



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2012-2016年中国高端白酒市场 分析与发展趋势研究报告

## 一、调研说明

《2012-2016年中国高端白酒市场分析与发展趋势研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/199292.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

除2008年受经济危机影响白酒产量增速有所下滑外，2006年以来白酒产量实现稳步增长，2010年销售增速达38.95%，2011年，我国规模以上白酒工业企业实现主营业务收入达3746.67亿元，同比增长40.25%；实现利润总额达571.59亿元，同比增长51.91%。从白酒行业产销量增速、收入和利润等各项数据来看，白酒行业继续保持了快速增长的态势。虽然国内经济增速有所放缓及市场对白酒行业景气持续有所担忧，但是从目前销量增速来看，2011年白酒行业销售增速基本锁定在25%左右的水平，预计白酒行业未来3-5年至少保持10%以上的销量增速，利润仍可有20-30%的增速，白酒行业景气度依然维持。

具体来看，以茅台、五粮液以及国窖1573等为主的超高端白酒供不应求，继续价量齐升，而以洋河蓝色经典系列、古井贡原浆酒系列、汾酒青花瓷等为主的中高端白酒继续保持更快增速、甚至翻番。超高端、中高端白酒的持续高速增长，原因在于，一是，我国白酒消费基础扎实，文化底蕴深厚，特别是随着我国地位的崛起，也必然伴随着白酒文化的繁盛；二是，在于国内经济依然保持活力，政、商务活跃，居民收入水平不断提高，并由此带来消费的不断升级；三是，橄榄型社会结构是发展的方向，特别是随着我国中产阶级的壮大，也必然带来白酒消费结构的升级，表现在近年中高端白酒的高速增长，这将是一个长期的过程。

预计2012年高档酒供不应求局面短期内难见明显改变的迹象，预计2012年一线白酒40%以上业绩增长。另外，随着2012年元旦和春节将近，白酒业每年此时都会进入“涨价通道”。高端与中高端或将迎来又一波涨价潮。

不过在行业形势一片大好的时候，我们也应关注行业存在的潜在风险：国内经济增速下滑导致白酒行业消费需求下降；政策风险，一方面由于信息不透明，公务消费的监管在国内难度大，但是近两年来受到民众的关注度大幅提升，管理层换届可能会对三公消费的监管更加严格，随着公务消费监管透明度的提高，公务商务消费增长放缓，此外，居民消费对销量拉动相对有限，届时高端白酒的高速增长态势将会回落；另一方面严禁醉驾及发改委限价令等政策对白酒行业的成长有所影响，未来白酒高速增长态势将受限。

艾凯数据研究中心发布的《2012-2016年中国高端白酒市场分析与发展趋势研究报告》共十四章，主要依据国家统计局、国家海关总署、国家发改委、国务院发展研究中心、中国食品工业协会、中国酿酒工业协会及白酒分会、中国产业研究报告网、国内外相关报刊杂志的基础信息。

本高端白酒行业报告，立足于白酒行业整体发展环境，对中国高端白酒行业及市场的发展情况、各区域市场、消费者和营销策略、竞争格局等进行了分析及预测，并对未来高端白酒行业发展的整体环境及发展趋势进行探讨和研判，最后在前面大量分析、预测的基础上，提

出了未来高端白酒企业应采取的战略措施，为高端白酒经营企业以及计划投资高端白酒行业的机构全面把握行业发展趋势、准确了解市场运行情况、正确制定企业竞争战略和投资策略提供决策依据。

## 报告目录

### 第一章 中国白酒行业发展概述

#### 第一节 中国白酒行业的分类与特性

##### 一、白酒的分类

##### 二、白酒香型介绍

##### 三、白酒行业的特征

#### 第二节 白酒的其他知识

##### 一、白酒的度及其测定方法

##### 二、白酒的勾兑和调味

##### 三、白酒的各种成分

#### 第三节 中国白酒行业发展历程与现状

##### 一、白酒行业发展的历程

##### 二、白酒酿造技术现状

##### 三、白酒行业发展现状

##### 四、白酒行业规模和地位

##### 五、中国白酒发展路径的9种深化

### 第二章 中国白酒行业运行情况分析

#### 第一节 中国白酒产业结构分析

##### 一、从白酒产量看行业结构

##### 二、从白酒销售收入、利税看行业结构

##### 三、从香型、酒度、酒质看行业结构

##### 四、从白酒企业数量及企业结构看行业结构

#### 第二节 2009年中国白酒行业运行情况分析

##### 一、2009年中国白酒行业运行情况

##### 二、2009白酒行业竞争格局分析

##### 三、2009年白酒营销关键词

#### 第三节 2010年中国白酒行业运行情况分析

- 一、2010年中国白酒行业运行情况
- 二、2010年中国白酒行业规模分析
- 三、2010年中国白酒行业资本劳动密集度
- 四、2010年中国白酒行业产销情况
- 五、2010年中国白酒行业成本费用结构
- 六、2010年中国白酒行业盈利情况
- 七、2010年中国白酒行业运营绩效

