



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008年中国白酒市场分析及 发展趋势研究报告

一、调研说明

《2008年中国白酒市场市场分析及发展趋势研究报告》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/42530.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

白酒一直是中国居民消费的主要酒类，白酒的产销量在中国四大酒种中位列第二。中国白酒行业由传统向现代转化，经历起步阶段、快速发展阶段、调整发展阶段后，目前已步入发展的新阶段。国家统计局数据显示：2007年1-12月全国白酒产量493952.47千升,比06年同期增长22.24%；2007年1-12月全国白酒工业总产值(当年价格)128959228千元,比06年同期增长31.58%。

几大白酒巨头公布的年报显示，2007年个品牌无论在营业收入还是净利润，均出现了大幅增长。因此，尽管07年酒类企业原料成本上涨较大，但白酒行业毛利率较其他酒类高，收入增长仍大于成本上涨的幅度。

从长远看，白酒行业景气继续高位运行，根据我国消费增长趋势，最新的研究预测显示，未来几年间，中国白酒行业销售年均复合增长率（CAGR）仍将保持11%的速度增长，预计到2012年白酒行业销售将达到2000亿的销售规模，预计到2010年中国高档白酒850亿元的市场规模。

此外，值得注意的是，随着进口关税的降低，洋酒提高了利润空间，近年来随着进口葡萄酒、进口洋酒均大举进入和开拓国内市场。中国大陆洋酒市场从2005年开始回升，过去几年都以每年不低于10%的幅度递增，而在亚太地区其销售量增长幅度高达18.5%。而随着进口洋酒对中国市场消费者的消费引导和品牌推广力度的加强，进口洋酒开始扭转部分消费者对白酒的偏好，这在一定程度上抢夺了中国高端白酒部分的市场份额。

【 目录 】

第一章 中国白酒的发展环境分析

第一节 白酒政策环境分析

一、消费税政策调整对白酒业影响分析

二、白酒生产许可证有新规定

三、白酒制造业清洁生产标准3月起实施

四、纯粮固态发酵白酒审定规则

五、中国陈年白酒鉴别将有行业标准

第二节 白酒技术环境分析

一、名优质白酒酿造技术新途径分析

二、白酒香味成分分析

三、白酒贮存研究

四、低度白酒的生产与发展

第二章 白酒相关行业分析

第一节 中国白酒替代品分析

一、葡萄酒市场分析

（一）2006-2007年葡萄酒产量分析

（二）2006年葡萄酒市场运行分析

（三）2007年葡萄酒市场现状分析

二、啤酒市场分析

（一）2006-2007年啤酒产量分析

（二）啤酒行业整合分析

三、我国黄酒市场分析

（一）2006-2007年黄酒产量分析

（二）黄酒品牌消费者战略分析

四、其他酒类市场分析

（一）保健酒市场分析

（二）果酒市场分析

（三）冰酒市场分析

第二节 中国白酒包装行业分析

一、国内白酒包装市场分析

二、白酒软包装的特点分析

三、白酒纸包装的产品开发

四、白酒包装文化内涵分析

五、白酒包装设计与产品属性的统一

六、白酒包装应着眼实用分析

第三节 零售业巨变对白酒行业的影响

- 一、小型零售店的快速分化
- 二、国内集团型零售企业的迅速扩张
- 三、二级城市地方强势品牌称霸
- 四、国际零售业巨头大规模进攻

第三章 中国白酒行业发展现状分析

第一节 中国白酒市场特点分析

- 一、白酒市场份额分析
- 二、高端白酒销售额分析
- 三、高端市场空间引发企业混战

第二节 2007年我国白酒行业发展分析

- 一、2007我国白酒总体产量分析
- 二、毛利率高于其他酒类收入也大于成本涨幅
- 三、中高端白酒成利润增长最丰
- 四、延续高端优势与洋品牌争锋
- 五、2007年白酒行业存在的问题

