



2018年 白酒行业白皮书

社会化营销案例库
SOCIAL-MARKETING
CBNDData ID:353137

社会化营销案例库
SOCIAL-MARKETING
CBNDData ID:353137

社会化营销案例库
SOCIAL-MARKETING
CBNDData ID:353137

社会化营销案例库
SOCIAL-MARKETING
CBNDData ID:353137

社会化营销案例库
SOCIAL-MARKETING
CBNDData ID:353137

社会化营销案例库
SOCIAL-MARKETING
CBNDData ID:353137

CBND

社会化营销案例库
SOCIAL-MARKETING
CBNDData ID:353137

社会化营销案例库
SOCIAL-MARKETING
CBNDData ID:353137

社会化营销案例库
SOCIAL-MARKETING
CBNDData ID:353137

社会化营销案例库
SOCIAL-MARKETING
CBNDData ID:353137

社会化营销案例库
SOCIAL-MARKETING
CBNDData ID:353137

社会化营销案例库
SOCIAL-MARKETING
CBNDData ID:353137

- 在计划经济体制下，我国白酒产业发展速度较为缓慢。在改革开放后，特别是近三十年以来，我国白酒行业快速发展并取得了巨大成就。白酒产业在发展过程中呈现出“螺旋式上升”的特点，在经历一段时间的快速发展后，也会随着国家宏观经济发展周期和相关产业政策进入调整期。
- 2018年Q3销售额较去年同比上涨明显，其中，销售额排名第一的为贵州茅台，但其涨幅程度却相对较低；水井坊、汾酒和老白干的销售额涨幅均在40%以上，高增速带动次高端酒企发展。
- 白酒行业整体数据量13,013,936条，整体来看相关信息多为抽奖&广告类活动，其中，敏感信息占比为8.75%，可见相关信息传播较为积极、正向。生态体系数据量分布情况来看，相关信息主要集中在新浪体系。
- 从各白酒品牌的营销情况来看，微博抽奖活动、综艺节目赞助及影视剧中的广告植入可促进品牌知名度的提升。