#### 第四节 2011年中国白酒行业运行情况分析

- 一、2011年我国白酒行业生产情况分析
- 二、2011年我国白酒行业盈利情况分析
- 三、2011年我国白酒行业价格情况分析
- 四、2011年我国白酒上市公司经营情况分析

#### 第五节 2009-2011年白酒产品产量分地区统计数据

- 一、2009年全国及重点省市白酒产量分析
- 二、2010年全国及重点省市白酒产量分析
- 三、2011年全国及重点省市白酒产量分析

#### 第六节 中国白酒行业存在的问题

- 一、中国白酒企业六大硬伤
- 二、中国白酒行业发展存在的问题
- 三、中国白酒行业自身的问题
- 四、中国白酒行业的发展对策
- 五、中国白酒品牌创新发展策略

### 第三章 2010-2011年中国白酒制造业经济运行数据分析

#### 第一节 2010-2011年全国白酒制造业主要经济指标

- 一、2010年全国白酒制造业主要经济指标
- 二、2011年全国白酒制造业主要经济指标

#### 第二节 2010-2011年全国及各省市白酒制造业产销数据分析

- 一、2010年全国及各省市白酒制造业产销数据分析
- 二、2011年全国及各省市白酒制造业产销数据分析

#### 第三节 2010-2011年全国及各省市白酒制造业资产负债分析

- 一、2010年全国及各省市白酒制造业资产负债分析

## 二、2011年全国及各省市白酒制造业资产负债分析

### 第四节 2010-2011年全国及中国各省市白酒制造业行业规模分析

#### 一、2010年全国及各省市白酒制造业行业规模分析

#### 二、2011年全国及各省市白酒制造业行业规模分析

### 第五节 2010-2011年全国及各省市白酒制造业盈利能力分析

#### 一、2010年全国及各省市白酒制造业盈利能力分析

#### 二、2011年全国及各省市白酒制造业盈利能力分析

## 第四章 中国白酒市场分析

### 第一节 中国白酒市场状况分析

#### 一、2011年中国白酒市场发展特征

#### 二、2011年白酒市场涨价情况分析

#### 三、2011年中国白酒出口市场分析

#### 四、2012年酒价仍有较大上涨空间

### 第二节 高端白酒市场分析及预测

#### 一、2011高档白酒市场价格走势分析

#### 二、高端白酒的消费特征

#### 三、高端白酒市场预测

### 第三节 中档白酒市场分析

#### 一、中档酒将成激烈争夺领域

#### 二、中档酒市场发展特点分析

#### 三、中低端白酒增长成亮点

#### 四、中低端白酒市场价格走势

### 第四节 中国白酒终端市场的运作解析

#### 一、产品选择和客户管理

#### 二、公关和培训

#### 三、促销和服务客户

#### 四、激励政策和物流管理

#### 五、理货管理和回款管理

### 第五节 中国白酒市场的同质化现象

#### 一、浓香型白酒占据较大市场份额

#### 二、品牌泛滥导致名酒形象淡化

- 三、价格体系紊乱及终端不良竞争加剧
- 四、白酒外包装雷同及广告宣传浮夸
- 五、白酒市场发展方向与消费需求脱节

## 第五章 中国白酒分区域市场分析

### 第一节 华北地区高端白酒市场

- 一、华北市场概述
- 二、北京白酒市场
- 三、天津白酒市场
- 四、河北白酒市场
- 五、山西白酒市场
- 六、内蒙古白酒市场

### 第二节 华东地区高端白酒市场

- 一、华东地区市场概述
- 二、上海白酒市场
- 三、山东白酒市场
- 四、江苏白酒市场
- 五、浙江白酒市场
- 六、安徽白酒市场
- 七、江西白酒市场
- 八、福建白酒市场