第三节 低度白酒发展分析

第四节 清香白酒发展分析

- 一、近年清香白酒企业发展状况
- 二、消费习惯改变：推动清香崛起
- 三、国际接轨：清香看好
- 四、技术促进清香发展

第五节 白酒行业整合分析

- 一、白酒需求多元化、时尚化
- 二、加强资本运作能力
- 三、产业结构调整初见成效

第六节 白酒产业差异化分析

- 一、产品差异化
- 二、形象差异化
- 三、市场差异化
- 四、服务差异化

第七节 白酒国际化道路原因及对策分析

一、中国白酒国际化道路艰难原因

二、中国白酒国际化道路对策

第四章 中国白酒制造业综合运行数据分析

第一节 2006-2007年中国白酒制造业产销情况

一、2006-2007年中国白酒制造业产成品

二、2006-2007年中国白酒制造业工业总产值（当年价格）

三、2006-2007年中国白酒制造业产品销售收入

第二节 2006-2007年中国白酒制造业成本费用情况

一、2006-2007年中国白酒制造业销售成本

二、2006-2007年中国白酒制造业销售费用

三、2006-2007年中国白酒制造业管理费用

四、2006-2007年中国白酒制造业财务费用

第三节 2006-2007年中国白酒制造业资产负债情况

一、2006-2007年中国白酒制造业资产总计

二、2006-2007年中国白酒制造业负债合计

三、2006-2007年中国白酒制造业资产负债率

四、2006-2007年中国白酒制造业保值增值率

第四节 2006-2007年中国白酒制造业行业规模情况

一、2006-2007年中国白酒制造业企业单位数

二、2006-2007年中国白酒制造业全部从业人员平均人数

第五节 2006-2007年中国白酒制造业行业效益情况

一、2006-2007年中国白酒制造业利润总额

二、2006-2007年中国白酒制造业产值利税率

三、2006-2007年中国白酒制造业成本费用利润率

四、2006-2007年中国白酒制造业资金利润率

五、2006-2007年中国白酒制造业产成品资金占用率

第六节 2006-2007年中国白酒制造业亏损情况

一、2006-2007年中国白酒制造业亏损单位数

二、2006-2007年中国白酒制造业亏损企业亏损总额

第七节 2006-2007年中国白酒制造业不同规模企业主要经济指标

一、2006-2007年中国白酒制造业大型企业主要经济指标

二、2006-2007年中国白酒制造业中型企业主要经济指标

三、2006-2007年中国白酒制造业小型企业主要经济指标

第八节 2006-2007年中国白酒制造业不同经济类型企业主要经济指标

一、2006-2007年中国白酒制造业国有企业主要经济指标

二、2006-2007年中国白酒制造业集体企业主要经济指标

三、2006-2007年中国白酒制造业股份合作企业主要经济指标

四、2006-2007年中国白酒制造业股份制企业主要经济指标

五、2006-2007年中国白酒制造业私营企业主要经济指标

六、2006-2007年中国白酒制造业外商和港澳台投资企业主要经济指标

七、2006-2007年中国白酒制造业其它经济类型企业主要经济指标

第九节 2006-2007年白酒制造业全国销售收入前十家企业主要经济指标

一、2006年白酒制造全国销售收入前十家企业主要经济指标

二、2007年白酒制造全国销售收入前十家企业主要经济指标

第五章 中国白酒业区域市场分析

第一节 华北地区白酒市场分析

一、北京

二、天津

三、河北

四、山西

五、内蒙古

第二节 东北地区白酒市场分析

一、辽宁

二、黑龙江

三、吉林

第三节 华东地区白酒市场分析

一、上海

二、山东

三、江苏

四、浙江

五、福建

六、江西

七、安徽

第四节 华中地区白酒市场分析

一、河南

二、湖北

三、湖南

第五节 华南地区白酒市场分析

一、广东

二、广西

三、海南

第六节 西南地区白酒市场分析

一、四川

二、重庆

三、贵州

四、云南

第七节 西北地区白酒市场分析

一、陕西

二、甘肃

三、青海

四、新疆

第六章 白酒行业消费者分析

第一节 消费者的白酒需求分析及消费群体的构成

一、白酒主力消费群分析

二、白酒主力消费群消费需求价值分析

第二节 我国白酒行业消费特征

一、渠道价值不可低估

二、高档酒是新生白酒品牌的最佳立足空间

三、餐饮终端是酒类竞争焦点

四、促销方式以单纯产品为主

五、地域市场品牌占消费主流

六、商务用酒消费比例

七、高档白酒品牌竞争

八、竞争格局多级化发展

九、行业集中度提高

第三节 “80后”白酒消费群体分析

一、“80后”群体的特征

二、企业面对“80后”的对策

第四节 经销商白酒市场调查

一、白酒产品市场现状

二、主流品牌市场现状

三、消费者行为现状

四、白酒品牌发展前景务

第七章 中国白酒业营销分析

第一节 白酒营销渠道分析

一、白酒行业的营销环境分析

二、现存的营销渠道分析

三、终端渠道制定策略分析

四、酒业终端市场营销管理策略分析

第二节 区域性白酒“圈地营销”分析

一、区域性白酒的竞争资源

二、圈地营销的破局方向

第三节 白酒的精准营销时代分析

一、90年代初期的“标王”时代

二、2000年前后的“品牌”崛起时代

三、2000年初期至今的“终端为王、渠道驱动”时代

第四节 白酒市场细分的营销误区分析

一、市场细分过度消费根基空虚

二、对市场缺乏有效培育

三、只停留在文化细分表面

四、未把市场细分作为一种行销体系

第五节 未来中国白酒行业营销分析

一、白酒会进入寡头竞争时代

二、白酒营销成为有钱人的游戏

- 三、地方名酒与全国性名酒的对决
- 四、地方名酒与地方名酒的战争
- 五、借用外脑成为家常便饭
- 六、媒体的导向功能更重要
- 七、会出现超级酒类运营商
- 八、买断品牌会继续存在且更多地向地方名酒集中
- 九、加快行业外人才涌进白酒行业淘金
- 十、外来资本加速进军白酒行业

