

# 2019酒类电商行业研究

看新零售之风如何吹醒传统酒行业？

Mob研究院出品

# 目录

CONTENTS



01. 序章：酒业市场概览

02. 『酒类电商』行业研究

03. 『酒类电商』典型企业研究

04. 『酒类电商』消费者大数据



# 01

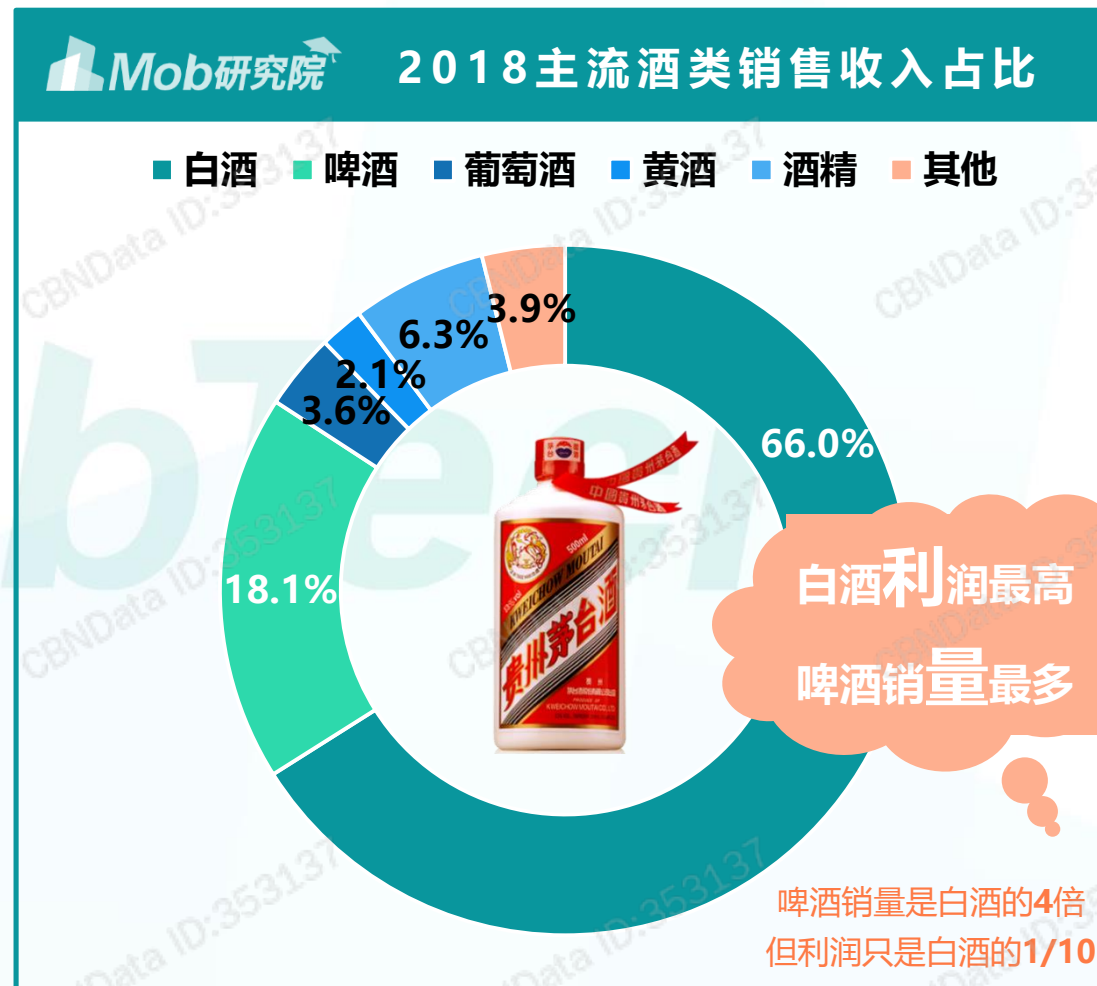
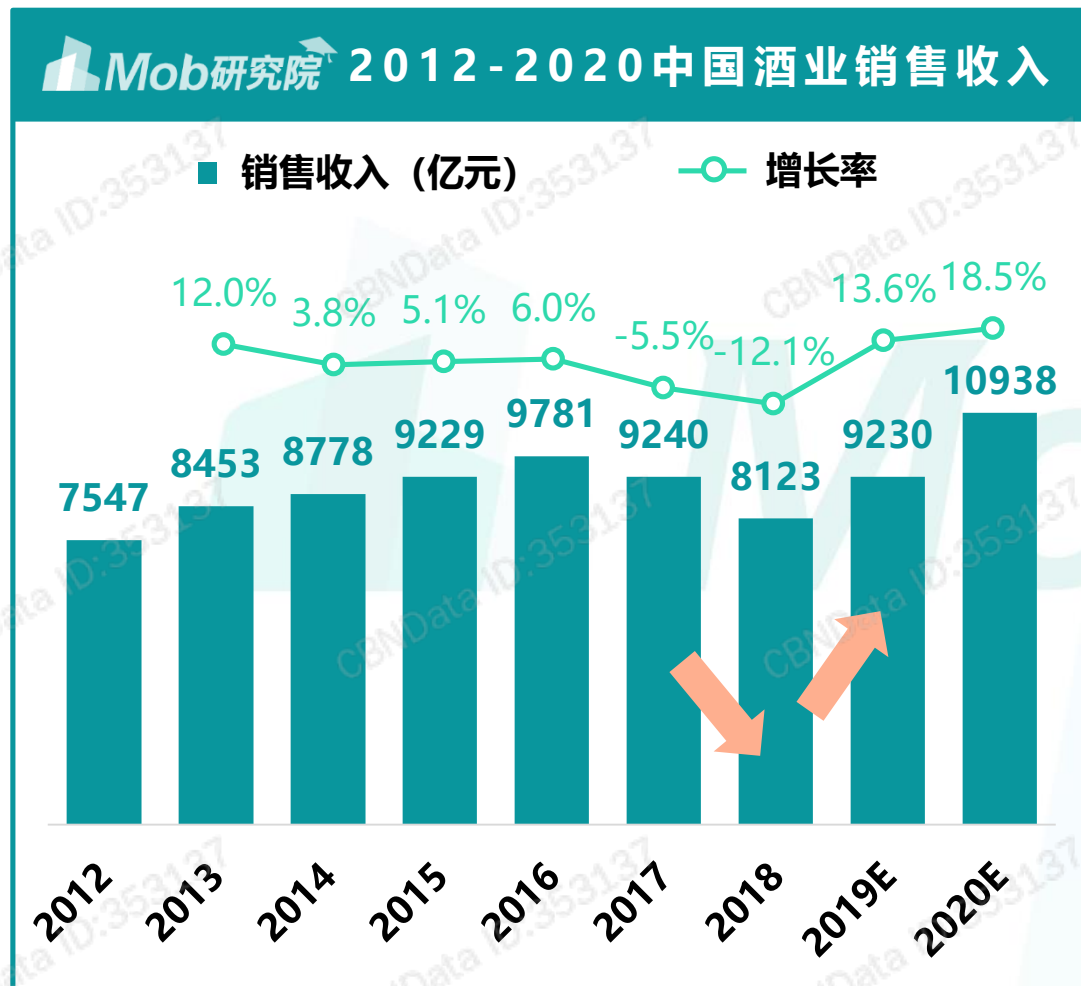


