



艾凯咨询
ICAN Consulting

2013-2018年中国白酒市场深度 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/242519.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

2013年的白酒行业依旧走在前进的路上，唯一确定的是增速放缓，但预言中的"拐点"未必真的来临。2012年白酒制造业全国实现主营业务收入4466.26亿元，实现同比增长26.82%。预计2013年行业营收增长20%。行业观察的趋势是，中国白酒高端、超高端阵营将大幅度萎缩，其中，茅台可以继续超高端之路，五粮液、国窖1573之间超高端、高端酒的竞争将更加激烈；而汾酒有可能在次高端有所作为。更为重要的是，以政商合体的团购模式将落幕，新的模式会是渠道扁平化。黄淮名酒带部分企业的竞争力将凸显，长江名酒带中一些企业的营销模式将遭遇大考。"名酒"对行业的作用。"名酒兴则酒业兴，名酒亡则酒业亡。因为名酒可谓是整个行业质量、工艺、产品检测、产销的代表，其发展态势是整个行业的缩小版。因此名酒尤其是龙头企业应承担起行业责任，高标准地要求自己，进而引导行业健康、有序地发展。无疑，在各种因素的"合力"下，2013年白酒行业的格局必然发生变化。

2013年白酒行业的整体格局将有两个变化：其一，行业内兼并重组不可避免，因为塑化剂风波之后部分白酒企业濒临破产边缘，为业内资本的整合或业外资本的进入创造了条件；其二，白酒企业的业内排名或将发生变化，因为限制三公消费政策对严重依赖公务消费的高端白酒打压严重，因此未来依赖商务消费的高端白酒厂商或者是经营中档白酒厂商的排名有望前进。而这些变化，对白酒行业的未来发展将成为"利好"。让中国白酒成为奢侈品只是一个美好的愿望。因为从现有国际上的奢侈品来看，每一个品牌背后都有历史的积淀，而且现在没有一个奢侈品出在发展中国家，全部产在发达国家，因此可以看出，奢侈品不仅需要历史积淀，还要文化输出。目前国内白酒总产量的95%消费都源于国内本身，而没有一个奢侈品品牌的主要消费人群集中在本国，这也注定了中国白酒短时间内成不了奢侈品。

2013年白酒行业的机会是长期存在的，而兼并重组也是大概率事件，但这要看白酒行业巨头们对行业发展的决心。在限制三公消费之后，高端白酒面临进一步降价的问题，这就压缩了中端白酒的生存空间。如果中端白酒不能做出一个响当当的名号，并且培养一批忠实的消费人群，那么要想真正迎来主流消费时代还是很难的。经过研究，中端消费人群主要是工薪阶层，家庭月收入在8000元的人群将是主要承载体。未来中端白酒或将进入一个快速增长的时期。目前中国白酒的消费人群主要集中在50、60后人群，现在新进的80、90后的消费习惯是红酒、洋酒和啤酒等，这就注定了白酒的消费有断层，如果中端白酒不能为80、90后的新进消费群体有所改变，不能为他们量身定制，贴近他们的消费习惯，那么被抛弃是注定的结果。

本报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家海关总署、世界名酒名饮协会、中国酒业协会、中国行业研究网、国内外相关报刊杂志的基础信

息、白酒行业研究单位等公布和提供的大量资料以及对行业内企业调研访察所获得的大量第一手数据，对我国白酒市场的发展状况、供需状况、竞争格局、赢利水平、发展趋势、投资机会、风险预测等进行了分析。报告重点分析了白酒新品的开发、产销、战略、经营状况等。报告还对白酒市场风险进行了预测，为白酒生产厂家、流通企业以及零售商提供了新的投资机会和可借鉴的操作模式，对欲在白酒行业从事资本运作的经济实体等单位准确了解目前中国白酒行业发展动态，把握企业定位和发展方向有重要参考价值。

报告目录：

第一章 研究概述 1

第一节 研究内容 1

第二节 研究团队 2

第二章 白酒企业兼并重组背景分析 3

第一节 白酒行业兼并重组意义 3

第二节 白酒行业兼并重组背景分析 4

第三节 白酒企业兼并重组特点分析及整体趋势分析 6

第四节 白酒行业兼并重组方式分析 7

第五节 白酒行业兼并重组一般程序分析 11

第六节 白酒行业兼并重组趋势分析 12

第七节 白酒企业兼并重组的障碍 14

一、政策障碍 14

二、组织结构障碍 14

三、财务障碍 15

四、战略协同障碍 16

第三章 白酒企业兼并重组案例分析 18

第一节 国内白酒企业兼并重组案例分析 18

一、兼并重组背景与动机 18

二、兼并重组案例内容分析 19

三、兼并重组方案与成败经验分析 20

第二节 国内白酒企业兼并重组主体竞争力分析 21

一、发展现状 21

二、投资趋势	22
三、投资特点	24
四、投资产品结构	24
五、市场表现	25
第三节 外资白酒企业在华兼并重组趋势分析	27
一、发展现状	27
二、投资趋势	33
三、投资特点	35
四、投资产品结构	39
五、市场表现	40
第二部分 行业发展背景	

