



艾凯咨询
ICAN Consulting

2007年中国白酒行业市场分析及 发展趋势研究报告

一、调研说明

《2007年中国白酒行业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/42764.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

内容简介

2007年，中国的国民经济将继续保持一个平稳、较快增长。宏观经济的发展对白酒尤其是对中高档白酒的推广以及销售渠道的建设有着重要的促进作用。预计2007-2011年我国白酒行业销售收入将保持12%的平均增速，行业利润将保持25%左右的平均增速，白酒行业景气继续高位运行。根据我国消费增长趋势预测，到2011年中国白酒市场（包括烈性洋酒）将达到2000亿元的销售规模。预计到2010年中国高档白酒850亿元的市场规模。

在过去15年中，白酒销量以平均20%的年增幅增长。目前，中国有近38000家白酒生产企业，上10万个白酒品牌，其中，白酒销售额1/3在四川实现，剩余的市场份额在河南、安徽、山东、广东实现一半，其他省份一半。我国白酒行业的竞争可以说是达到了白热化的程度，既有啤酒洋酒的竞争分割市场，又有本行业各方诸侯的竞争。2006年白酒业并购频生，“搅乱”了国内白酒行业既有格局，资本和品牌的竞争愈加激烈。2007年，白酒行业的市场份额将继续向高端产品集中，预计高档白酒的销售额将继续保持30%的年增幅；而低档白酒虽然可享受整个行业增长带来的收益，但增幅毕竟有限。

目前中国人均GDP已达1700多美元，按国际上的经验，人均GDP超过1000美元是消费升级的触动点。从酒类消费角度看，我国人均白酒消费2.76升，消费者倾向低度和健康，白酒总体转向中档及中高档，高档白酒的主要消费方式是馈赠和宴请，走向高端和超高端的趋势愈加明显。我国经济“十一五”期间将保持快速协调健康发展，消费正逐步被认为是拉动经济持续健康发展的潜在动力。我国居民的人均年收入也逐步增加，城镇化率的提高，为消费启动提供了经济基础，预计2007-2010年居民平均年消费支出增速将在10-15%，城镇和农村居民的消费升级成为消费类公司的投资主题。预计2007-2010年酒饮类消费品收入增速在17-20%，白酒年销量增幅可能会达到15%。

本研究咨询报告依据国家统计局、中国商务部、国家海关总署、国务院发展研究中心、中国白酒工业协会、中国酿酒行业协会、中国轻工业协会、国民经济景气监测中心、中国行业研究网、国内外相关刊物的基础信息以及各省市相关统计单位等公布和提供的大量资料。报告对我国白酒行业的现状和发展、各项经营指标、消费者购买行为、竞争格局、发展趋势和

行业领先企业等专题进行深入的研究，并对中国白酒行业各区域市场状况以及行业优势企业予以了重点分析，结合新时期的各方面因素，用数字说话、图文并茂，对中国白酒行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。报告还对国家相关政策进行了介绍和趋向研判，结合中研普华研究小组多年来的实践经验和对白酒行业发展的专业化把握，提出了可操作性创新建议。本报告是白酒生产、销售企业、研究机构、投资企业等单位准确了解当前我国白酒行业发展动态，把握企业定位和发展方向的重要决策依据。

第一部分 行业现状分析

第一章 我国白酒行业发展历程分析 1

第一节 白酒行业综述 1

一、行业的界定 1

二、白酒行业特征 2

第二节 白酒行业发展历程 3

一、行业进入新阶段 3

二、新阶段的新特点 5

第二章 我国白酒行业现状分析 10

第一节 2005-2006年我国白酒行业运行情况 10

一、2005年白酒行业总体运行情况 10

二、2006年白酒行业发展分析 12

第二节 2005-2006年我国白酒生产情况 18

一、2005年全国及各省市白酒生产情况 18

二、2006年全国及各省市白酒生产情况 32

第三节 2006年我国白酒行业主要经济指标统计分析 46

一、全国白酒制造合计 46

二、华北地区白酒制造合计 48

三、东北地区白酒制造合计 54

四、华东地区白酒制造合计 58

五、华中地区白酒制造合计 67

六、华南地区白酒制造合计 71

七、西南地区白酒制造合计	75
八、西北地区白酒制造合计	81
第四节 我国白酒行业存在的问题	89
一、困扰我国酒业发展的问题	89
二、2007年白酒业面临的危机	91

