



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2012-2016年白酒行业市场调查 及未来前景预测研究报告

## 一、调研说明

《2012-2016年白酒行业市场调查及未来前景预测研究报告》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/203676.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

近年来，酿酒行业连续多个季度保持了高速增长，行业产量增速加快，整体利润大幅上升。2011年，我国酒制造业毛利率为32.71%，销售利润率达到12.83%。展望未来，在通胀回落的预期下，酿酒行业将拥有更多自主提价的空间。中长期来看，酿酒行业未来仍具有可观的增长潜力，2012年行业的高景气度可以维持。

2011年1~12月，白酒行业累计产量达到1025.55万千升，同比增长30.7%，增速比上年同期上升3.9个百分点，增速创下了2001年以来的高点；成长性和稳定性继续领先整个酒类行业。在通胀的大环境下，白酒行业持续表现出收入增长大于产量增长，利润增长大于收入增长的良好发展势头。

预计未来10年将成为中国白酒业的稳定发展时期，随着人民群众健康意识的提高，以及相关法律法规的健全，未来阶段，中国白酒业面临的主要挑战之一将是食品安全问题。未来10年，中国白酒业出口增长将达到5%至10%，利润将达到20%。到2015年白酒制造行业收入将达到8712.0亿元；利润年均增长率约为34.2%，2015年利润将达到1550.8亿元。那么，在当前白酒市场瞬息万变的形势下，我国白酒企业该如何分析当前发展形势、把握未来市场发展方向、及时调整产品结构，并根据行业趋势制定发展战略呢？

艾凯咨询集团发布的《2012-2016年白酒行业市场调查及未来前景预测研究报告》共十四章。首先介绍了中国白酒行业发展概念，然后对中国白酒行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国白酒行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国白酒行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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 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 白酒行业发展的历程

## 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 2010年中国白酒行业的发展

- 一、2010年白酒行业运行情况分析
- 二、2010年中国白酒行业发展现状
- 三、2010年消费税大调整引发白酒行业震动
- 四、2010年中国白酒企业经营情况分析

### 第三节 2011年中国白酒行业运行情况分析

- 一、2011年白酒行业发展分析
- 二、2011年全国白酒行业上市公司分析
- 三、2011年中国白酒行业呈现多种势态

### 第四节 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 2009-2011年中国白酒制造业经济运行数据分析

### 第一节 2009-2011年中国白酒制造行业总体数据分析

- 一、2009年中国白酒制造行业全部企业数据分析
- 二、2010年中国白酒制造行业全部企业数据分析
- 三、2011年中国白酒制造行业全部企业数据分析

## 第二节 2009-2011年中国白酒制造行业不同规模企业数据分析

### 一、2009年中国白酒制造行业不同规模企业数据分析

### 二、2010年中国白酒制造行业不同规模企业数据分析

### 三、2011年中国白酒制造行业不同规模企业数据分析

## 第三节 2009-2011年中国白酒制造行业不同所有制企业数据分析

### 一、2009年中国白酒制造行业不同所有制企业数据分析

### 二、2010年中国白酒制造行业不同所有制企业数据分析

### 三、2011年中国白酒制造行业不同所有制企业数据分析

## 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、2010年中国白酒市场发展特征以及资本整合情况

#### 二、2011年白酒市场价格分析

### 第二节 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

### 第三节 高端白酒市场分析及预测

#### 一、高档白酒市场价格走势分析

#### 二、高端白酒的消费特征

#### 三、高端白酒市场需求分析

### 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

### 第二节 华东地区白酒市场

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

### 第三节 华南地区白酒市场

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

### 第六节 西北地区白酒市场

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

## 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、2011年白酒销量分析
- 三、高端白酒消费者体验品牌化的成长路径
- 四、白酒市场状况与潜在消费需求分析

### 第二节 白酒业消费群体深度分析

- 一、中国的白酒消费群体
- 二、中国消费群体的购买动机
- 三、影响消费者的购买因素
- 四、消费者购买时机分析
- 五、影响消费者购买决定的因素
- 六、消费者的购买地点选择
- 七、消费者的媒体接触点