行业概况



互联网大数据分析



行业内容营销数据分析



新浪用户研究

社会化营销案例库
SOCIAL-MOBILE-MARKETING
CBNData ID:353137

社会化营销案例库
SOCIAL-MOBILE-MARKETING
CBNData ID:353137

社会化营销案例库
SOCIAL-MOBILE-MARKETING
CBNData ID:353137

社会化营销案例库
SOCIAL-MOBILE-MARKETING
CBNData ID:353137

社会化营销案例库
SOCIAL-MOBILE-MARKETING
CBNData ID:353137

社会化营销案例库
SOCIAL-MOBILE-MARKETING
CBNData ID:353137

社会化营销案例库
SOCIAL-MOBILE-MARKETING
CBNData ID:353137

社会化营销案例库
SOCIAL-MOBILE-MARKETING
CBNData ID:353137

社会化营销案例库
SOCIAL-MOBILE-MARKETING
CBNData ID:353137

社会化营销案例库
SOCIAL-MOBILE-MARKETING
CBNData ID:353137

社会化营销案例库
SOCIAL-MOBILE-MARKETING
CBNData ID:353137

社会化营销案例库
SOCIAL-MOBILE-MARKETING
CBNData ID:353137

社会化营销案例库
SOCIAL-MOBILE-MARKETING
CBNData ID:353137

社会化营销案例库
SOCIAL-MOBILE-MARKETING
CBNData ID:353137

社会化营销案例库
SOCIAL-MOBILE-MARKETING
CBNData ID:353137

社会化营销案例库
SOCIAL-MOBILE-MARKETING
CBNData ID:353137

社会化营销案例库
SOCIAL-MOBILE-MARKETING
CBNData ID:353137

社会化营销案例库
SOCIAL-MOBILE-MARKETING
CBNData ID:353137

社会化营销案例库
SOCIAL-MOBILE-MARKETING
CBNData ID:353137

社会化营销案例库
SOCIAL-MOBILE-MARKETING
CBNData ID:353137

社会化营销案例库
SOCIAL-MOBILE-MARKETING
CBNData ID:353137

社会化营销案例库
SOCIAL-MOBILE-MARKETING
CBNData ID:353137

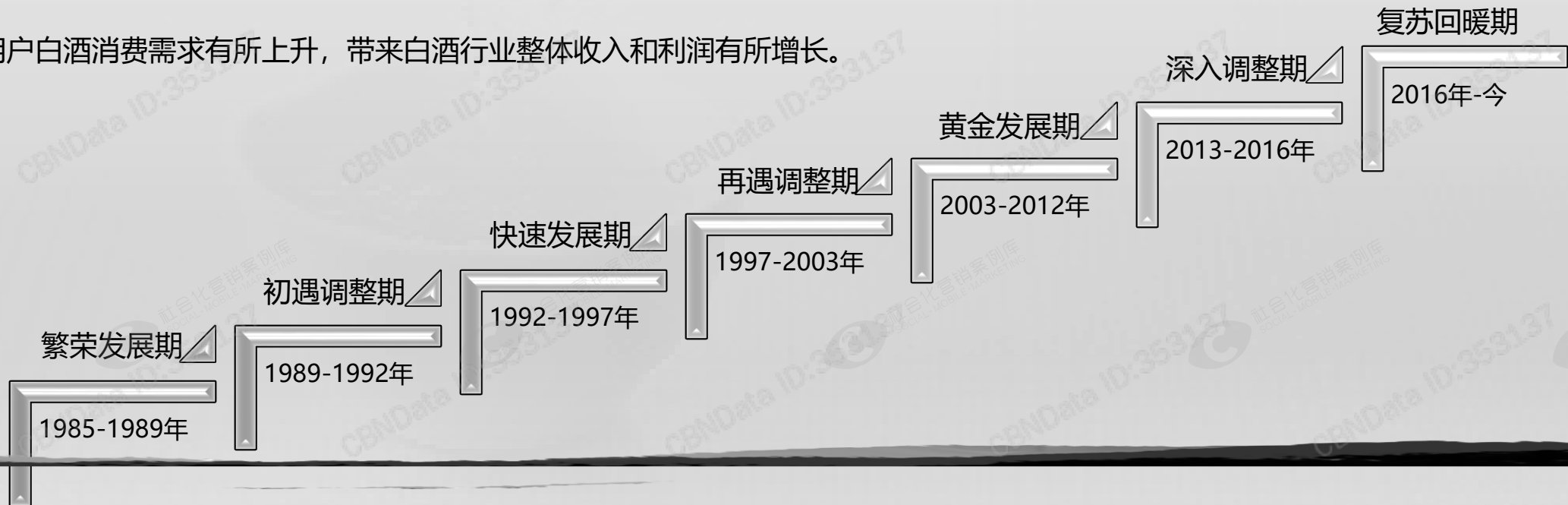
社会化营销案例库
SOCIAL-MOBILE-MARKETING
CBNData ID:353137

社会化营销案例库
SOCIAL-MOBILE-MARKETING
CBNData ID:353137



行业概况

- 繁荣发展期：白酒产业的供应量远不能满足我国居民的消费需求，为解决供求矛盾，国家按照“以放为主”的思路进行改革，不断减少价格控制，陆续放开了包括部分名酒在内的大多数农副产品购销价格，白酒行业进入市场化定价阶段。
- 初遇调整期：白酒行业产量依然保持较低增长，但增速明显下降，初次遇到调整。
- 快速发展期：白酒企业开始在竞争中着眼布局品牌形象和品牌价值，广告营销投入显著增加。
- 再遇调整期：1997年爆发的亚洲金融危机，使白酒行业在宏观环境上面临较大的经营挑战，为应对艰难局面，白酒企业主动开展生产经营模式创新。
- 黄金发展期：在宏观经济的快速增长带动下，白酒行业实现了十年的“黄金”发展期，白酒企业的销售收入及利润总额获得了快速增长。
- 深入调整期：商务消费和政务消费等消费情景受限，极大影响了高档白酒的销售，导致高档白酒产品的销量快速下降，价格体系受到较大冲击。消费需求在短期内快速下降，使得白酒行业存在的产能过剩矛盾凸显，行业进入深度调整期。
- 复苏回暖期：终端用户白酒消费需求有所上升，带来白酒行业整体收入和利润有所增长。