### 第三节 华南地区高端白酒市场

- 一、华南市场概述
- 二、广东白酒市场
- 三、广西白酒市场
- 四、海南白酒市场

### 第四节 华中地区高端白酒市场

- 一、华中市场概述
- 二、河南白酒市场
- 三、湖南白酒市场
- 四、湖北白酒市场

### 第五节 东北地区高端白酒市场

## 一、东北地区概述

## 二、黑龙江白酒市场

## 三、吉林白酒市场

## 四、辽宁白酒市场

## 第六节 西北地区高端白酒市场

### 一、西北地区市场概述

### 二、陕西白酒市场

### 三、甘肃白酒市场

## 第七节 西南地区高端白酒市场

### 一、西南市场概述

### 二、四川白酒市场

### 三、重庆白酒市场

### 四、贵州白酒市场

### 五、云南白酒市场

## 第六章 白酒消费者分析

### 第一节 白酒消费需求分析

#### 一、白酒消费主流及趋势分析

#### 二、现阶段我国高端白酒消费特点

#### 三、2011年我国白酒市场销量分析

#### 四、白酒市场状况与潜在消费需求分析

### 第二节 白酒消费者购买行为分析

#### 一、白酒消费者购买行为类型分析

#### 二、白酒消费者购买动机分析

#### 三、白酒消费者购买方式分析

#### 四、白酒消费者购买目分析

#### 五、白酒消费者对广告促销的态度分析

### 第三节 "80后"白酒消费群体分析

#### 一、"80后"未来的主流消费群体

#### 二、"80后"群体的消费特征分析

#### 三、针对"80后"群体白酒企业的创新策略

### 第四节 白酒消费行为的价值体现及营销启示



- 一、白酒消费行为特点
- 二、白酒消费行为的价值体现
- 三、白酒消费行为价值体现的营销启示

## 第七章 白酒营销策略分析

### 第一节 2011年白酒的需求特质与渠道

- 一、2011年白酒的需求特质
- 二、需求特质影响下的白酒营销模式、渠道方式
- 三、需求特质与白酒企业的战略选择

### 第二节 白酒营销形势分析

- 一、白酒营销模式及其发展趋势
- 二、中国白酒营销的四种形式
- 三、白酒营销的分层化趋势

### 第三节 白酒营销渠道分析

- 一、白酒终端现状与策略分析
- 二、电子商务对白酒营销渠道的发展

### 第四节 白酒营销策略分析

- 一、白酒营销规律分析
- 二、白酒淡季营销策略分析
- 三、白酒企业促销攻略
- 四、白酒企业三、四级市场攻略
- 五、白酒价格营销策略分析
- 六、高端白酒招商策略

### 第五节 白酒广告策略分析

### 第六节 中国白酒市场的分层化营销分析

- 一、分层营销终结盘中盘模式
- 二、高档酒营销产地化
- 三、低档酒营销大市场化
- 四、中档酒区域化布局及产地化加市场化营销

## 第八章 白酒行业竞争状况分析

### 第一节 白酒市场竞争特点

- 一、中档酒是新生白酒品牌的最佳立足空间
- 二、渠道价值仍然不可低估
- 三、餐饮终端是酒类产品的竞争焦点
- 四、促销方式以单纯产品促销为主
- 五、地域市场品牌仍占消费主流
- 六、商务用酒的消费比例

## 第二节 当前白酒行业竞争格局

- 一、中国白酒行业集中度分析
- 二、2011年业外资本积极涌入
- 三、高端白酒行业竞争格局
- 四、浓香型高端白酒竞争格局
- 五、未来5年中国白酒市场竞争加剧