第六节 白酒渠道营销策略

- 一、渠道策略
- 二、产品结构的渠道营销
- 三、渠道细化的客户策略
- 四、营销渠道的市场定位

第七节 白酒市场推广策略分析

- 一、产品导入分析
- 二、产品的组合和产品线决策
- 三、白酒城市市场推广策略
- 四、白酒农村推广策略

第八节 简装白酒的品牌价值及营销策略

- 一、简装白酒的商业价值
- 二、精简简装酒分销渠道结构
- 三、注重战术手段

第八章 高端白酒市场分析

第一节 高端白酒市场现状分析

- 一、高端白酒价比量涨得多
- 二、高端白酒相继引来“洋钱”
- 三、高端市场的竞争加剧

第二节 高端白酒的啤酒效应分析

- 一、白酒巨头的引导效应
- 二、现代商务经济发展的高价值需求
- 三、外来资本的利润最快化需求

四、新品酒不透明的价格空间吸引力

五、低端市场的切入空间相对较小

六、中国传统的礼文化的带动

七、中低端品牌提升形象

第三节 高端白酒的盈利机会分析

一、原料涨价：加大成本压力

二、供需失衡：拓宽提价空间

三、酒类企业业绩增长

第四节 高端白酒渠道布局分析

一、高端白酒渠道布局的现实状况

二、渠道布局失控引发的市场混乱

三、由渠道布局失控带来的困惑问题

四、重新定位高端白酒的渠道布局

五、解决高端白酒渠道布局的方法

第九章 中国白酒业竞争格局分析

第一节 白酒竞争特点分析

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、商务用酒占有很大的消费比例

第二节 白酒文化竞争的战略制高点分析

一、白酒全球化的战略制高点

二、白酒行业竞争的战略制高点

三、白酒企业在两个战略制高点中寻找自己的定位

第三节 中小白酒企业相对竞争力分析

一、相对竞争力分析

二、业务专注就是竞争力

三、执行力就是竞争力

第四节 中国烈性洋酒市场分析

一、洋酒的渠道特点

二、洋酒的产品特点

三、洋酒的价格特点

四、洋酒的品牌特点

五、关税下调对洋酒价格的影响

六、洋酒本土化趋势

第五节 中国白酒未来发展格局分析

一、2010年白酒行业“新”挑战

二、2010年白酒行业发展“新”格局

第十章 中国白酒业部分优势企业分析

第一节 五粮液集团有限公司

一、企业概况

二、2006-2007年财务分析

三、2007年五粮液出口分析

四、五粮液整合分析

五、白酒高质量分析

第二节 贵州茅台酒股份有限公司

一、企业概况

二、2006-2007年财务分析

三、茅台酒打健康牌的营销策略

四、茅台与五粮液的品牌战略的比较与分析

第三节 泸州老窖股份有限公司

一、企业概况

二、2006-2007年财务分析

三、品牌发展分析

第四节 四川水井坊股份有限公司

一、企业概况

二、2006-2007年财务分析

三、品牌价值国际化分析

四、差异化经营策略

第五节 四川沱牌曲酒股份有限公司

一、企业概况

二、2006-2007年财务分析

三、发展中的问题分析

第六节 山西杏花村汾酒厂股份有限公司

一、企业概况

二、2006-2007年财务分析

三、山西汾酒销售代理价上调

四、结构调整与营销改革分析

第七节 安徽古井贡酒股份有限公司

一、企业概况

二、2006-2007年财务分析

第八节 湖南酒鬼酒股份有限公司

一、企业概况

二、2006-2007年财务分析

第九节 剑南春（集团）有限责任公司

一、企业概况

二、2006-2007年财务分析

三、首创白酒年份鉴定法

第十节 新疆伊力特实业股份有限公司析

一、企业概况

二、2006-2007年财务分析

第十一章 白酒业发展趋势及策略分析