第二部分 行业市场分析

第三章 我国白酒市场态势分析	97
第一节 2006我国白酒行业市场状况分析	97
一、行业特点分析	97
二、市场特性分析	98
三、区域市场分析	98
第二节 高端白酒市场分析	100
一、高端白酒企业的“生态特点”	100
二、高端白酒市场格局	107
三、高端白酒发展态势	108
第三节 县级白酒市场变化分析	118
一、消费者之变	118
二、名酒之变	119
三、终端之变	120
第四节 我国农村白酒市场分析	121
一、农村白酒市场特点	121
二、农村市场凸现的商机	122
三、低档白酒对策分析	125

第四章 我国白酒区域市场分析 130

第一节 华北地区白酒市场	131
一、北京白酒市场分析	131
二、天津白酒市场分析	138
三、河北白酒市场分析	139
四、山西白酒市场	140
第二节 华东地区白酒市场	143

一、上海白酒市场	143
二、山东白酒市场	148
三、江苏白酒市场	152
四、浙江白酒市场	152
五、安徽白酒市场	158
六、江西白酒市场	161
第三节 华南地区白酒市场	161
一、广东白酒市场	161
二、福建白酒市场	164
第四节 华中地区白酒市场	164
一、湖南白酒市场	164
二、湖北白酒市场	166
第五节 东北地区白酒市场	170
一、黑龙江白酒市场	170
二、吉林白酒市场	172
三、辽宁白酒市场	174
第六节 西北地区白酒市场	177
一、陕西白酒市场	177
二、甘肃白酒市场	183
三、新疆白酒市场	186
第七节 西南地区白酒市场	191
一、四川白酒市场	191
二、云南白酒市场	192

第五章 白酒消费者市场分析 196

第一节 白酒消费需求分析 196

- 一、白酒消费需求趋稳 196
- 二、白酒消费更注重营养和品牌 196

第二节 白酒消费者购买行为分析 199

- 一、白酒消费者购买行为类型分析 199
- 二、白酒消费者购买动机分析 200
- 三、白酒消费者购买方式分析 200

四、白酒消费者购买目的分析	201
五、白酒消费者对广告促销的态度分析	202
第三节 “80后”白酒消费群体分析	203
一、“80后”群体的特征	203
二、企业面对“80后”的对策	204

第六章 白酒市场营销分析 207

第一节 白酒营销形势分析 207

- 一、产量继续趋稳紧缩 207
- 二、厂家更加重视营销 207
- 三、开发新型渠道模式 207
- 四、持续行业马太效应 208
- 五、品牌彰显资本特性 208
- 六、“三高”白酒成为主流 209
- 七、区域地产白酒突起 209
- 八、白酒创新手段迭出 209
- 九、贴牌酒势头将趋减 210
- 十、品牌细分更加明显 210