第四章 2011-2013年白酒行业总体发展状况	42
第一节 白酒行业特性分析	42
第二节 白酒产业特征与行业重要性	43
第三节 2011-2013年白酒行业发展分析	44
一、2011-2013年白酒行业发展态势分析	44
二、2011-2013年白酒行业发展特点分析	47
三、“十二五”区域产业布局与产业转移	61
第四节 2011-2013年白酒行业规模情况分析	62
一、行业单位规模情况分析	62
二、行业人员规模状况分析	62
三、行业资产规模状况分析	71
第五节 2011-2013年白酒行业财务能力分析	79
一、行业盈利能力分析与预测	79
二、行业偿债能力分析	87
三、行业营运能力分析	95
四、行业发展能力分析	97

第五章 我国白酒行业运行分析	99
第一节 我国白酒行业发展状况分析	99
一、我国白酒行业发展阶段	99

二、我国白酒行业发展总体概况 100

三、我国白酒行业发展特点分析 102

四、我国白酒行业商业模式分析 103

第二节 2011-2013年白酒行业发展现状 107

一、2011-2013年我国白酒行业市场规模 107

二、2011-2013年我国白酒行业发展分析 115

三、2011-2013年中国白酒企业发展分析 117

第三节 2011-2013年白酒市场情况分析 118

一、2011-2013年中国白酒市场总体概况 118

二、2011-2013年中国白酒市场发展分析 119

第四节 我国白酒市场价格走势分析 120

一、白酒市场定价机制组成 120

二、白酒市场价格影响因素 122

三、2012-2013年白酒价格走势分析 122

四、“十二五”期间白酒价格走势预测 124

第六章 “十二五”期间我国白酒市场供需形势分析 140

第一节 我国白酒市场供需分析 140

一、2011-2013年我国白酒行业供给情况 140

二、2011-2013年我国白酒行业需求情况 148

三、2011-2013年我国白酒行业供需平衡分析 149

第二节 白酒产品（服务）市场应用及需求预测 150

一、白酒产品（服务）应用市场总体需求分析 150

二、“十二五”期间白酒行业领域需求量预测 152

三、重点行业白酒产品（服务）需求分析预测 157

第七章 白酒行业并购市场分析 203

第一节 2011-2013年并购市场综述 203

一、2011-2013年并购市场回顾 203

二、2011-2013年海外并购分析 205

三、2011-2013年中国并购市场监测 207

第二节 2013-2017年并购市场发展前景预测 208

一、2013-2017年并购市场前景分析	208
二、2013-2017年并购基金市场前景分析	210
三、2013-2017年民营企业海外并购前景分析	211
第三节 2013-2017年并购市场发展趋势预测	212
一、2013-2017年后并购时代的市场趋势	212
二、2013-2017年中国企业并购发展趋势	214
三、2013-2017年外资并购发展趋势预测	215
第三部分 兼并重组机会	

第八章 白酒行业区域性兼并重组机会分析	217
第一节 酒行业发展特征与竞争力分析	217
第二节 酒行业兼并重组可行性与趋势分析	219

第九章 白酒行业产业链兼并重组机会分析	221
第一节 白酒企业与上下游企业兼并重组背景分析	221
第二节 白酒企业与上下游企业兼并重组案例分析	225
第三节 白酒企业与上下游企业兼并重组趋势分析	230

第十章 白酒行业规模性兼并重组机会分析	232
第一节 大型规模企业兼并重组机会分析	232
第二节 中型规模企业兼并重组机会分析	233
第三节 小型规模企业兼并重组机会分析	237
第四部分 兼并重组方案	

第十一章 目标公司调查基本流程	239
第一节 被调查对象主体资格	239
第二节 资产、负债、所有者权益	239
第三节 重大合同	240
第四节 诉讼及行政处罚情况。	241
第五节 职工保险	242
第六节 税务	242
第七节 环保	243