第一节 2010年中国白酒业发展趋势

一、消费回归于品质酒时代

二、竞争回旋于围城式模式

三、资本回复于大鱼吃小鱼

第二节 白酒市场未来价格趋势分析

一、白酒掀起涨价潮

二、高档白酒领涨市场

三、白酒涨价缘何因

四、未来白酒仍有上涨空间

第三节 中国白酒品牌发展趋势分析

第四节 大型白酒企业集团的未来发展策略分析

一、做好自身产业结构的调整

二、要实行专业化和多元化并进的策略

第五节 现有企业采用的品牌策略分析

一、皖系白酒品牌策略

二、川酒品牌策略

三、黔酒品牌策略

四、湘酒品牌策略

五、豫酒品牌策略

第六节 白酒行业发展策略分析

一、认清环境，端正经营方向

二、战略为纲，审视自身资源特性的市场之道

三、正确面对现代白酒低度型变化和酒广告的创意方向

四、调整产品结构，重视质量提升

五、提升白酒消费品位，重视酒文化的建设

部分图表目录

图表 2007年中国白酒制造业产成品

图表 2007年中国白酒制造业工业总产值

图表 2007年中国白酒制造业产品销售收入

图表 2007年中国白酒制造业销售成本

图表 2007年中国白酒制造业销售费用

图表 2007年中国白酒制造业管理费用

图表 2007年中国白酒制造业财务费用

图表 2007年中国白酒制造业资产总计

图表 2007年中国白酒制造业负债合计

图表 2007年中国白酒制造业资产负债率

图表 2007年中国白酒制造业资本保值增值率

图表 2007年中国白酒制造业企业单位数

图表 2007年中国白酒制造业全部从业人员平均人数

图表 2007年中国白酒制造业利润总额

图表 2007年中国白酒制造业产值利税率

图表 2007年中国白酒制造业成本费用利润率

图表 2007年中国白酒制造业资金利税率

图表 2007年中国白酒制造业产成品资金占用率

图表 2007年中国白酒制造业亏损单位数

图表 2007年中国白酒制造业亏损企业亏损总额

图表 2007年中国白酒制造业大型企业主要经济指标

图表 2007年中国白酒制造业中型企业主要经济指标

图表 2007年中国白酒制造业小型企业主要经济指标

图表 2007年中国白酒制造业国有企业主要经济指标

图表 2007年中国白酒制造业集体企业主要经济指标

图表 2007年中国白酒制造业股份合作企业主要经济指标

图表 2007年中国白酒制造业股份制企业主要经济指标

图表 2007年中国白酒制造业私营企业主要经济指标

图表 2007年中国白酒制造业外商和港澳台投资企业主要经济指标

图表 2007年中国白酒制造业其它经济类型企业主要经济指标

图表 2007年2月白酒制造全国销售收入前十家企业主要经济指标

图表 2007年5月白酒制造全国销售收入前十家企业主要经济指标

图表 2007年8月白酒制造全国销售收入前十家企业主要经济指标

图表 2007年11月白酒制造全国销售收入前十家企业主要经济指标

图表 2006年全国白酒产量

图表 2004-2007年全国白酒产量趋势图

图表 2007年全国白酒产量

图表 2004-2007年北京市白酒产量变化图

图表 2004-2007年天津市白酒产量变化图

图表 2004-2007年河北白酒产量变化图

图表 2004-2007年山西白酒产量变化图

图表 2004-2007年内蒙古白酒产量变化图

图表 2004-2007年辽宁白酒产量变化图

图表 2004-2007年黑龙江白酒产量变化图

图表 2004-2007年吉林白酒产量变化图

图表 2004-2007年山东白酒产量变化图

图表 2004-2007年上海白酒产量变化图

图表 2004-2007年江苏白酒产量变化图