## 序章：酒业市场概览

Preface: Overview of Market

# 酒业市场规模：预计到2020年约有1.1万亿元

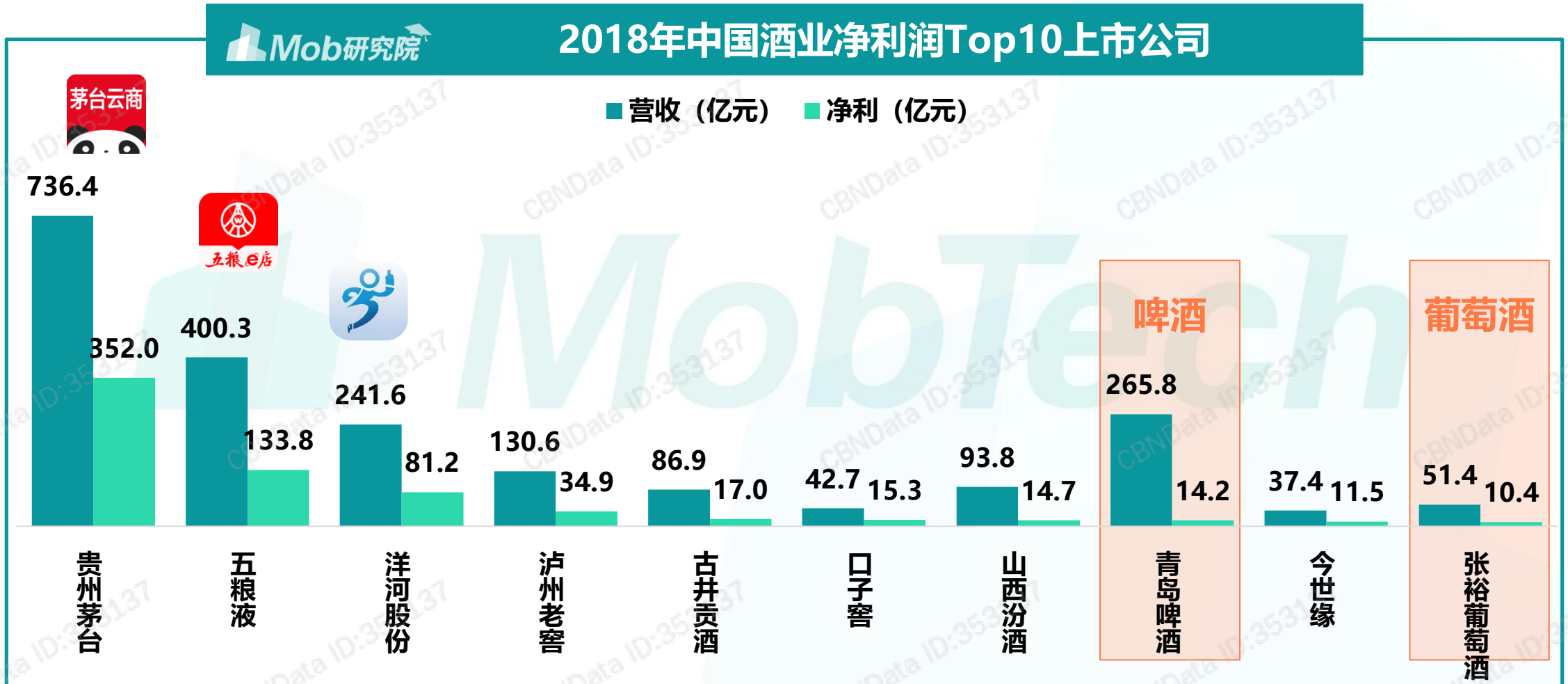
白酒、啤酒和葡萄酒占据酒业市场份额的近9成，其中白酒走“利”，啤酒走“量”