第八节 财政 243

第十二章 项目并购重组研究 244

第一节 白酒项目投资环境分析 244

第二节 白酒行业竞争格局分析 245

第三节 白酒行业财务指标分析参考 252

第四节 白酒行业市场分析与项目投入规模 266

第五节 项目所属的细分市场的市场现状、未来市场空间 267

第六节 项目应用技术方案 268

第七节 目标企业经营状况及经营运作上存在的主要问题 269

第八节 项目运作后的价值预估、成长预期 270

第九节 投资估算与资金筹措 280

第十节 白酒行业及项目发展趋势预测 282

第五部分 兼并重组策略

第十三章 白酒企业兼并重组中的竞争战略分析 283

第一节 成本领先战略分析 283

第二节 并购策略研究 286

一、企业并购注意的问题研究 286

二、企业并购决策的基本原则 288

三、目标公司分析 289

第三节 企业并购发展策略分析 290

一、企业并购资金的筹集策略 290

二、企业并购后的整合策略 294

第十四章 新形势下并购财务操作及资产评估处理 300

第一节 目标企业价值评估的必要性以及存在的问题 300

一、目标企业价值评估的必要性 300

二、中国目标企业价值评估存在的问题 301

第二节 国内外企业并购中目标企业价值评估理论与方法述评 303

一、国外企业并购中目标企业价值评估理论与方法述评 303

二、国内企业并购中目标企业价值评估理论与方法研究述评 304

第三节 并购及其对目标企业价值的影响 311

一、企业并购及其效应的产生 311

二、协同效应及其对目标企业价值的影响 316

第四节 目标企业价值的识别 317

一、目标企业价值识别的内容和范围 317

二、目标企业价值识别的步骤 318

第五节 目标企业价值影响因素的分析 319

一、影响目标企业价值的外部因素 319

二、影响目标企业价值的内部诸因素 320

第六节 目标企业价值评估中成本法的运用 322

一、运用成本法对目标企业价值的评估 322

二、成本法评估并购中目标企业价值的优、缺点分析 324

第七节 目标企业价值评估中市场法的运用 325

一、市场法的两种具体方法 325

二、运用市场法对目标企业价值评估的局限性 325

第八节 目标企业价值评估中收益法的运用 326

一、运用收益法时参数的估算 326

二、运用收益法对目标企业价值评估应注意的问题 330

第九节 目标企业价值评估中实物期权法的运用 333

一、知识经济和实物期权法 333

二、运用实物期权法对目标企业价值评估的可行性分析 334

三、实物期权法在目标企业价值评估中的具体应用 335

第十节 目标企业价值评估方法的比较与选择 336

一、各种评估方法运用条件的比较 336

二、评估方法的选择 342

图表目录

图表：外资渗透白酒行业示意图 39

图表：2013年我国酒企业全国分布 62

图表：2012年全国酒行业平均从业人数及增长率 62

图表：2012年天津酒行业平均从业人数及增长率 63

图表：2012年河北酒行业平均从业人数及增长率 63

图表：2012年山西酒行业平均从业人数及增长率 63

图表：2012年内蒙古酒行业平均从业人数及增长率 64

图表：2012年辽宁酒行业平均从业人数及增长率 64

图表：2012年吉林酒行业平均从业人数及增长率 64

图表：2012年黑龙江酒行业平均从业人数及增长率 65

图表：2012年江苏酒行业平均从业人数及增长率 65

图表：2012年浙江酒行业平均从业人数及增长率 65

图表：2012年安徽酒行业平均从业人数及增长率 66

图表：2012年陕西酒行业平均从业人数及增长率 69

图表：2012年甘肃酒行业平均从业人数及增长率 70

图表：2012年新疆酒行业平均从业人数及增长率 70

图表：2012年甘肃酒行业酒成品总额及同比增长率 115

图表：2012年新疆酒行业酒成品总额及同比增长率 115

图表：2012年全国酒行业酒库存总额及同比增长率 140

图表：2012年天津酒行业酒库存总额及同比增长率 140

图表：2012年河北酒行业酒库存总额及同比增长率 141

图表：2012年山西酒行业酒库存总额及同比增长率 141

图表：2012年内蒙古酒行业酒库存总额及同比增长率 141

图表：2012年辽宁酒行业酒库存总额及同比增长率 142

图表：2012年吉林酒行业酒库存总额及同比增长率 142

图表：2012年黑龙江酒行业酒库存总额及同比增长率 142

图表：2012年江苏酒行业酒库存总额及同比增长率 143

图表：2012年浙江酒行业酒库存总额及同比增长率 143

图表：2012年安徽酒行业酒库存总额及同比增长率 143

图表：2012年福建酒行业酒库存总额及同比增长率 144

图表：2012年山东酒行业酒库存总额及同比增长率 144

图表：2012年河南酒行业酒库存总额及同比增长率 144

图表：2012年湖北酒行业酒库存总额及同比增长率 145

图表：2012年湖南酒行业酒库存总额及同比增长率 145

图表：2012年广东酒行业酒库存总额及同比增长率 145

图表：2012年广西酒行业酒库存总额及同比增长率 146

图表：2012年海南酒行业酒库存总额及同比增长率 146

图表：2012年四川酒行业酒库存总额及同比增长率 146

图表：2012年云南酒行业酒库存总额及同比增长率 147

图表：2012年陕西酒行业酒库存总额及同比增长率 147

图表：2012年甘肃酒行业酒库存总额及同比增长率 147

图表：2012年新疆酒行业酒库存总额及同比增长率 148

图表：简例说明，A、B两公司同期内的预测现金流量 338

略.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/242519.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）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。