图表 2004-2007年浙江白酒产量变化图

图表 2004-2007年福建白酒产量变化图

图表 2004-2007年江西白酒产量变化图

图表 2004-2007年安徽白酒产量变化图

图表 2004-2007年河南白酒产量变化图

图表 2004-2007年湖北白酒产量变化图

图表 2004-2007年湖南白酒产量变化图

图表 2004-2007年广东白酒产量变化图

图表 2004-2007年广西白酒产量变化图

图表 2004-2007年海南白酒产量变化图

图表 2004-2007年四川白酒产量变化图

图表 2004-2007年重庆白酒产量变化图

图表 2004-2007年贵州白酒产量变化图

图表 2004-2007年云南白酒产量变化图

图表 2004-2007年陕西白酒产量变化图

图表 2004-2007年甘肃白酒产量变化图

图表 2004-2007年青海白酒产量变化图

图表 2004-2007年新疆白酒产量变化图

图表 2007年北京白酒产量

图表 2007年天津白酒产量

图表 2007年河北白酒产量

图表 2007年山西白酒产量

图表 2007年内蒙古白酒产量

图表 2007年辽宁白酒产量

图表 2007年黑龙江白酒产量

图表 2007年吉林白酒产量

图表 2007年上海白酒产量

图表 2007年山东白酒产量

图表 2007年江苏白酒产量

图表 2007年浙江白酒产量

图表 2007年福建白酒产量

图表 2007年江西白酒产量

图表 2007年安徽白酒产量

图表 2007年河南白酒产量

图表 2007年湖北白酒产量

图表 2007年湖南白酒产量

图表 2007年广东白酒产量

图表 2007年广西白酒产量

图表 2007年海南白酒产量

图表 2007年四川白酒产量

图表 2007年重庆白酒产量

图表 2007年贵州白酒产量

图表 2007年云南白酒产量

图表 2007年陕西白酒产量

图表 2007年甘肃白酒产量

图表 2007年青海白酒产量

图表 2007年新疆白酒产量

图表 2006年1-12月中国白酒制造业产成品

图表 2006年1-12月中国白酒制造业工业总产值

图表 2006年1-12月中国白酒制造业产品销售收入

图表 2006年1-12月中国白酒制造业销售成本

图表 2006年1-12月中国白酒制造业销售费用

图表 2006年1-12月中国白酒制造业管理费用

图表 2006年1-12月中国白酒制造业财务费用

图表 2006年1-12月中国白酒制造业资产总计

图表 2006年1-12月中国白酒制造业负债合计

图表 2006年1-12月中国白酒制造业资产负债率

图表 2006年1-12月中国白酒制造业资本保值增值率

图表 2006年1-12月中国白酒制造业企业单位数

图表 2006年1-12月中国白酒制造业全部从业人员平均人数

图表 2006年1-12月中国白酒制造业利润总额

图表 2006年1-12月中国白酒制造业产值利税率

图表 2006年1-12月中国白酒制造业成本费用利润率

图表 2006年1-12月中国白酒制造业资金利税率

图表 2006年1-12月中国白酒制造业产成品资金占用率

图表 2006年1-12月中国白酒制造业亏损单位数

图表 2006年1-12月中国白酒制造业亏损企业亏损总额

图表 2006年1-12月中国白酒制造业大型企业主要经济指标

图表 2006年1-12月中国白酒制造业中型企业主要经济指标

图表 2006年1-12月中国白酒制造业小型企业主要经济指标

图表 2006年1-12月中国白酒制造业国有企业主要经济指标