第二节 白酒渠道分析 210

- 一、酒业巨头酝酿渠道变革 210
- 二、白酒渠道出现重组趋势 212
- 三、白酒营销模式及其发展趋势 216

第三节 白酒营销误区分析 219

第三部分 行业竞争分析

第七章 白酒市场竞争状况分析 225

第一节 当前白酒行业竞争格局 225

- 一、白酒行业区域格局 225
- 二、环境威胁与竞争考验 225
- 三、竞争力与竞争力趋势 227

第二节 白酒行业集中度分析 228

- 一、白酒行业集中度变化情况 228

二、2005收入前10家企业主要经济指标情况	233
三、2006收入前10家企业主要经济指标情况	238
第三节 白酒行业品牌竞争分析	242
一、品牌市场综合占有率	242
二、品牌广告竞争情况	262
第四节 中小白酒企业相对竞争力分析	267
一、相对竞争力分析	268
二、业务专注就是竞争力	269
三、执行力就是竞争力	270
第五节 白酒行业竞争趋势	271
一、市场竞争	271
二、发展趋势	273
第八章 白酒替代品行业竞争分析	276
第一节 中国制酒饮料行业子行业对比分析	276
一、总体运行情况	276
二、财务状况分析	279
三、市场供需分析	280
第二节 啤酒行业	283
一、行业市场规模	283
二、行业发展现状	284
第三节 葡萄酒行业	287
一、2005-2006年行业发展	287
二、2006年中国葡萄酒市场	291
三、2010年葡萄酒市场预测	294
第四节 黄酒行业	296
一、黄酒行业发展现状	296
二、2006年黄酒行业特点	299
三、黄酒发展前景分析	303
第五节 保健酒行业	305
一、2006年行业发展现状	305
二、2010年市场容量预测	306

第六节 烈性洋酒在中国的发展	306
一、烈性洋酒在中国市场现状	306
二、烈性洋酒的中国新周期	310
三、2006年烈性洋酒酝酿洗牌	316
四、烈性洋酒新势力到来	319
第九章 中国白酒重点企业分析	322
第一节 五粮液集团有限公司	322
一、五粮液概况	322
二、五粮液发展分析	324
三、2006年财务分析	326
四、五粮液开拓国际市场	329
第二节 贵州茅台	331
一、贵州茅台概况	331
二、2006年财务分析	332
三、贵州茅台的竞争优势	335
四、贵州茅台的发展前景	339
第三节 四川剑南春集团有限责任公司	345
一、公司概况	345
二、剑南春竞争策略分析	346
第四节 泸州老窖股份有限公司	352
一、泸州老窖公司概况	352
二、2006年财务分析	354
第五节 四川水井坊股份有限公司	357
一、公司概况	357
二、2006年财务分析	358
三、2006年营销创新	361
第六节 四川沱牌曲酒股份有限公司	362
一、公司基本情况	362
二、2006年财务分析	363
三、沱牌酒品牌的营销分析	365
第七节 山西杏花村汾酒集团有限责任公司	371

一、公司概况	371
二、2006年财务分析	373
三、公司发展分析	375
第八节 湖南酒鬼酒股份有限公司	378

一、公司概况	378
二、2006年财务分析	379
三、营销特色分析	381

第九节 湖北稻花香集团 386

一、公司基本情况	386
二、经营状况	387
三、未来发展目标	387

第十节 安徽古井贡酒股份有限公司 387

一、公司基本情况	387
二、2006年财务分析	389

第四部分 发展趋势与投资分析

第十章 我国白酒产业环境分析 393

第一节 政策环境动向分析 393

一、国家政策对白酒业影响	393
二、消费税政策调整对白酒业影响	394
三、《关于白酒产品生产许可证到期换证的通知》	394
四、白酒生产许可证发放将更加严格	395
五、酒类流通管理办法实施	397

第二节 经济环境分析 397

一、宏观经济对白酒业的影响	397
二、2006年宏观经济运行情况	407
三、2007年宏观经济发展预测	409

第三节 其他因素对白酒业的影响 411

第十一章 未来白酒行业发展与投资分析 414

第一节 未来白酒行业发展展望 414

一、我国消费将保持较快增长	414
---------------	-----

二、白酒行业景气继续高位运行	415
三、龙头企业将保持良好的成长性	417
第二节 未来白酒市场发展预测	419
一、未来高端白酒消费市场需要个性	419
二、2007-2011年白酒行业市场规模预测	420
第三节 白酒行业投资分析	420
一、我国白酒行业SWOT分析	420
二、我国新农村建设带来的机会	421
三、我国白酒国际化分析	421