### 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
- 三、针对"80后"群体白酒企业的创新策略
- 二、"80后"群体的消费特征分析
- 四、我国白酒行业开抢"80后"消费群

### 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
- 四、白酒业呼唤"知识价值革命"

## 第七章 白酒营销策略分析

## 第一节 白酒营销形势分析

- 一、白酒营销模式及其发展趋势
- 二、新形势下酒企的"取势"营销
- 三、2011年中国白酒品牌战略营销思考
- 四、2011年白酒企业深度分销模式
- 五、未来白酒业整合营销大势

## 第二节 中国白酒渠道营销途径状况分析

- 一、白酒企业的渠道困境
- 二、白酒市场渠道商状况
- 三、白酒渠道商之间的博弈
- 四、白酒渠道困境的根本原因

## 第三节 白酒营销策略分析

- 一、后危机时代的白酒价值链营销
- 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、白酒的细分市场策略
- 六、简装白酒的营销策略
- 七、白酒行业的不对称营销
- 八、高端白酒的分众营销

## 第三节 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 白酒行业竞争格局分析

一、行业竞争点由单点到板块区域竞争升级

二、高档白酒市场寡头品牌垄断政务酒占优

三、软实力的竞争对高端白酒更加重要

四、中档酒市场无霸主群雄磨刀霍霍

五、低档白酒市场区域品牌是竞争主力

六、强者恒强利润集中于行业龙头

七、市场环境压力下白酒景气度依旧

八、国际资本频繁入驻白酒企业竞争国际化

## 第三节 白酒品牌竞争活跃度分析

一、2010年白酒品牌在食品饮料行业中的活跃程度

二、2010年白酒行业品牌活跃度排名

## 第九章 白酒替代品行业竞争分析

### 第一节 2011年啤酒行业

一、中国啤酒行业运行情况分析

二、中国啤酒业集中度分析

三、啤酒产品结构调整分析

### 第二节 葡萄酒行业

一、中国葡萄酒行业发展空间巨大

二、2010年中国葡萄酒行业十大热点

三、2011年中国葡萄酒行业发展分析

四、2011年中国葡萄酒产业的发展趋势分析

五、中国将成为世界第七大葡萄酒消费市场

### 第三节 黄酒行业

一、2010年中国黄酒产量逆势增长

二、2010年国内黄酒业迎来发展新契机

三、2010年中国黄酒市场格局生变

四、2011年黄酒业发展整体向上

### 第四节 烈性洋酒在中国的发展

一、烈性洋酒加速本土化运作

- 二、烈性洋酒的市场格局分析
- 三、烈性洋酒与高端白酒的博弈
- 四、洋酒在中国的未来发展趋势

## 第五节 保健酒行业

- 一、保健酒市场成企业争夺的新亮点
- 二、中国保健酒市场格局分析
- 三、中国保健酒再现掘金潮
- 四、中国保健酒市场有待规范

## 第十章 中国白酒重点企业分析

### 第一节 五粮液

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

### 第二节 贵州茅台

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

### 第三节 泸州老窖股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

### 第四节 四川水井坊股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

#### 第五节 四川沱牌曲酒股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

#### 第六节 山西杏花村汾酒厂股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

#### 第七节 酒鬼酒股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

#### 第八节 安徽古井贡酒股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

## 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

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 2010—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 2011年中国宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2012年中国宏观经济发展预测分析

### 第二节 2010-2011年中国白酒行业政策影响分析

- 一、宏观经济指标对白酒行业发展影响
- 二、中央经济工作会议对白酒行业发展影响
- 三、白酒消费税对白酒行业的影响
- 四、消费税上涨对白酒业的影响
- 五、禁酒令对白酒行业的影响

### 第三节 2012-2016年中国白酒行业前景预测

- 一、中国白酒业将进入稳定发展期
- 二、2011年中国白酒业机遇与挑战并存
- 三、2011年白酒产业迎来"拐点"
- 四、全国和地方性品牌共生的局面长期存在
- 五、白酒行业未来营业额和利润仍将攀升

### 第四节 2012-2016年中国白酒行业发展的趋势

- 一、白酒行业的总体发展趋势分析
- 二、中国白酒业未来或将分化为四种资本重组模式
- 三、行业龙头领先优势将进一步加剧
- 四、2011年白酒业加速洗牌

## 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 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 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

### 第四节 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

图表：2006-2011年国内生产总值

图表：2006-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2006-2011年国家外汇储备

图表：2006-2011年财政收入

图表：2006-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

图表：&hellip;&hellip;&hellip;

通过《2012-2016年白酒行业市场调查及未来前景预测研究报告》，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、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/203676.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。