



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2007-2008年中国白酒市场研究 年度报告

## 一、调研说明

《2007-2008年中国白酒市场研究年度报告》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/42570.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](mailto: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

### 一、行业发展环境分析 1

#### (一) 行业定义及范围界定 1

##### 1、白酒定义及分类 1

##### 2、白酒行业 1

#### (二) 发展历史回顾 1

### 二、宏观环境分析 3

#### (一) 政策法律分析 3

##### 1、酒类市场专项整治为行业发展助力 3

##### 2、酒类流通领域行业规范即将出台 3

##### 3、白酒行业税收政策 3

##### 4、国家"十一五"发展规划 4

#### (二) 经济分析 5

##### 1、经济增长 5

##### 2、固定资产投资 5

##### 3、城镇居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数 6

##### 4、城镇人员就业状况 7

##### 5、存贷款利率变化 7

##### 6、财政收支状况 8

#### (三) 技术分析 9

##### 1、技术发展阶段 9

##### 2、新技术 10

#### (四) 社会人口分析 10

##### 1、人口规模分析 10

##### 2、年龄结构分析 11

##### 3、学历结构分析 12

### 三、市场分析 14

#### (一) 市场需求分析 14

- 1、消费者行为特征 14
- 2、白酒需求规模 14
- (二) 供给能力分析 16
  - 1、白酒供给规模 16
  - 2、供给结构 16
- (三) 国内区域市场 18
  - 1、产量区域分析 18
  - 2、销售收入区域分析 18
- (四) 价格分析 19
  - 1、白酒销售价格 19
- (五) 品牌市场结构 20
- (六) 市场特征 22
  - 1、市场规模不断扩大 22
  - 2、产品结构变化不大 22
  - 3、中南、华东和西南地区仍然是白酒的主要生产基地 22
  - 4、名牌白酒所占市场份额较大 22

#### 四、市场竞争分析 24

- (一) 集中度分析 24
  - 1、行业前四名市场占有率 24
  - 2、集中度状态描述及趋势 24
- (二) 价值链分析 25
- (三) 行业生命周期分析 25
- (四) 替代产品分析 26
  - 1、中低端白酒 26
  - 2、高端白酒 26

#### 五、主要厂商分析 28

- (一) 五粮液集团有限公司 28
  - 1、公司简介 28
  - 2、经营状况 28
  - 3、财务状况 28

(二) 贵州茅台股份有限公司	31
1、公司简介	31
2、经营状况	31
3、财务状况分析	32
(三) 泸州老窖股份有限公司	34
1、公司简介	34
2、财务状况	34
(四) 四川沱牌曲酒股份有限公司	36
1、公司简介	36
2、产品结构	37
3、财务状况	37
(五) 安徽古井贡酒股份有限公司	39
1、企业简介	39
2、产品结构	39
3、主营业务收入及利润情况	39
(六) 山西杏花村汾酒厂股份有限公司	40
1、公司简介	40
2、产品结构	40
3、财务状况	41
六、市场发展趋势分析	43
(一) 市场发展趋势	43
1、消费需求将逐渐趋稳	43
2、集中度仍将稳步提高	43
3、业外资本不断涌入对白酒行业形成冲击	43
4、白酒消费不断朝品牌化靠近	43
5、低度酒、高档化白酒将成为发展趋势	43
(二) 市场规模预测	44
(三) 市场结构预测	49
七、行业风险评价	51
(一) 政策风险	51

- (二) 供给风险 51
- (三) 需求风险 51
- (四) 价格风险 52

## 八、行业发展策略与建议 53

- (一) 产品策略 53
- (二) 价格策略 53
  - 1、市场差异定价策略 53
  - 2、收入差异定价策略 53
  - 3、消费心理差异定价策略 54
  - 4、促销差异价格策略 54
- (三) 渠道策略 54
- (四) 销售策略 55
- (五) 服务策略 55
- (六) 品牌策略 55
- (七) 市场投资机会建议 56
  - 1、投资战略选择 56
  - 2、地域分析 56