图表目录

图表：我国白酒产量占总酒类产量的比例	4
图表：2002-2006年第三季我国白酒产量及增长率	5
图表：白酒行业销量及增长率	6
图表：白酒行业利润总额增长情况	6
图表：累计亏损企业亏损总额及家数	7
图表：白酒行业毛利率变化情况	7
图表：白酒行业第二、三季度利润占全年利润总额的比例	8
图表：2005年全国白酒产量超20万千升的6省产量情况	10
图表：2005年全国白酒产量前十家企业产量情况	10
图表：白酒行业利税总额前10位的企业	11
图表：2005年白酒行业销售收入前10位企业	12
图表：主要酒类销售收入增长率趋势图	14
图表：主要酒类利润总额增长率趋势	14
图表：白酒的税前利润率趋势图	16
图表：2005年1-12月白酒产量全国合计	18
图表：2005年1-12月白酒产量北京合计	18
图表：2005年1-12月白酒产量天津合计	19
图表：2005年1-12月白酒产量河北合计	19
图表：2005年1-12月白酒产量山西合计	19
图表：2005年1-12月白酒产量辽宁合计	20
图表：2005年1-12月白酒产量吉林合计	20

图表：2005年1-12月白酒产量黑龙江合计	21
图表：2005年1-12月白酒产量上海合计	21
图表：2005年1-12月白酒产量江苏合计	22
图表：2005年1-12月白酒产量浙江合计	22
图表：2005年1-12月白酒产量安徽合计	23
图表：2005年1-12月白酒产量福建合计	23
图表：2005年1-12月白酒产量江西合计	24
图表：2005年1-12月白酒产量山东合计	24
图表：2005年1-12月白酒产量河南合计	24
图表：2005年1-12月白酒产量湖北合计	25
图表：2005年1-12月白酒产量湖南合计	25
图表：2005年1-12月白酒产量广东合计	26
图表：2005年1-12月白酒产量广西合计	26
图表：2005年1-12月白酒产量海南合计	27
图表：2005年1-12月白酒产量重庆合计	27
图表：2005年1-12月白酒产量四川合计	28
图表：2005年1-12月白酒产量贵州合计	28
图表：2005年1-12月白酒产量云南合计	29
图表：2005年1-12月白酒产量陕西合计	29
图表：2005年1-12月白酒产量甘肃合计	29
图表：2005年1-12月白酒产量新疆合计	30
图表：2005年1-12月白酒产量宁夏合计	30
图表：2005年1-12月白酒产量内蒙古合计	31
图表：2005年1-12月白酒产量青海合计	31
图表：2006年1-11月白酒产量全国合计	32
图表：2006年1-11月白酒产量北京合计	32
图表：2006年1-11月白酒产量天津合计	33
图表：2006年1-11月白酒产量河北合计	33
图表：2006年1-11月白酒产量山西合计	33
图表：2006年1-11月白酒产量辽宁合计	34
图表：2006年1-11月白酒产量吉林合计	34
图表：2006年1-11月白酒产量黑龙江合计	35