## 第三节 中国白酒品牌生存发展情况分析

- 一、品牌格局
- 二、品牌发展战略
- 三、品牌发展趋势

## 第四节 高端白酒行业竞争趋势分析

- 一、2011年高端白酒行业竞争趋势
- 二、品牌决定未来格局
- 三、白酒行业市场竞争中的四大关键因素

# 第九章 白酒替代品行业竞争分析

## 第一节 啤酒行业

- 一、2011年全球啤酒销量分析
- 二、2011年我国啤酒产量分析
- 三、2012年中国啤酒业展望

## 第二节 葡萄酒行业

- 一、2011年中国葡萄酒产量
- 二、2011中国葡萄酒进口市场分析
- 三、2011年中国葡萄酒消费量
- 四、2012年中国葡萄酒业展望

## 第三节 黄酒行业

一、2011年黄酒行业发展分析

二、2012年中国黄酒行业展望

#### 第四节 保健酒行业

一、保健酒发展分析

二、中国保健酒行业发展趋势

#### 第五节 烈性洋酒在中国的发展

一、2011年国人境外消费洋酒情况

二、高端洋酒品牌的中国式营销

### 第十章 中国白酒重点企业分析

#### 第一节 五粮液

一、公司概况

二、2010年企业经营情况分析

三、2011年企业经营情况分析

四、2010-2011年企业财务数据分析

五、2012年公司发展展望及策略

#### 第二节 贵州茅台

一、公司概况

二、2010年企业经营情况分析

三、2011年企业经营情况分析

四、2010-2011年企业财务数据分析

五、2012年公司发展展望及策略

#### 第三节 泸州老窖股份有限公司

一、公司概况

二、2010年企业经营情况分析

三、2011年企业经营情况分析

四、2010-2011年企业财务数据分析

五、2012年公司发展展望及策略

#### 第四节 四川水井坊股份有限公司

一、公司概况

二、2010年企业经营情况分析

三、2011年企业经营情况分析

四、2010-2011年企业财务数据分析

五、2012年公司发展展望及策略

#### 第五节 四川沱牌舍得酒业股份有限公司

一、公司概况

二、2010年企业经营情况分析

三、2011年企业经营情况分析

四、2010-2011年企业财务数据分析

五、2012年公司发展展望及策略

#### 第六节 山西杏花村汾酒集团有限责任公司

一、公司概况

二、2010年企业经营情况分析

三、2011年企业经营情况分析

四、2010-2011年企业财务数据分析

五、2011年公司发展展望及策略

#### 第七节 安徽古井贡酒股份有限公司

一、公司概况 358

二、2010年企业经营情况分析

三、2011年企业经营情况分析

四、2010-2011年企业财务数据分析

五、2012年公司发展展望及策略

#### 第八节 酒鬼酒股份有限公司

一、公司概况

二、2010年企业经营情况分析

三、2011年企业经营情况分析

四、2010-2011年企业财务数据分析

五、2012年公司发展展望及策略

#### 第九节 湖北稻花香集团

一、公司概况

二、“十一五”跨越发展纪实

三、2011年稻花香经营情况分析

四、2011年稻花香销售收入过百亿受表彰

#### 第十节 四川剑南春集团有限责任公司

- 一、公司概况
- 二、2011年剑南春原酒生产能力恢复震前水平
- 三、2015年剑南春销售收入过百亿

## 第十一章 中国白酒中小企业发展分析

### 第一节 中小品牌白酒面临的问题

- 一、资金短缺<sup>3</sup>
- 二、融资能力低
- 三、市场竞争力低
- 四、人才短缺
- 五、做品牌与销量的"夹缝生存困惑"
- 六、市场狭窄

### 第二节 中小白酒企业的竞争定位

- 一、基于地缘优势上的盘整
- 二、基于产品包装上的优势
- 三、基于产品品质上的定位
- 四、基础促销创新上的差异
- 五、基于品牌传播上的突破

### 第三节 2011年中小品牌白酒突围之道

- 一、区域抢跑
- 二、市场卡位
- 三、差异领先
- 四、资源聚焦

### 第四节 招商性中小企业攻略

- 一、招商性中小企业现状及发展瓶颈
- 二、招商性中小企业成功方略

## 第十二章 2012-2016年中国白酒行业发展环境与趋势分析

### 第一节 中国白酒行业经济环境分析与预测

- 一、宏观环境对白酒市场的推动作用分析
- 二、2011年宏观环境对白酒市场的推动作用分析
- 三、2012-2016年我国经济前景分析与预测

## 第二节 中国白酒行业发展环境分析与预测

- 一、2011年中国白酒行业发展环境
- 二、2011年酱香白酒国标出台及影响分析

## 第三节 2012-2016年我国白酒行业发展预测

- 一、2012-2016年我国白酒行业发展预测
- 二、2012-2016年我国白酒行业发展趋势

## 第四节 高端白酒行业景气度分析及预测

- 一、一线超高端白酒"十二五"生存环境无虞
- 二、高档酒受到经济波动的影响将相对有限
- 三、白酒价格上涨一定是必然趋势
- 四、2012年三线次高端白酒企业利润增长预期

## 第五节 未来高端白酒行业发展趋势

- 一、高端白酒消费结构转化
- 二、超高端阵营增速加快
- 三、高端阵营稳步扩
- 四、次高端阵营较快速发展
- 五、高端白酒正在从"品牌梯队模式向"多香并立模式转型

## 第十三章 2012-2016年中国白酒包装发展现状与趋势

### 第一节 中国白酒包装现状分析

- 一、白酒包装现状
- 二、白酒的包装与设计
- 三、白酒包装的理性回归
- 四、浅析激光全息材料在白酒纸包装上的应用

### 第二节 白酒包装发展策略

- 一、白酒包装设计需个性化发展
- 二、白酒包装需要推陈出新
- 三、白酒包装如何打出品牌
- 四、白酒包装应该以实用为风向标

### 第三节 白酒包装发展趋势

- 一、追求高档化
- 二、崇尚个性化

- 三、包装材料的变化
- 四、包装色调上的变化
- 五、容量上的变化

## 第十四章 2012-2016年中国白酒行业发展战略分析

### 第一节 中国白酒行业新盈利模式探析

#### 第一节 白酒企业的利润点

- 一、高端市场的利润点
- 二、终端渠道的利润点
- 三、酒文化的利润点
- 四、品牌是实在的利润点

#### 第二节 白酒企业的招商策略

- 一、品牌规划策略
- 二、市场规划策略
- 三、招商启动策略
- 四、白酒企业招商应注意的问题

#### 第三节 白酒海外市场攻略

- 一、区域的选择
- 二、模式的选择
- 三、时机与方式的选择

#### 第四节 二线白酒企业突围的关键要素

- 一、战略企图
- 二、声誉产品
- 三、市场板块
- 四、团队整合
- 五、资源匹配度

## 图表目录

图表：2010年白酒行业主要指标

图表：2010年重点省份白酒行业规模以上企业指标占比情况(%)

图表：2010年白酒行业不同规模企业各项指标占比情况(%)

图表：2010年不同控股类型规模以上白酒企业各项指标占比情况(%)