Source: 统计局, Mob研究院根据自有模型预测

# 酒业企业概况：白酒是中国酒业的支柱，“茅五洋”稳居第一梯队

净利TOP10的公司中，白酒企业占据8席，三家头部白酒酒企均有自建电商平台



Source: Mob研究院根据公开资料整理



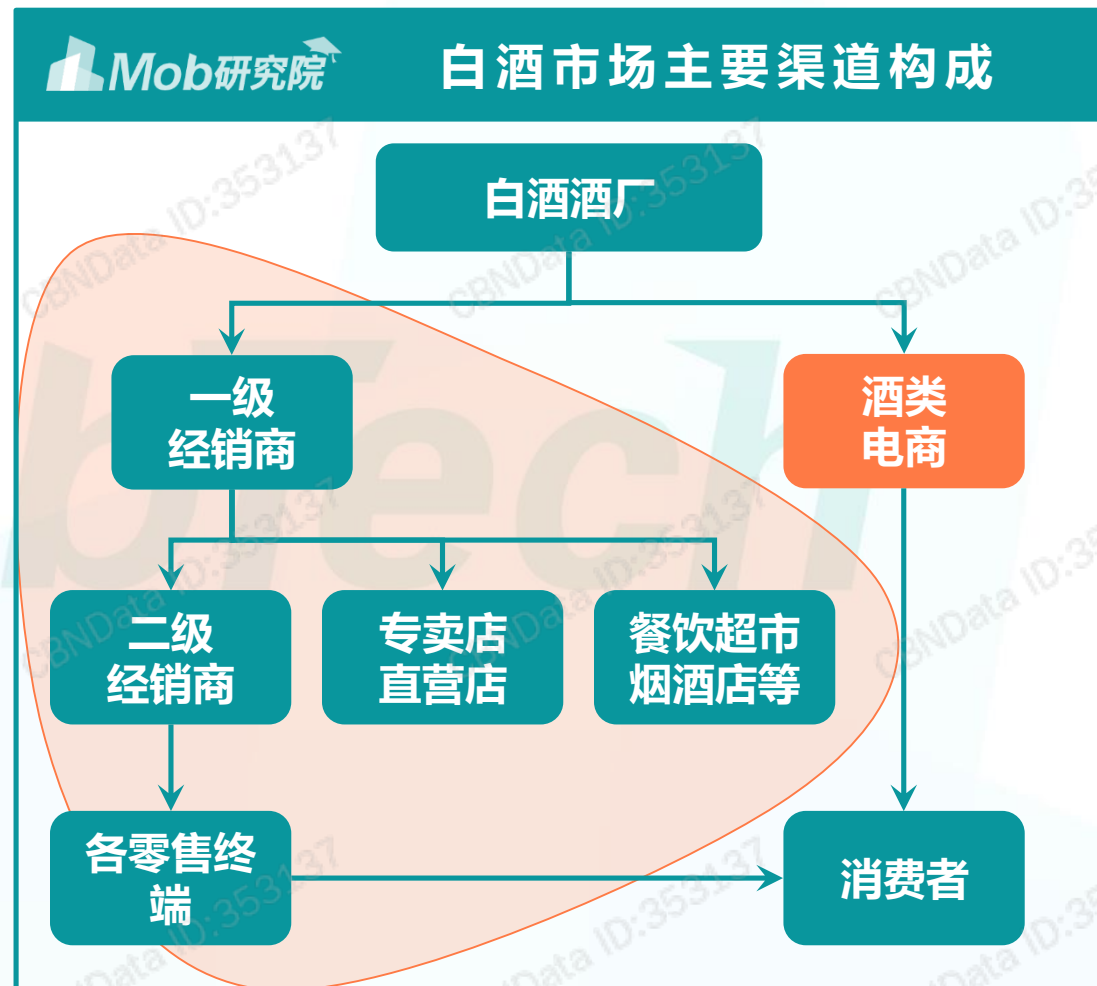
# 电商兴起契机：当白酒从高端消费品回归为大众消费品

三大原因导致白酒行业利润率下降，传统多层级的渠道体系受到冲击，电商成大势所趋



新一代年轻消费者的崛起

酒类进入多元化和个性化的大众消费时代





# 02



## 『酒类电商』行业研究

Industry Research Overview

# 『酒类电商』发展历程：酒类电商历经十年，走到新零售元年

行业从萌芽探索期到增长爆发期，再到成熟稳定期，历经十年，终于发展到新零售阶段

## 萌芽探索期

(2008-2013年)

### 具体内容：

- 垂直酒类电商涌现，懵懂发展，艰难培育市场，多方寻求合作，垂直酒类电商被认为是传统酒业的“闯局者”；
- 垂直酒类电商的去边界性，对传统酒企的价格体系发起挑战，**酒厂与酒类电商关系恶劣**；

### 行业大事件：

## 增长爆发期

(2013-2017年)



### 具体内容：

- 李克强总理提出“互联网+”，酒厂从反对、封杀电商到自己做电商，**电商成为酒类销售渠道的重要补充**；
- 白酒从高端消费品回归大众消费品，互联网定制酒模式出现，垂直酒类电商与酒厂开始探索双赢模式；
- 垂直酒类电商急需开拓新的增长点，综合电商平台（如天猫“双十一”）

## 成熟稳定期

(2018-2022年)

### 具体内容：

- **2018年，酒业新零售元年**；
- 酒类电商放弃拿利润搏流量思路，渴望与酒厂共生发展，**成为与KA、餐饮渠道并列的常规化渠道**；
- 双雄称霸格局已久，未来或发生动摇。**酒仙网**线上起家，扭亏为盈，但线下布局仍然道路漫漫；**1919**获阿里注资，线下扎根多年，资本+

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

[https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1\\_17000](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_17000)