图表：2006年1-11月白酒产量上海合计	35
图表：2006年1-11月白酒产量江苏合计	36
图表：2006年1-11月白酒产量浙江合计	36
图表：2006年1-11月白酒产量安徽合计	36
图表：2006年1-11月白酒产量福建合计	37
图表：2006年1-11月白酒产量江西合计	37
图表：2006年1-11月白酒产量山东合计	38
图表：2006年1-11月白酒产量河南合计	38
图表：2006年1-11月白酒产量湖北合计	39
图表：2006年1-11月白酒产量湖南合计	39
图表：2006年1-11月白酒产量广东合计	39
图表：2006年1-11月白酒产量广西合计	40
图表：2006年1-11月白酒产量海南合计	40
图表：2006年1-11月白酒产量重庆合计	41
图表：2006年1-11月白酒产量四川合计	41
图表：2006年1-11月白酒产量贵州合计	42
图表：2006年1-11月白酒产量云南合计	42
图表：2006年1-11月白酒产量陕西合计	42
图表：2006年1-11月白酒产量甘肃合计	43
图表：2006年1-11月白酒产量新疆合计	43
图表：2006年1-11月白酒产量宁夏合计	44
图表：2006年1-11月白酒产量内蒙古合计	44
图表：2006年1-11月白酒产量青海合计	45
图表：2006年1-11月白酒产量西藏合计	45
图表：2005年1-12月白酒制造主要经济指标全国合计	46
图表：2006年1-11月白酒制造主要经济指标全国合计	47
图表：2006年1-11月白酒制造主要经济指标北京合计	48
图表：2006年1-11月白酒制造主要经济指标天津合计	50
图表：2006年1-11月白酒制造主要经济指标河北合计	51
图表：2006年1-11月白酒制造主要经济指标山西合计	52
图表：2006年1-11月白酒制造主要经济指标辽宁合计	54
图表：2006年1-11月白酒制造主要经济指标吉林合计	55

图表：2006年1-11月白酒制造主要经济指标黑龙江合计	57
图表：2006年1-11月白酒制造主要经济指标上海合计	58
图表：2006年1-11月白酒制造主要经济指标江苏合计	59
图表：2006年1-11月白酒制造主要经济指标浙江合计	61
图表：2006年1-11月白酒制造主要经济指标安徽合计	62
图表：2006年1-11月白酒制造主要经济指标福建合计	63
图表：2006年1-11月白酒制造主要经济指标江西合计	65
图表：2006年1-11月白酒制造主要经济指标山东合计	66
图表：2006年1-11月白酒制造主要经济指标河南合计	67
图表：2006年1-11月白酒制造主要经济指标湖北合计	69
图表：2006年1-11月白酒制造主要经济指标湖南合计	70
图表：2006年1-11月白酒制造主要经济指标广东合计	71
图表：2006年1-11月白酒制造主要经济指标广西合计	73
图表：2006年1-11月白酒制造主要经济指标海南合计	74
图表：2006年1-11月白酒制造主要经济指标重庆合计	75
图表：2006年1-11月白酒制造主要经济指标四川合计	77
图表：2006年1-11月白酒制造主要经济指标贵州合计	78
图表：2006年1-11月白酒制造主要经济指标云南合计	79
图表：2006年1-11月白酒制造主要经济指标陕西合计	81
图表：2006年1-11月白酒制造主要经济指标甘肃合计	82
图表：2006年1-11月白酒制造主要经济指标新疆合计	83
图表：2006年1-11月白酒制造主要经济指标宁夏合计	85
图表：2006年1-11月白酒制造主要经济指标内蒙古合计	86
图表：2006年1-11月白酒制造主要经济指标青海合计	87
图表：各酒类替代品占消费者选择总量的比例	97
图表：2005年白酒企业10强	107
图表：规模以上白酒企业白酒产量变化趋势	109
图表：高端白酒行业销售收入增长态势	109
图表：高端白酒市场规模倍率测算	110
图表：高端白酒市场消费能力倍率测算	111
图表：居民收入增长率与高端白酒价格增长率比较	111
图表：我国白酒品牌区域分析	130