图表：现阶段白酒行业的8个特点

图表：1949-1991年中国白酒产量

图表：1992-2007年中国白酒产量

图表：1999-2006年中国白酒销售收入情况

图表：1999-2006年我国白酒企业经营情况

图表：2001-2006年中国大、中、小型企业发展情况

图表：2010年1-11月白酒制造主营业务收入及利润总额

图表：2010年1-11月白酒制造工业销售产值

图表：2008-2010年白酒制造业产业规模情况

图表：2008-2010年白酒制造业资本劳动密集度情况

图表：2008-2010年白酒制造业产销情况

图表：2008-2010年白酒制造业成本费用情况

图表：2010年1～11月白酒制造业成本费用结构

图表：2008-2010年白酒制造业盈利情况

图表：2008-2010年白酒制造业成长能力

图表：2008-2010年白酒制造业盈利能力

图表：2008-2010年白酒制造业偿债能力

图表：2008-2010年白酒制造业经营能力

图表：2008-2010年我国白酒月度产量及同比增长情况

图表：2010年1月-2011年10月我国白酒行业单月产量及增速变动

图表：2000年-2011年1-9月我国白酒行业收入累计值及增速变动

图表：2000年-2011年1-9月我国白酒行业利润总额累计值及增速变动

图表：2000年-2011年1-9月我国白酒行业毛利率水平变动

图表：2000年-2011年1-9月我国白酒行业利润总额比率变动

图表：2001年8月-2011年8月贵州茅台、五粮液、泸州老窖主要白酒产品出厂价格变动

图表：2011年前三季度我国白酒行业上市公司财务数据简览

图表：2011年第三季度单季我国白酒行业上市公司财务数据简览

图表：2009年1-12月全国及各省市白酒(折65度,商品量)产量统计数据

图表：2010年1-12月份全国及各省市白酒产量及增长率统计

图表：2011年1-12月全国及各省市白酒(折65度,商品量)产量统计数据

图表：2010年1-12月白酒制造业主要经济指标全国统计数据



图表：2011年1-12月白酒制造业主要经济指标全国统计数据

图表：2010年1-12月全国及各省市白酒制造业工业销售产值统计数据

图表：2010年1-12月全国及各省市白酒制造业工业销售产值同比增长

图表：2010年1-11月全国及各省市白酒制造业主营业务收入统计数据

图表：2010年1-11月全国及各省市白酒制造业主营业务收入同比增长

图表：2010年1-11月全国及各省市白酒制造业产成品统计数据

图表：2010年1-11月全国及各省市白酒制造业产成品同比增长

图表：2011年1-12月全国及各省市白酒制造业工业销售产值统计数据

图表：2011年1-12月全国及各省市白酒制造业工业销售产值同比增长

图表：2011年1-12月全国及各省市白酒制造业主营业务收入统计数据

图表：2011年1-12月全国及各省市白酒制造业主营业务收入同比增长

图表：2011年1-12月全国及各省市白酒制造业产成品统计数据

图表：2011年1-12月全国及各省市白酒制造业产成品同比增长

图表：2010年1-11月全国及各省市白酒制造业资产合计

图表：2010年1-11月全国及各省市白酒制造业资产合计同比增长

图表：2010年1-11月全国及各省市白酒制造业流动资产合计

图表：2010年1-11月全国及各省市白酒制造业流动资产合计同比增长

图表：2010年1-11月全国及各省市白酒制造业负债合计

图表：2010年1-11月全国及各省市白酒制造业负债合计同比增长

图表：2011年1-12月全国及各省市白酒制造业资产合计

图表：2011年1-12月全国及各省市白酒制造业资产合计同比增长

图表：2011年1-12月全国及各省市白酒制造业流动资产合计

图表：2011年1-12月全国及各省市白酒制造业流动资产合计同比增长

图表：2011年1-12月全国及各省市白酒制造业负债合计

图表：2011年1-12月全国及各省市白酒制造业负债合计同比增长

图表：2010年1-11月全国及各省市白酒制造业全部从业人员平均人数统计数据

图表：2010年1-11月全国及各省市白酒制造业全部从业人员平均人数同比增长

图表：2010年1-12月全国及各省市白酒制造业企业单位数统计数据

图表：2011年1-12月全国及各省市白酒制造业全部从业人员平均人数统计数据

图表：2011年1-12月全国及各省市白酒制造业全部从业人员平均人数同比增长

图表：2011年1-12月全国及各省市白酒制造业企业单位数统计数据

图表：2010年1-11月全国及各省市白酒制造业利润总额统计数据

图表：2010年1-11月全国及各省市白酒制造业利润总额同比增长

图表：2010年1-11月全国及各省市白酒制造业亏损企业单位数统计数据

图表：2010年1-11月全国及各省市白酒制造业亏损企业亏损总额统计数据

图表：2010年1-11月全国及各省市白酒制造业亏损企业亏损总额同比增长

图表：2011年1-12月全国及各省市白酒制造业利润总额统计数据

图表：2011年1-12月全国及各省市白酒制造业利润总额同比增长

图表：2011年1-12月全国及各省市白酒制造业亏损企业单位数统计数据

图表：2011年1-12月全国及各省市白酒制造业亏损企业亏损总额统计数据

图表：2011年1-12月全国及各省市白酒制造业亏损企业亏损总额同比增长

图表：2008年1月-2011年10月部分高端白酒终端价格走势

图表：西安白酒渠道状况简表

图表：宝鸡市白酒渠道状况简表况

图表：咸阳白酒渠道状况简表况

