



艾凯咨询
ICAN Consulting

2013-2018年中国白酒产销市场 深度分析与投资前景预测报告

一、调研说明

《2013-2018年中国白酒产销市场深度分析与投资前景预测报告》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/23274/>

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

经历了十八大与两会之后，党内政权交接，新的领导阶层上台以后出台一系列措施，大力推进反腐整风，其力度与速度之大，彰显了中央政治腐败的决心。同时中央对三公消费的限制，以及各地纷纷出台的禁酒令，严重打压了高端的政务消费。

在世界经济复苏乏力与需求疲软的背景下，我国经济也进入趋势性放缓的阶段。过去支撑中国经济高速增长的红利逐渐消亡，国内经济开始经历投资型向消费型驱动的转型。发改委预测今年的GDP增长率为7.5%。基于经济活动审批与往来的政务消费的增长因此随之减弱；此外党与国家领导人、各部委以及地方政府的换届业已完成，“换届效应”使得我们有望在2-3年内看到经济亮点。近期李克强在广西讲话中指出，要使经济运行处于合理区间，经济增长率与就业水平不滑出“下限”。这反映了决策层对经济增长压力的担忧，温和的刺激政策或能出台。

我国白酒景气周期与经济、政治周期基本同步。过去十年我国白酒总产量、收入与利润的CAGR分别达到12%、25%与38%。在经济增速放缓，以及对三公消费的打压造成政务消费下滑的背景下，白酒行业将由黄金增长期进入白银增长期。

《2013-2018年中国白酒产销市场深度分析与投资前景预测报告》旨在为投资者或企业管理者提供一个关于白酒产品的投资及其市场前景的深度分析，为投资者和企业管理人传递正确的投资经营理念和选择，提供一个中立、全面的投资指南手册，为白酒产品市场投资提供一个可供参照的标准。从而可以科学的帮助企业取得较高的收益。报告在全面系统分析白酒产品市场的基础上，按照专业的投资评估方法，站在第三方角度客观公正地对白酒产品的投资进行评价。为企业的投资决策提供了重要的依据。

本报告详述了白酒产品的行业概况、市场发展现状及白酒产品市场发展预测（未来五年市场供需及市场发展趋势），并且在研究白酒市场竞争、原材料、客户分析的基础上，对白酒行业投资前景及投资价值进行了研究，并提出了我们对白酒产品投资的建议。

本报告以定量研究为主，定量与定性研究相结合的方法，深入挖掘数据蕴含的内在规律和潜在信息，采用统计图表等多种形式将研究结果清晰、直观的展现出来，多方位、多角度保证了报告内容的系统性和完整性，为企业的发展和白酒的投资提供了决策依据。

报告目录

第一章 白酒行业相关概念

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 2013年中国白酒行业运行态势剖析

第一节 中国白酒产业结构分析

一、中国酒精饮品市场

二、中国烈酒消费分析

三、中国烈酒市场分析

四、中国烈酒高端市场分析

五、中国白酒细分市场分析

六、中国不同香型白酒市场分析

第二节 2012年中国白酒行业运行情况分析

一、2012年我国白酒行业生产情况分析

二、2012年我国白酒行业盈利情况分析

三、2012年我国白酒行业价格情况分析

四、2012年我国白酒上市公司经营情况分析

第三节 2013年中国白酒行业运行情况分析

一、2013年我国白酒行业生产情况分析

二、2013年我国白酒行业盈利情况分析

三、2013年我国白酒上市公司经营情况分析

第四节 2013年白酒产品产量分地区统计数据

一、2011年全国及重点省市白酒产量分析

二、2012年全国及重点省市白酒产量分析

三、2013年全国及重点省市白酒产量分析

第五节 中国白酒行业存在的问题

一、中国白酒企业六大硬伤

二、2013年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 2013年中国白酒市场发展现状

第一节 中国白酒市场状况分析

一、2013年中国白酒市场结构

二、2013年白酒市场涨价情况分析

三、2013年中国白酒出口市场分析

四、塑化剂事件对白酒行业的影响

第二节 高端白酒市场分析及预测

一、高端白酒的消费特征

二、2012高档白酒市场分析

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、2013年中档白酒发展进快车道

四、中档酒或成未来白酒发展主力

第四节 白酒团购市场分析

一、白酒团购模式

二、白酒团购模式进程

三、白酒团购未来展望

第五节 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

第六节 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

第四章 2013年我国高端白酒区域市场研究

第一节 华北地区高端白酒市场

第二节 华东地区高端白酒市场

第三节 华南地区高端白酒市场

第四节 华中地区高端白酒市场

第五节 东北地区高端白酒市场

第六节 西北地区高端白酒市场

第七节 西南地区高端白酒市场

第五章 中国白酒行业消费特征研究

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、2013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