- 2018年前三个季度的销售额较2017年同比上涨，其中水井坊、汾酒及老白干上涨最多，上涨幅度均超过40%；而销售额在百亿以上的酒企不容乐观，五粮液涨幅排名仅在第三位，知名酒企贵州茅台的涨幅仅23.07%。

部分酒企Q1-Q3销售额对比

2017年		2018年		涨幅 (%)
品牌	营业收入 (单位: 亿元)	品牌	营业收入 (单位: 亿元)	
水井坊	14.70	水井坊	21.39	45.51
汾酒	48.60	汾酒	69.15	42.28
老白干	17.30	老白干	24.31	40.52
五粮液	219.80	五粮液	292.5	33.08
今世缘	23.90	今世缘	31.63	32.34
泸州老窖	72.80	泸州老窖	92.63	27.24
古井贡酒	53.40	古井贡酒	67.62	26.63
洋河	168.80	洋河	209.66	24.21
贵州茅台	424.50	贵州茅台	522.40	23.07
迎驾贡酒	21.80	迎驾贡酒	24.37	11.79

注：该表格按照酒企营业收入的涨幅程度，从高到低排列。

- 从行业形势看，随着“八项规定”、“六项禁令”等政策严格限制“三公消费”的政策出台，产业竞争加剧对弱小白酒企业的挤出效应。白酒行业未来增长趋势情况如下：

1、价值回归，白酒消费仍具潜力。

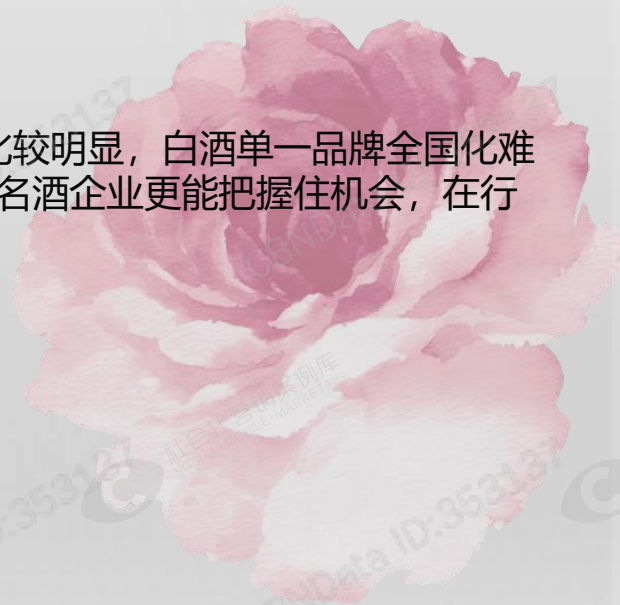
消费是经济增长的重要动力。随着高端白酒回归大众消费，人口周期和消费结构变化将是影响白酒行业发展的主要因素之一。

2、消费升级，产品创新升级加快。

伴随中国消费水平提升，特别是年轻消费群体的壮大直接推动了传统酒类消费的分化和裂变，酒类消费已进入到一个多元化和个性化的时代。为全方位地满足年轻人群、现代人群和特定人群的消费需求，跨品类新品和小酒品类新品不断推出。

3、行业集中度将进一步提高。

长期以来，白酒行业整体集中度显著偏低。除了中国白酒市场的集中度偏低之外，中国白酒消费的区域特征也比较明显，白酒单一品牌全国化难度较大，未来，白酒行业的集中度将进一步提高，白酒企业的分化态势也将继续。拥有较强品牌和渠道竞争优势的名酒企业更能把握住机会，在行业深度调整、挤压式竞争阶段迅速企稳，提升市场份额。



贰

互联网大数据 分析

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_17070