图表 2006年1-12月中国白酒制造业集体企业主要经济指标

图表 2006年1-12月中国白酒制造业股份合作企业主要经济指标

图表 2006年1-12月中国白酒制造业股份制企业主要经济指标

图表 2006年1-12月中国白酒制造业私营企业主要经济指标

图表 2006年1-12月中国白酒制造业外商和港澳台投资企业主要经济指标

图表 2006年1-12月中国白酒制造业其它经济类型企业主要经济指标

图表 2006年2月白酒制造全国销售收入前十家企业主要经济指标

图表 2006年3月白酒制造全国销售收入前十家企业主要经济指标

图表 2006年4月白酒制造全国销售收入前十家企业主要经济指标

图表 2006年5月白酒制造全国销售收入前十家企业主要经济指标

图表 2006年6月白酒制造全国销售收入前十家企业主要经济指标

图表 2006年7月白酒制造全国销售收入前十家企业主要经济指标

图表 2006年8月白酒制造全国销售收入前十家企业主要经济指标

图表 2006年9月白酒制造全国销售收入前十家企业主要经济指标

图表 2006年10月白酒制造全国销售收入前十家企业主要经济指标

图表 2006年11月白酒制造全国销售收入前十家企业主要经济指标

图表 2006年12月白酒制造全国销售收入前十家企业主要经济指标

图表 2005-2007年五粮液成长性分析

图表 2005-2007年五粮液经营能力分析

图表 2005-2007年五粮液盈利能力分析

图表 2005-2007年五粮液偿债能力分析

图表 2007年五粮液主营收入情况

图表 2007年五粮液净利润和基本每股收益情况

图表 2005-2007年贵州茅台成长性分析

图表 2005-2007年贵州茅台经营能力分析

图表 2005-2007年贵州茅台盈利能力分析

图表 2005-2007年贵州茅台偿债能力分析

图表 2007年贵州茅台主营收入情况

图表 2007年贵州茅台净利润和基本每股收益情况

图表 2004-2006年五粮液与茅台主营业务收入对比

图表 2004-2006年五粮液与茅台净利润对比

图表 2004-2006年五粮液与茅台品牌价值对比

图表 2005-2007年泸州老窖成长性分析

图表 2005-2007年泸州老窖经营能力分析

图表 2005-2007年泸州老窖盈利能力分析

图表 2005-2007年泸州老窖偿债能力分析

图表 2007年泸州老窖主营收入情况

图表 2007年泸州老窖净利润和基本每股收益情况

图表 2005-2007年水井坊成长性分析

图表 2005-2007年水井坊经营能力分析

图表 2005-2007年水井坊盈利能力分析

图表 2005-2007年水井坊偿债能力分析

图表 2007年水井坊主营收入情况

图表 2007年水井坊净利润和基本每股收益情况

图表 2005-2007年沱牌曲酒成长性分析

图表 2005-2007年沱牌曲酒经营能力分析

图表 2005-2007年沱牌曲酒盈利能力分析

图表 2005-2007年沱牌曲酒偿债能力分析

图表 2007年沱牌曲酒主营收入情况

图表 2007年沱牌曲酒净利润和基本每股收益情况

图表 2006年山西汾酒销售收入比重

图表 2005年山西汾酒销售收入比重

图表 2004-2006年山西汾酒成长性分析

图表 2004-2006年山西汾酒经营能力分析

图表 2004-2006年山西汾酒盈利能力分析

图表 2004-2006年山西汾酒偿债能力分析

图表 2007年前三季度山西汾酒主营收入情况

图表 2007年前三季度山西汾酒净利润和基本每股收益情况

图表 2004-2006年古井贡酒成长性分析