图表：太原白酒市场营销环境	142
图表：湖北白酒3强2005年销售情况	166
图表：白酒购买类型调查图	199
图表：影响消费者购买动机调查表	200
图表：白酒市场消费者购买方式调查分析图	201
图表：白酒市场消费者购买目的调查分析图	201
图表：消费者对广告和促销影响力的态度调查分析图	202
图表：白酒行业盈利模式示意图	228
图表：白酒行业总量增长盈利模式示意图	229
图表：我国人均GDP增长及消费升级起点	230
图表：我国白酒平均吨价水平在酒精饮料中上升最快	230
图表：白酒行业销售收入自2001年来迅速上升	231
图表：我国白酒行业利税总额稳定增长	231
图表：2005年我国吨酒价格和吨酒利润比较	232
图表：2005年我国白酒公司行业集中度	232
图表：我国白酒行业集中度变化	233
图表：高端白酒市场垄断格局初定	233
图表：2005年2月白酒制造收入前10家企业主要经济指标	233
图表：2005年3月白酒制造收入前10家企业主要经济指标	234
图表：2005年4月白酒制造收入前10家企业主要经济指标	234
图表：2005年5月白酒制造收入前10家企业主要经济指标	235
图表：2005年6月白酒制造收入前10家企业主要经济指标	235
图表：2005年7月白酒制造收入前10家企业主要经济指标	235
图表：2005年8月白酒制造收入前10家企业主要经济指标	236
图表：2005年9月白酒制造收入前10家企业主要经济指标	236
图表：2005年10月白酒制造收入前10家企业主要经济指标	237
图表：2005年11月白酒制造收入前10家企业主要经济指标	237
图表：2005年12月白酒制造收入前10家企业主要经济指标	237
图表：2006年2月白酒制造收入前10家企业主要经济指标	238
图表：2006年3月白酒制造收入前10家企业主要经济指标	238
图表：2006年4月白酒制造收入前10家企业主要经济指标	239
图表：2006年5月白酒制造收入前10家企业主要经济指标	239

图表：2006年6月白酒制造收入前10家企业主要经济指标	239
图表：2006年7月白酒制造收入前10家企业主要经济指标	240
图表：2006年8月白酒制造收入前10家企业主要经济指标	240
图表：2006年9月白酒制造收入前10家企业主要经济指标	241
图表：2006年10月白酒制造收入前10家企业主要经济指标	241
图表：2006年11月白酒制造收入前10家企业主要经济指标	241
图表：2005年12月华北地区白酒销售前十位品牌市场综合占有率	242
图表：2005年12月中南地区白酒销售前十位品牌市场综合占有率	243
图表：2005年12月西南地区白酒销售前十位品牌市场综合占有率	243
图表：全国重点大型零售企业白酒品牌销售月度监测结果	243
图表：2006年2月白酒全国十大主销商场	244
图表：2006年3月华北地区白酒销售前十位品牌市场综合占有率情况	245
图表：2006年3月东北地区白酒销售前十位品牌市场综合占有率情况	245
图表：2006年3月华东地区白酒销售前十位品牌市场综合占有率情况	246
图表：2006年3月中南地区白酒销售前十位品牌市场综合占有率情况	246
图表：2006年3月西南地区白酒销售前十位品牌市场综合占有率情况	247
图表：2006年3月西北地区白酒销售前十位品牌市场综合占有率情况	247
图表：2006年3月白酒全国20大主销商场	247
图表：2006年4月华北地区白酒销售前十位品牌市场综合占有率情况	248
图表：2006年4月华东地区白酒销售前十位品牌市场综合占有率情况	249
图表：2006年4月中南地区白酒销售前十位品牌市场综合占有率情况	249
图表：2006年4月白酒全国二十家主销商场	249
图表：2006年5月西南地区白酒销量强10位品牌市场综合占有率	251
图表：2006年5月东北地区白酒销量强10位品牌市场综合占有率	251
图表：2006年5月西北地区白酒销量强10位品牌市场综合占有率	252
图表：2006年5月白酒全国20家主销商场	252
图表：2006年6月华北地区白酒销量强10位品牌市场综合占有率	253
图表：2006年6月华东地区白酒销量强10位品牌市场综合占有率	254
图表：2006年6月中南地区白酒销量强10位品牌市场综合占有率	254
图表：2006年6月白酒全国20家主销商场	254
图表：2006年7月东北地区白酒销量强10位品牌市场综合占有率	255
图表：2006年7月中南地区白酒销量强10位品牌市场综合占有率	256