图表：渭南白酒市场渠道概况：

图表：我国高端白酒消费的主要群体分析

图表：我国高端白酒需求结构分析

图表：我国高端白酒消费的主要群体分析

图表：消费者自己喝的最多的白酒品牌

图表：消费者最喜欢喝哪种香型的白酒

图表：消费者喝的最多的白酒产品是哪个度数

图表：消费者认为好的白酒产品应具备的核心条件

图表：消费者在家里和饭馆喝白酒哪个多

图表：消费者认为购买自己喝的白酒多少钱一瓶最合适

图表：消费者认为购买礼品白酒多钱一瓶最合适

图表：消费者平均每月自己喝白酒的花费

图表：消费者一般是在什么地点购买白酒产品

图表：白酒购买类型调查图

图表：影响消费者购买动机调查表

图表：白酒市场消费者购买方式调查分析图

图表：白酒市场消费者购买目的调查分析图

图表：消费者对广告和促销影响力的态度调查分析图

图表：高通胀的年份：04年、07年、11年，CPI不断走高

图表：高通胀的年份，白酒上市企业的利润增速出现不俗表现

图表：高通胀环境，白酒通常的消费规律改变，预收款不降反升

图表：不同时代需求的变迁推动渠道模式的变化

图表：全国财政收入、支出增长

图表：财政收入GDP的比重持续十年稳步上升

图表：02年开始，税收、企业盈余的占比不断提升

图表：从02到11年，工业企业利润增速平均为31.5%

图表：1999-08年住宿和餐饮单位个数

图表：1999-08年住宿和餐饮从业人数增长近5倍

图表：不同价位产品的需求特质、营销模式分析

图表：部分白酒上市公司营销模式对比

图表：主要白酒香型工艺对比

图表：贵州茅台、五粮液、泸州老窖市场占有率历年变化

图表：贵州茅台、五粮液、泸州老窖利润总额合计占行业比例统计

图表：2010年与2011年全国及各省市啤酒产量及增长率统计数据

图表：2010年与2011年全国及各省市葡萄酒产量及增长率统计数据

图表：2010-2011年五粮液集团有限公司主营构成表

图表：2010-2011年五粮液集团有限公司流动资产表

图表：2010-2011年五粮液集团有限公司长期投资表

图表：2010-2011年五粮液集团有限公司固定资产表

图表：2010-2011年五粮液集团有限公司无形及其他资产表

图表：2010-2011年五粮液集团有限公司流动负债表

图表：2010-2011年五粮液集团有限公司长期负债表

图表：2010-2011年五粮液集团有限公司股东权益表

图表：2010-2011年五粮液集团有限公司主营业务收入表

图表：2010-2011年五粮液集团有限公司主营业务利润表

图表：2010-2011年五粮液集团有限公司营业利润表

图表：2010-2011年五粮液集团有限公司利润总额表

图表：2010-2011年五粮液集团有限公司净利润表

图表：2010-2011年五粮液集团有限公司每股指标表

图表：2010-2011年五粮液集团有限公司获利能力表

图表：2010-2011年五粮液集团有限公司经营能力表

图表：2010-2011年五粮液集团有限公司偿债能力表

图表：2010-2011年五粮液集团有限公司资本结构表

图表：2010-2011年五粮液集团有限公司发展能力表

图表：2010-2011年五粮液集团有限公司现金流量分析表

图表：五粮液股份有限公司SWOT分析

图表：五粮液股份有限公司波特分析

图表：2011年前三季度贵州茅台股份有限公司经营效益

图表：2010-2011年贵州茅台酒股份有限公司主营构成表

图表：2010-2011年贵州茅台酒股份有限公司流动资产表

图表：2010-2011年贵州茅台酒股份有限公司长期投资表

图表：2010-2011年贵州茅台酒股份有限公司固定资产表

图表：2010-2011年贵州茅台酒股份有限公司无形及其他资产表

图表：2010-2011年贵州茅台酒股份有限公司流动负债表

图表：2010-2011年贵州茅台酒股份有限公司长期负债表

图表：2010-2011年贵州茅台酒股份有限公司股东权益表

图表：2010-2011年贵州茅台酒股份有限公司主营业务收入表

图表：2010-2011年贵州茅台酒股份有限公司主营业务利润表

图表：2010-2011年贵州茅台酒股份有限公司营业利润表

图表：2010-2011年贵州茅台酒股份有限公司利润总额表

图表：2010-2011年贵州茅台酒股份有限公司净利润表

图表：2010-2011年贵州茅台酒股份有限公司每股指标表

图表：2010-2011年贵州茅台酒股份有限公司获利能力表

图表：2010-2011年贵州茅台酒股份有限公司经营能力表

图表：2010-2011年贵州茅台酒股份有限公司偿债能力表

图表：2010-2011年贵州茅台酒股份有限公司资本结构表

图表：2010-2011年贵州茅台酒股份有限公司发展能力表

图表：2010-2011年贵州茅台酒股份有限公司现金流量分析表

图表：贵州茅台股份有限公司SWOT分析

图表：贵州茅台股份有限公司波特分析

图表：2011年前三季度泸州老窖股份有限公司经营效益

图表：2010-2011年泸州老窖股份有限公司主营构成表

图表：2010-2011年泸州老窖股份有限公司流动资产表

图表：2010-2011年泸州老窖股份有限公司长期投资表

图表：2010-2011年泸州老窖股份有限公司固定资产表

图表：2010-2011年泸州老窖股份有限公司无形及其他资产表

图表：2010-2011年泸州老窖股份有限公司流动负债表

图表：2010-2011年泸州老窖股份有限公司长期负债表

图表：2010-2011年泸州老窖股份有限公司股东权益表