第六章 2013年中国白酒行业营销策略分析

第一节 2013年白酒的需求特质与渠道

一、2013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

三、2013年地方白酒企业借道电商突围谋全国扩张

四、白酒电商化大势所趋

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 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

第七章 中国白酒行业竞争态势分析

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 2013年白酒行业竞争格局

- 一、中国白酒行业新竞争格局
- 二、浓香型高端白酒竞争格局
- 三、白酒行业并购整合"提速"
- 四、市场压力加速行业洗牌
- 五、中国白酒借势进军国际市场
- 六、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 业外资本积极涌入白酒市场分析

第五节 高端白酒行业竞争趋势分析

- 一、中国白酒主流趋势的预判
- 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

第八章 中国白酒替代品行业发展现状

第一节 啤酒行业

- 一、2012年全球啤酒销量分析
- 二、2012年我国啤酒产量分析
- 三、2013年我国啤酒产量分析
- 四、2013年中国啤酒行业运行分析

第二节 葡萄酒行业

- 一、2012年中国葡萄酒产量
- 二、2012年中国葡萄酒消费量
- 三、2013年我国葡萄酒产量分析
- 四、2013年中国葡萄酒行业运行分析

第三节 黄酒行业

- 一、2012年黄酒行业发展分析
- 二、2013年中国黄酒行业展望

第九章 2011-2013年中国白酒制造业经济数据分析

第一节 2011-2013年中国白酒制造行业总体数据分析

- 一、2011年中国白酒制造行业全部企业数据分析
- 二、2012年中国白酒制造行业全部企业数据分析
- 三、2013年中国白酒制造行业全部企业数据分析

第二节 2011-2013年中国白酒制造行业不同规模企业数据分析

- 一、2011年中国白酒制造行业不同规模企业数据分析
- 二、2012年中国白酒制造行业不同规模企业数据分析
- 三、2013年中国白酒制造行业不同规模企业数据分析

第三节 2011-2013年中国白酒制造行业不同所有制企业数据分析

- 一、2011年中国白酒制造行业不同所有制企业数据分析
- 二、2012年中国白酒制造行业不同所有制企业数据分析
- 三、2013年中国白酒制造行业不同所有制企业数据分析

第十章 2013年中国白酒重点企业分析

第一节 五粮液

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、企业经营状况分析
- 四、2013-2018年公司发展战略分析

第二节 贵州茅台

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析

三、企业经营状况分析

四、2013-2018年公司发展战略分析

第三节 泸州老窖股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营状况分析

四、2013-2018年公司发展战略分析

第四节 四川水井坊股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营状况分析

四、2013-2018年公司发展战略分析

第五节 四川沱牌舍得酒业股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营状况分析

四、2013-2018年公司发展战略分析

第六节 山西杏花村汾酒厂股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营状况分析

四、2013-2018年公司发展战略分析

第七节 安徽古井贡酒股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营状况分析

四、2013-2018年公司发展战略分析

第八节 酒鬼酒股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营状况分析

四、2013-2018年公司发展战略分析

第九节 湖北稻花香集团

- 一、企业概况
 - 二、竞争优势分析
 - 三、企业经营状况分析
 - 四、2013-2018年公司发展战略分析
- ## 第十节 四川剑南春集团有限责任公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、企业经营状况分析
- 四、2013-2018年公司发展战略分析

第十一章 2013年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 2013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 2013-2018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

第二节 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

第三节 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

第五节 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

第十三章 2013-2018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

图表目录：（部分）

图表：2012年以来政府反腐力度持续，各地推行禁酒令

图表：我国经济增长放缓

图表：2011年1-12月中国白酒制造行业全部企业数据分析

图表：2012年中国白酒制造行业全部企业数据分析

图表：2013年中国白酒制造行业全部企业数据分析

图表：2011年1-12月中国白酒制造行业不同规模企业数据分析

图表：2012年1-12月中国白酒制造行业不同规模企业数据分析

图表：2013年1-12月中国白酒制造行业不同规模企业数据分析

图表：2011年1-12月中国白酒制造行业不同所有制企业数据分析

图表：2012年1-12月中国白酒制造行业不同所有制企业数据分析

图表：2013年1-12月中国白酒制造行业不同所有制企业数据分析

图表：分地区投资相邻两月累计同比增速

图表：2012-2013年6月固定资产投资（不含农户）同比增速

图表：2012-2013年6月固定资产投资到位资金同比增速

图表：2013年1-6月份固定资产投资（不含农户）主要数据

图表：2012年6月-2013年6月全国居民消费价格涨跌幅

图表：2012年6月-2013年6月鲜菜与鲜果价格变动情况

图表：2013年6月份居民消费价格分类别同比涨跌幅

图表：2013年6月份居民消费价格分类别环比涨跌幅

图表：2013年6月居民消费价格主要数据

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/23274/>

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）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。