图表：2006年7月西北地区白酒销量强10位品牌市场综合占有率	256
图表：2006年7月白酒全国20家主销商场	257
图表：2006年8月全国白酒20家主销商场	257
图表：2006年8月华北地区白酒销量强10位品牌市场综合占有率	258
图表：2006年8月华东地区白酒销量强10位品牌市场综合占有率	259
图表：2006年8月中南地区白酒销量强10位品牌市场综合占有率	259
图表：2006年10月白酒全国20家主销商场	260
图表：2006年10月华北地区白酒销售前10位品牌市场综合占有率	261
图表：2006年10月华东地区白酒销售前10位品牌市场综合占有率	261
图表：2006年10月中南地区白酒销售前10位品牌市场综合占有率	262
图表：主要高档白酒产能及2006预计销量比较	262
图表：2004、2005年白酒行业各媒体广告投放增幅对比	263
图表：2005年白酒行业广告投放分布	263
图表：2005年白酒行业广告投放前十位品牌排名	263
图表：2006年11月白酒电视广告费用投放前10名	265
图表：2006年11月白酒电视广告投放时长前10名	266
图表：2006年11月白酒电视广告投放次数前10名	266
图表：2006年11月白酒电视广告投放频道数前10名	267
图表：制酒饮料行业工业总产值增长情况	276
图表：制酒饮料行业产品销售收入增长情况	277
图表：三大酒业增速对比	277
图表：制酒饮料行业利润总额增长情况	278
图表：制酒饮料行业亏损企业亏损额情况	278
图表：制酒饮料行业产品销售成本变化	279
图表：制酒饮料行业财务费用变化	279
图表：制酒饮料行业资产及资金变化	280
图表：制酒饮料行业产量增长情况	281
图表：制酒饮料行业工业销售值增长情况	281
图表：制酒饮料行业产成品增长情况	282
图表：制酒饮料行业出口交货值增长情况	282
图表：1980年-2005年我国啤酒行业产量	283
图表：2006年1-11月啤酒产量	284

图表：2005年1-12月啤酒制造业主要经济指标全国合计	284
图表：2006年1-11月啤酒制造业主要经济指标全国合计	286
图表：2006年1-11月葡萄酒产量	288
图表：2005年1-12月葡萄酒制造业主要经济指标全国合计	288
图表：2006年1-11月葡萄酒制造业主要经济指标全国合计	289
图表：黄酒历年的产量情况	298
图表：2006年1-11月黄酒产量	299
图表：五粮液主要股东	323
图表：2006年五粮液获利能力分析	326
图表：2006年五粮液经营能力分析	326
图表：2006年五粮液偿债能力分析	327
图表：2006年五粮液资本结构分析	327
图表：2006年五粮液发展能力分析	327
图表：2006年五粮液现金流量分析	327
图表：2006年五粮液利润分配表	328
图表：贵州茅台主要股东	331
图表：2006年贵州茅台获利能力分析	332
图表：2006年贵州茅台经营能力分析	332
图表：2006年贵州茅台偿债能力分析	332
图表：2006年贵州茅台资本结构分析	333
图表：2006年贵州茅台发展能力分析	333
图表：2006年贵州茅台现金流量分析	333
图表：2006年利润分配表	333
图表：2006年前11个月茅台销售量前十大省份排名及销售量	335
图表：茅台酒近年来出厂价格变动情况	336
图表：消费者购买高端白酒首要考虑因素	337
图表：贵州茅台98年以来产量变化趋势	338
图表：贵州茅台近年新增产能一览	338
图表：主要高端白酒上市公司销售现金比率比较	339
图表：贵州茅台近5年销售收入趋势	340
图表：贵州茅台预收账款增长情况	340
图表：主要高端白酒公司治理结构比较	342