图表：2010-2011年泸州老窖股份有限公司主营业务收入表

图表：2010-2011年泸州老窖股份有限公司主营业务利润表

图表：2010-2011年泸州老窖股份有限公司营业利润表

图表：2010-2011年泸州老窖股份有限公司利润总额表

图表：2010-2011年泸州老窖股份有限公司净利润表

图表：2010-2011年泸州老窖股份有限公司每股指标表

图表：2010-2011年泸州老窖股份有限公司获利能力表

图表：2010-2011年泸州老窖股份有限公司经营能力表

图表：2010-2011年泸州老窖股份有限公司偿债能力表

图表：2010-2011年泸州老窖股份有限公司资本结构表

图表：2010-2011年泸州老窖股份有限公司发展能力表

图表：2010-2011年泸州老窖股份有限公司现金流量分析表

图表：泸州老窖股份有限公司SWOT分析

图表：泸州老窖股份有限公司波特分析

图表：2010-2011年四川水井坊股份有限公司主营构成表

图表：2010-2011年四川水井坊股份有限公司流动资产表

图表：2010-2011年四川水井坊股份有限公司长期投资表

图表：2010-2011年四川水井坊股份有限公司固定资产表

图表：2010-2011年四川水井坊股份有限公司无形及其他资产表

图表：2010-2011年四川水井坊股份有限公司流动负债表

图表：2010-2011年四川水井坊股份有限公司长期负债表

图表：2010-2011年四川水井坊股份有限公司股东权益表

图表：2010-2011年四川水井坊股份有限公司主营业务收入表

图表：2010-2011年四川水井坊股份有限公司主营业务利润表

图表：2010-2011年四川水井坊股份有限公司营业利润表

图表：2010-2011年四川水井坊股份有限公司利润总额表

图表：2010-2011年四川水井坊股份有限公司净利润表

图表：2010-2011年四川水井坊股份有限公司每股指标表

图表：2010-2011年四川水井坊股份有限公司获利能力表

图表：2010-2011年四川水井坊股份有限公司经营能力表

图表：2010-2011年四川水井坊股份有限公司偿债能力表

图表：2010-2011年四川水井坊股份有限公司资本结构表

图表：2010-2011年四川水井坊股份有限公司发展能力表

图表：2010-2011年四川水井坊股份有限公司现金流量分析表

图表：水井坊公司SWOT分析

图表：水井坊公司波特分析

图表：2010-2011年四川沱牌舍得酒业股份有限公司主营构成表

图表：2010-2011年四川沱牌舍得酒业股份有限公司流动资产表

图表：2010-2011年四川沱牌舍得酒业股份有限公司长期投资表

图表：2010-2011年四川沱牌舍得酒业股份有限公司固定资产表

图表：2010-2011年四川沱牌舍得酒业股份有限公司无形及其他资产表

图表：2010-2011年四川沱牌舍得酒业股份有限公司流动负债表

图表：2010-2011年四川沱牌舍得酒业股份有限公司长期负债表

图表：2010-2011年四川沱牌舍得酒业股份有限公司股东权益表

图表：2010-2011年四川沱牌舍得酒业股份有限公司主营业务收入表

图表：2010-2011年四川沱牌舍得酒业股份有限公司主营业务利润表

图表：2010-2011年四川沱牌舍得酒业股份有限公司营业利润表

图表：2010-2011年四川沱牌舍得酒业股份有限公司利润总额表

图表：2010-2011年四川沱牌舍得酒业股份有限公司净利润表

图表：2010-2011年四川沱牌舍得酒业股份有限公司每股指标表

图表：2010-2011年四川沱牌舍得酒业股份有限公司获利能力表

图表：2010-2011年四川沱牌舍得酒业股份有限公司经营能力表

图表：2010-2011年四川沱牌舍得酒业股份有限公司偿债能力表

图表：2010-2011年四川沱牌舍得酒业股份有限公司资本结构表

图表：2010-2011年四川沱牌舍得酒业股份有限公司发展能力表

图表：2010-2011年四川沱牌舍得酒业股份有限公司现金流量分析表

图表：2011年上半年山西汾酒经营效益

图表：2010-2011年山西杏花村汾酒集团有限责任公司主营构成表

图表：2010-2011年山西杏花村汾酒集团有限责任公司流动资产表

图表：2010-2011年山西杏花村汾酒集团有限责任公司长期投资表

图表：2010-2011年山西杏花村汾酒集团有限责任公司固定资产表

图表：2010-2011年山西杏花村汾酒集团有限责任公司无形及其他资产表

图表：2010-2011年山西杏花村汾酒集团有限责任公司流动负债表

图表：2010-2011年山西杏花村汾酒集团有限责任公司长期负债表

图表：2010-2011年山西杏花村汾酒集团有限责任公司股东权益表

图表：2010-2011年山西杏花村汾酒集团有限责任公司主营业务收入表

图表：2010-2011年山西杏花村汾酒集团有限责任公司主营业务利润表

图表：2010-2011年山西杏花村汾酒集团有限责任公司营业利润表

图表：2010-2011年山西杏花村汾酒集团有限责任公司利润总额表

图表：2010-2011年山西杏花村汾酒集团有限责任公司净利润表

图表：2010-2011年山西杏花村汾酒集团有限责任公司每股指标表

图表：2010-2011年山西杏花村汾酒集团有限责任公司获利能力表

图表：2010-2011年山西杏花村汾酒集团有限责任公司经营能力表

图表：2010-2011年山西杏花村汾酒集团有限责任公司偿债能力表

图表：2010-2011年山西杏花村汾酒集团有限责任公司资本结构表

图表：2010-2011年山西杏花村汾酒集团有限责任公司发展能力表