## 图目录

- 图 1 2003 - 2007年中国国内生产总值及增长率情况 5
- 图 2 2003-2007年固定资产投资额及其增长速度 6
- 图 3 2003-2007年中国城镇居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数 6
- 图 4 2000-2007年中国城镇就业人员数量及增长率 7
- 图 5 1997-2007年中国存款利率变动情况 7
- 图 6 1997-2007年中国贷款利率变动情况 8
- 图 7 2001-2006年中国财政收支状况 8
- 图 8 1986-2006年中国人口数量与增长率情况 11
- 图 9 2006年末中国人口年龄结构 11
- 图 10 2005年末中国学历结构 12
- 图 11 2002 - 2007年1-11月份中国白酒制造业销售收入变化趋势 16
- 图 12 2002-2006年中国白酒企业数量的变化趋势 16

图 13	2002-2007年1-11月白酒产量及增长趋势	17
图 14	2005年中国白酒产品产量结构	18
图 15	2005年中国白酒产品利润结构	18
图 16	2002-2006年中国白酒产量区域市场结构	19
图 17	2002-2006年中国白酒销售收入的区域市场结构	20
图 18	白酒行业销售价格及同比变化	20
图 19	白酒行业吨酒成本及同比变化	21
图 20	2005年中国前10名白酒品牌的市场份额	22
图 21	白酒行业前四名市场集中度变化趋势	25
图 22	按行业划分的业务构成情况	30
图 23	2005-2006年五粮液集团获利能力分析	30
图 24	2005-2006年五粮液集团偿债能力分析	30
图 25	2005-2006年五粮液集团营运能力分析	31
图 26	2005-2006年五粮液集团发展能力分析	31
图 27	2005-2006年贵州茅台公司获利能力分析	33
图 28	2005-2006年贵州茅台公司偿债能力分析	33
图 29	2005-2006年贵州茅台公司营运能力分析	34
图 30	2005-2006年贵州茅台公司发展能力分析	34
图 31	2005-2006年泸州老窖公司获利能力分析	35
图 32	2005-2006年泸州老窖公司偿债能力分析	36
图 33	2005-2006年泸州老窖公司营运能力分析	36
图 34	2005-2006年泸州老窖公司发展能力分析	37
图 35	2005-2006年沱牌曲酒公司获利能力分析	38
图 36	2005-2006年沱牌曲酒公司偿债能力分析	39
图 37	2005-2006年沱牌曲酒公司营运能力分析	39
图 38	2005-2006年沱牌曲酒公司发展能力分析	39
图 39	2005-2006年山西汾酒公司获利能力分析	42
图 40	2005-2006年山西汾酒公司偿债能力分析	42
图 41	2005-2006年山西汾酒公司营运能力分析	42
图 42	2005-2006年山西汾酒公司发展能力分析	43
图 43	白酒销售收入与国内生产总值的散点图和相关图	45
图 44	白酒销售收入与固定资产投资的散点图和相关图	45

图 45 白酒销售收入与居民消费水平的散点图和相关图	46
图 46 2007-2011年我国白酒销售收入预测	50
图 47 2007-2011年中国白酒产量市场结构预测	51

## 表目录

表 1 白酒的主要税收政策	4
表 2 2005年中国内地各省、市、自治区面积与人口状况	12
表 3 2005年中国内地各省、市、自治区面积与人口状况	14
表 4 高端白酒的消费特征	15
表 5 2005年白酒行业销售收入前十名企业	22
表 6 行业生命周期主要特征	26
表 7 主要产品收入分析	29
表 8 贵州茅台公司各年经营状况	33
表 9 四川沱牌曲酒产品结构情况	38
表 10 安徽古井贡产品结构情况	40
表 11 山西杏花村汾酒产品结构情况	41
表 12 权威机构对未来四年内GDP的预测	48
表 13 2008年-2011年国内生产总值预测值	49
表 14 权威机构对未来四年内固定资产投资额的预测	49
表 15 2008年-2011年固定资产投资额预测值	50

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42570.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。