图表：贵州茅台和五粮液高端产品销售收入比较	342
图表：贵州茅台和五粮液收入增长率比较	343
图表：主要高档白酒公司毛利率变化趋势比较	343
图表：主要高端白酒公司期间费用率比较	344
图表：泸州老窖主要股东	353
图表：泸州老窖销售队伍分布图	353
图表：2006年泸州老窖获利能力分析	354
图表：2006年泸州老窖经营能力分析	354
图表：2006年泸州老窖偿债能力分析	354
图表：2006年泸州老窖资本结构分析	354
图表：2006年泸州老窖发展能力分析	355
图表：2006年泸州老窖现金流量分析	355
图表：2006年泸州老窖利润分配表	355
图表：泸州老窖销售费用和销售费用率变化	356
图表：水井坊主要股东	358
图表：2006年水井坊获利能力分析	358
图表：2006年水井坊经营能力分析	358
图表：2006年水井坊偿债能力分析	359
图表：2006年水井坊资本结构分析	359
图表：2006年水井坊发展能力分析	359
图表：2006年水井坊现金流量分析	359
图表：2006年水井坊利润分配表	360
图表：沱牌曲酒主要股东	363
图表：2006年沱牌曲酒获利能力分析	363
图表：2006年沱牌曲酒经营能力分析	363
图表：2006年沱牌曲酒偿债能力分析	364
图表：2006年沱牌曲酒资本结构分析	364
图表：2006年沱牌曲酒发展能力分析	364
图表：2006年沱牌曲酒现金流量分析	364
图表：2006年沱牌曲酒利润分配表	365
图表：山西汾酒主要股东	372
图表：2006年山西汾酒获利能力分析	373

图表：2006年山西汾酒经营能力分析	373
图表：2006年山西汾酒偿债能力分析	373
图表：2006年山西汾酒资本结构分析	373
图表：2006年山西汾酒发展能力分析	374
图表：2006年山西汾酒现金流量分析	374
图表：2006年山西汾酒利润分配表	374
图表：山西汾酒省外市场销售收入及占总收入比重	376
图表：山西汾酒不同年份主要产品销量所占比例比较	377
图表：山西汾酒主营业务利润率走势	377
图表：酒鬼酒主要股东	378
图表：2006年酒鬼酒获利能力分析	379
图表：2006年酒鬼酒经营能力分析	379
图表：2006年酒鬼酒偿债能力分析	379
图表：2006年酒鬼酒资本结构分析	380
图表：2006年酒鬼酒发展能力分析	380
图表：2006年酒鬼酒现金流量分析	380
图表：2006年酒鬼酒利润分配表	380
图表：古井集团主要股东	388
图表：2006年古井集团获利能力分析	389
图表：2006年古井集团经营能力分析	389
图表：2006年古井集团偿债能力分析	389
图表：2006年古井集团资本结构分析	389
图表：2006年古井集团发展能力分析	390
图表：2006年古井集团现金流量分析	390
图表：2006年古井集团利润分配表	390
图表：白酒行业龙头企业增长驱动因素示意图	400
图表：我国农村居民人均收入（以1990年为不变价）	401
图表：我国城镇居民人均收入（以1990年为不变价）	401
图表：我国农村居民和城镇居民收入增长与消费升级（扣除通货膨胀因素）	402
图表：我国城市化水平持续提高	402
图表：国家财政决策收入呈现快速增长	403
图表：国家财政支出呈现快速增长	403

图表：行政公务支出占财政支出比重逐步上升	404
图表：我国工业企业销售收入近年来呈现快速增长	404
图表：我国工业企业利润总额呈现快速增长（以1978年为不变价）	405
图表：我国社会消费品零售总额增长速度	405
图表：我国餐饮业销售收入近年来保持较快增长	406
图表：我国餐饮业占社会消费品零售总额比重不断上升	406
图表：我国GDP增速预测（以1978年为不变价）	414
图表：我国最终消费增速预测（现价）	415
图表：白酒行业销售收入及行业利润预测	415
图表：部分白酒品牌提价过程	417
图表：高端白酒出厂价格/城镇居民收入值的变化（以五粮液为例）	417
图表：2005年主要酒类品牌价值评估	418
图表：白酒企业广告费用投入逐渐增加	418
图表：白酒行业SWOT分析	420

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42764.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。