图表：2010-2011年山西杏花村汾酒集团有限责任公司现金流量分析表

图表：汾酒集团公司SWOT分析

图表：汾酒集团公司波特分析

图表：2011年上半年古井贡酒经营效益

图表：2010-2011年安徽古井贡酒股份有限公司主营构成表

图表：2010-2011年安徽古井贡酒股份有限公司流动资产表

图表：2010-2011年安徽古井贡酒股份有限公司固定资产表

图表：2010-2011年安徽古井贡酒股份有限公司无形及其他资产表

图表：2010-2011年安徽古井贡酒股份有限公司流动负债表

图表：2010-2011年安徽古井贡酒股份有限公司长期负债表

图表：2010-2011年安徽古井贡酒股份有限公司股东权益表

图表：2010-2011年安徽古井贡酒股份有限公司主营业务收入表

图表：2010-2011年安徽古井贡酒股份有限公司主营业务利润表

图表：2010-2011年安徽古井贡酒股份有限公司营业利润表

图表：2010-2011年安徽古井贡酒股份有限公司利润总额表

图表：2010-2011年安徽古井贡酒股份有限公司净利润表

图表：2010-2011年安徽古井贡酒股份有限公司每股指标表

图表：2010-2011年安徽古井贡酒股份有限公司获利能力表

图表：2010-2011年安徽古井贡酒股份有限公司经营能力表

图表：2010-2011年安徽古井贡酒股份有限公司偿债能力表

图表：2010-2011年安徽古井贡酒股份有限公司资本结构表

图表：2010-2011年安徽古井贡酒股份有限公司发展能力表

图表：2010-2011年安徽古井贡酒股份有限公司现金流量分析表

图表：古井贡酒公司SWOT 分析

图表：古井贡酒公司波特分析

图表：2010-2011年酒鬼酒股份有限公司主营构成表

图表：2010-2011年酒鬼酒股份有限公司流动资产表

图表：2010-2011年酒鬼酒股份有限公司无形及其他资产表

图表：2010-2011年酒鬼酒股份有限公司流动负债表

图表：2010-2011年酒鬼酒股份有限公司长期负债表

图表：2010-2011年酒鬼酒股份有限公司股东权益表

图表：2010-2011年酒鬼酒股份有限公司主营业务收入表

图表：2010-2011年酒鬼酒股份有限公司主营业务利润表

图表：2010-2011年酒鬼酒股份有限公司营业利润表

图表：2010-2011年酒鬼酒股份有限公司利润总额表

图表：2010-2011年酒鬼酒股份有限公司净利润表

图表：2010-2011年酒鬼酒股份有限公司每股指标表

图表：2010-2011年酒鬼酒股份有限公司获利能力表

图表：2010-2011年酒鬼酒股份有限公司经营能力表

图表：2010-2011年酒鬼酒股份有限公司偿债能力表

图表：2010-2011年酒鬼酒股份有限公司资本结构表

图表：2010-2011年酒鬼酒股份有限公司发展能力表

图表：2010-2011年酒鬼酒股份有限公司现金流量分析表

图表：2008年中国白酒消费税对主要白酒企业的影响

图表：2009年社会固定资产投资与白酒收入增速比较

图表：2008年社会固定资产投资与白酒产量增速比较



图表：2008年中国白酒产量增速与财政收入比较

图表：2008年中国白酒产量增速与财政收入比较

图表：2008年按家庭收入等级划分中国人均白酒消费量

图表：2010-2011年社会零售总额及增速（亿元）

图表：2010-2011年社会零售总额-餐饮业及增速（亿元）

图表：2007-2011年FAO 食品价格指数

图表：2007-2011年FAO 农产品价格指数

图表：2007-2011年CPI 与 CPI-食品、CPI-非食品增速对比

图表：2007-2011年PPI 与 PPI-食品增速对比

图表：2007-2011年食品饮料与工业企业累计增速比较

图表：2007-2011年食品饮料子行业主营收入及增速（亿元）

图表：2007-2011年食品饮料各行业利润总额及增速（亿元）

图表：2006-2011年白酒产量及增速（万千升）

图表：2001-2011年53度茅台、52度五粮液和国窖1573出厂价（元）

图表：白酒行业盈利模式示意图

通过《2012-2016年中国高端白酒市场分析与发展趋势研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业的发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/199292.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法

## 7、预测研究方法

# 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

# 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

## 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

## 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;  
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;  
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;  
良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。