2) 企业主营产品分析
  - (3) 企业经营效益分析
  - (4) 企业品牌格局分析
  - (5) 企业互联网转型分析
    - 1) 企业自营网站
    - 2) 企业合作平台
  - (6) 企业线上线下融合
- 6.2.2 青青稞酒
- (1) 企业发展基本情况
  - (2) 企业主营产品分析
  - (3) 企业经营效益分析
  - (4) 企业品牌格局分析
  - (5) 企业互联网转型分析
    - 1) 企业管理基础
    - 2) 企业平台基础
    - 3) 企业数据驱动
    - 4) 企业未来方向
    - 5) 企业自营网站
  - (6) 企业线上线下融合
- 6.2.3 山西汾酒
- (1) 企业发展基本情况
  - (2) 企业主营产品分析
  - (3) 企业经营效益分析
  - (4) 企业品牌格局分析
  - (5) 企业互联网转型分析
    - 1) 企业自营网站
    - 2) 企业合作平台
  - (6) 企业线上线下融合
- 6.2.4 古井贡酒
- (1) 企业发展基本情况
  - (2) 企业主营产品分析
  - (3) 企业经营效益分析
  - (4) 企业品牌格局分析
  - (5) 企业互联网转型分析
    - 1) 企业自营网站
    - 2) 企业合作平台
  - (6) 企业线上线下融合
- 6.2.5 洋河
- (1) 企业发展基本情况
  - (2) 企业主营产品分析
  - (3) 企业经营效益分析
  - (4) 企业品牌格局分析
  - (5) 企业互联网转型分析
    - 1) 企业自营网站
    - 2) 企业合作平台
  - (6) 企业线上线下融合
- 6.2.6 茅台集团
- (1) 企业发展基本情况
  - (2) 企业主营产品分析
  - (3) 企业品牌格局分析
  - (4) 企业首次触“电”分析
  - (5) 企业互联网发展战略
  - (6) 企业互联网发展效益
- 6.2.7 泸州老窖三人炫
- (1) 企业发展基本情况
  - (2) 企业主营产品分析
  - (3) 企业品牌格局分析
  - (4) 企业互联网发展战略

- (5) 企业互联网发展效益
- 6.2.8 一九一九
  - (1) 企业发展基本情况
  - (2) 企业运营业态分析
    - 1) 1919酒类连锁超市
    - 2) 1919进口酒商店
    - 3) 1919商场店中店
    - 4) 1919酒类网上商场
    - 5) 1919战略合作配送商
  - (3) 企业经营效益分析
  - (4) 企业营销网络分析
  - (5) 企业销售品牌分析
  - (6) 企业电子商务分析
- 6.2.9 燃点酒业
  - (1) 企业发展基本情况
  - (2) 企业主营业务分析
  - (3) 企业品牌定位分析
  - (4) 企业互联网思维分析
  - (5) 企业互联网发展战略
  - (6) 企业互联网发展效益
- 6.2.10 酒便利
  - (1) 企业发展基本情况
  - (2) 企业主营业务分析
  - (3) 企业合作品牌分析
  - (4) 企业服务特色分析
  - (5) 企业互联网发展战略
  - (6) 企业互联网发展效益

## 图表目录

- 图表1: 白酒行业产业链图表
- 图表2: 白酒行业传统渠道与“互联网+”渠道之比较
- 图表3: 2015-2023年中国白酒行业产量及增长情况 (单位: 万千升, %)
- 图表4: 2015-2023年中国白酒行业销售收入 (单位: 万元, %)
- 图表5: 2018-2023年中国白酒行业盈利能力
- 图表6: 2018-2023年中国白酒行业盈利能力
- 图表7: 2018-2023年中国白酒行业盈利能力
- 图表8: 2018-2023年中国白酒行业盈利能力
- 图表9: 2018-2023年中国白酒行业工业总产值变化
- 图表10: 2018-2023年中国白酒行业销售产值变化
- 图表11: 2018-2023年中国白酒行业销售收入预测 (单位: 万元)
- 图表12: 2018-2023年中国互联网白酒行业销售收入预测 (单位: 万元)
- 图表13: 白酒企业微信营销模式
- 图表14: 白酒企业APP营销模式
- 图表15: 白酒企业微博营销模式
- 图表16: 五粮液公司基本发展情况
- 图表17: 五粮液公司产品结构分类
- 图表18: 2016-2023年五粮液公司营业收入变化 (单位: 万元)
- 图表19: 2016-2023年五粮液公司利润总额变化 (单位: 万元)
- 图表20: 青青稞酒基本情况介绍
- 图表21: 青青稞酒切入互联网O2O工具打造
- 图表22: 中酒时代结构布局
- 图表23: 山西汾酒基本发展情况
- 图表24: 山西汾酒产品结构分类
- 图表25: 2016-2023年山西汾酒公司营业收入变化 (单位: 万元)
- 图表26: 2016-2023年山西汾酒公司利润总额变化 (单位: 万元)

- 图表27: 古井贡酒公司基本发展情况
- 图表28: 古井贡酒公司产品结构分类
- 图表29: 2016-2023年古井贡酒公司营业收入变化 (单位: 万元)
- 图表30: 2016-2023年古井贡酒公司利润总额变化 (单位: 万元)
- 图表31: 江苏洋河酒厂股份有限公司基本发展情况
- 图表32: 江苏洋河酒厂股份有限公司产品结构分类
- 图表33: 2016-2023年江苏洋河酒厂股份有限公司营业收入变化 (单位: 万元)
- 图表34: 2016-2023年江苏洋河酒厂股份有限公司利润总额变化 (单位: 万元)
- 图表35: 茅台集团基本情况介绍
- 图表36: 泸州老窖基本情况简介
- 图表37: 泸州老窖三人炫互联网销量变化
- 图表38: 1919酒类直供基本情况简介
- 图表39: 燃点酒业基本情况简介
- 图表40: 酒便利基本情况简介

如需了解报告详细内容, 请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线: 400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件: [service@qianzhan.com](mailto:service@qianzhan.com)

或登录网站: <https://bg.qianzhan.com/>

我们会竭诚为您服务!