图表 2004-2006年古井贡酒经营能力分析

图表 2004-2006年古井贡酒盈利能力分析

图表 2004-2006年古井贡酒偿债能力分析

图表 2007年前三季度古井贡酒主营收入情况

图表 2007年前三季度古井贡酒净利润和基本每股收益情况

图表 2005-2007年酒鬼酒成长性分析

图表 2005-2007年酒鬼酒经营能力分析

图表 2005-2007年酒鬼酒盈利能力分析

图表 2005-2007年酒鬼酒偿债能力分析

图表 2007年酒鬼酒主营收入情况

图表 2007年酒鬼酒净利润和基本每股收益情况

图表 2004-2006年伊力特成长性分析

图表 2004-2006年伊力特经营能力分析

图表 2004-2006年伊力特盈利能力分析

图表 2004-2006年伊力特偿债能力分析

图表 2007年前三季度伊力特主营收入情况

图表 2007年前三季度伊力特净利润和基本每股收益情况

图表 2006年1-12月葡萄酒产量

图表 2007年1-12月葡萄酒产量

图表 2006年1-12月啤酒产量

图表 2007年1-12月啤酒产量

图表 2006年1-12月黄酒产量

图表 2007年1-12月黄酒产量

图表 南京市民喝白酒的场合

图表 南京市民购买白酒的用途

图表 南京市白酒市场占有率

图表 南京市白酒包装评价

图表 南京消费者解决买到假冒伪劣白酒的方式

图表 南京市民感兴趣的促销活动方式

图表 南京市民白酒消费心态状况

图表 南京市民心目中的知名品牌

图表 南京白酒广告效果评价

图表 南京市场白酒综合评价

图表 南京消费者对习惯饮用白酒的忠诚度

图表 杭州市及各地级白酒市场上情况概要

图表 四川白酒在河南综合情况调查表

图表 郑州白酒市场主要畅销品牌情况

图表 广州市高档白酒主要商场 / 餐饮场所上架率

图表 广州市消费者常喝高档白酒品牌

图表 广州市不同年龄消费者常喝品牌分布

图表 广州市高档白酒购买主要考虑因素

图表 广西地区畅销品牌统计

图表 成都地区白酒市场状况调查统计表

图表 成都各年龄段消费者饮白酒倾向

图表 成都市民饮白酒频率分布

图表 成都白酒消费人群与消费档次分布

图表 成都各年龄段经常饮用白酒度数

图表 西安白酒市场知名度

图表 西安白酒市场渗透率

图表 西安市民作为礼品购买的白酒品牌

图表 市场流通的白酒品牌的更替速度表

图表 白酒市场主流度酒所占比例

图表 白酒市场主流价位所占比例

图表 高档白酒主流渠道所占比例

图表 酒的品类所占比例

图表 高档白酒品牌受欢迎程度排名

图表 高端白酒五粮液优、缺点分析

图表 高端白酒茅台优、缺点分析

图表 高端白酒剑南春优、缺点分析

图表 中档白酒主流品牌受欢迎程度排名

图表 中档白酒金六福优、缺点分析
图表 中档白酒古井贡酒优、缺点分析
图表 中档白酒郎酒优、缺点分析
图表 低档白酒品牌受欢迎程度排名
图表 低档白酒沱牌优、缺点分析
图表 低档白酒尖庄优、缺点分析
图表 白酒四种主打香型的消费者偏好程度排名
图表 白酒消费的主要用途分析
图表 高档品牌前景预期排名
图表 中档品牌前景预期排名
图表 低档品牌前景预期排名
图表 白酒营销战略布局模拟网络（1）
图表 白酒营销战略布局模拟网络（2）

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42530.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专业提供投资咨询报告、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。