



艾凯咨询
ICAN Consulting

2007年中国白酒市场分析及研究 预测报告

一、调研说明

《2007年中国白酒市场分析及研究预测报告》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/42765.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

第一章 中国白酒行业发展现状分析 6

第一节 白酒行业发展回顾 6

一、我国白酒生产情况 6

二、白酒行业经济效益情况 7

三、白酒骨干企业的生产和效益情况 7

四、白酒的产品结构情况 7

第二节 白酒行业发展现状分析 8

一、白酒行业的概况 8

二、白酒行业的主要特征 8

三、市场结构分析 9

四、市场特性分析 10

五、白酒行业的现状 10

1、产品缺乏创新 10

2、营销秩序混乱 11

3、地方过分保护 11

4、高端产品开始“滥”市 12

5、中低端产品品牌化发展加速 12

六、造成白酒市场经营困难的成因 12

七、中国白酒正面临发展危机 14

第三节 白酒行业存在的问题 15

一、白酒行业产品生产能力大于市场需求，即产大于销，市场竞争激烈 15

二、小酒厂盲目发展，数量众多，企业结构严重不合理的情况仍然存在 15

三、流通秩序混乱，假冒伪劣猖獗 15

四、白酒企业集团化、规模化发展仍需引导 15

五、整体装备水平仍然较低 15

六、“三废”治理仍需加强 15

七、税收流失严重 16

八、行业集中度较低 16

九、两极分化不断加剧	16
十、税收流失比较严重	16
第四节 白酒行业结构调整分析	16
一、行业结构的调整	16
二、企业结构的调整	17
三、产品结构的调整	17
第五节 关于我国白酒产业的深层思考	18
一、白酒产业发展的状况	18
二、白酒产业发展的困惑	19
三、白酒产业发展的趋势	20
四、白酒产业发展的对策	21
第六节 白酒市场消费分析	22
一、白酒仍为酒类消费的主力市场，消费目的主要集中于自用	22
二、品牌消费意识较强，营养价值与文化内涵成为白酒消费的重要特点	22
三、口感成为消费者评价白酒质量、选择品牌的主导因素	22
四、中档白酒市场看好，产品包装已成为白酒完整产品的重要组成部分	23
五、白酒购买及消费地点相对集中，促销活动及方式更倾向于实惠	23
第二章 2004-2006年中国白酒行业发展状况	25
第一节 2004年中国白酒行业总体情况分析	25
一、产量	25
二、销售收入	26
三、白酒骨干企业生产能力	27
四、白酒行业产业结构性矛盾突出	27
第二节 2004年中国白酒行业发展存在的问题	28
一、白酒行业和企业生产经营中存在的问题	28
二、政策和制度体系存在的问题	29
第三节 2004年中国白酒行业各项经济指标分析	30
一、行业主要经济指标概述	30
二、工业总产值情况	31
三、企业评价指标	33
四、企业盈亏情况	33

五、资产负债情况	36
六、产销存情况	36
七、财务费用情况	36
第四节 2005年白酒工业经济运行情况	37
一、2005年度白酒工业经济运行情况	37
二、促进白酒工业健康发展及2006年的几项重点工作	38
第五节 2005年1-12月中国白酒制造主要经济指标分析	40
一、行业规模	40
1、工业总产值	40
2、企业单位数	41
3、全部从业人员平均人数	42
4、资产总计	43
5、负债总计	44
二、行业效益	45
1、产品销售收入	45
2、利润总额	46
3、产值利税率	47
4、资产负债率	48
5、资金利润率	49
6、成本费用利润率	50
7、产成品资金占用率	51
三、其他经济指标	52
1、产成品	52
2、产品销售成本	53
3、产品销售费用	54
4、管理费用	55
5、财务费用	56
6、亏损企业单位数	57
7、亏损企业亏损总额	58
8、人均销售率	59
第六节 2005年1-12月白酒制造分经济类型主要经济指标	60
一、2005年1-12月白酒制造国有企业主要经济指标	60

二、2005年1-12月白酒制造集体企业主要经济指标	61
三、2005年1-12月白酒制造股份合作企业主要经济指标	62
四、2005年1-12月白酒制造股份制企业主要经济指标	64
五、2005年1-12月白酒制造私营企业主要经济指标	65
六、2005年1-12月白酒制造外商和港澳台投资企业主要经济指标	67
第七节 2005年2-12月白酒制造收入前十家企业	68
第八节 2006年中国白酒业经济指标	73
第九节 2006年2-9月白酒制造收入前十家企业	123

第三章 中国白酒行业区域市场发展分析 126

第一节 华北地区白酒市场分析	126
第二节 华中地区白酒市场分析	144
第三节 华东地区市场分析	153
第四节 华南地区白酒市场分析	196
第五节 西南地区白酒市场分析	213
第六节 西北地区白酒市场分析	225
第七节 东北白酒市场分析	237

第四章 中国白酒行业营销渠道及营销战略分析 243

第一节 白酒营销渠道分析	243
一、白酒行业的营销环境分析	243
二、现存的营销渠道分析	243
三、终端渠道制定策略分析	245
四、酒业终端市场营销管理策略分析	252
第二节 白酒终端建设的误区与管理	257
一、终端建设的误区	257
二、销售渠道的级数和渠道的建设与管理	259
第三节 白酒市场终端弱势分析	264
第四节 白酒市场营销模式的分析	266
一、白酒的历史和营销模式的发展过程	266
二、白酒的终端渠道	267
三、终端渠道深度开发分析	267

第五节 白酒营销过程中的七块“死穴”分析	272
第六节 白酒高端产品选择经销商的误区分析	275
第七节 白酒营销战略分析	279
一、中国酒业有效整合营销策略分析	279
二、建立厂商的双赢模式分析	287
第八节 白酒市场推广策略分析	291
一、产品导入分析	291
二、产品的组合和产品线决策	294
三、白酒城市市场推广策略	300
四、白酒农村推广策略	316
第九节 简装白酒的品牌价值及营销策略	327
一、简装白酒也可以使品牌升值、放大产品的商业价值	328
二、精简简装酒分销渠道结构，使渠道商业利益最大化	329
三、注重战术手段，多考虑采用战术性手段使产品营销利益增值	329
第十节 白酒营销拒绝偶然成功	330
第十一节 我国白酒营销三大趋势	332
 第五章 “班超”白酒乌鲁木齐市推广案例解析	334
一、感悟等待的真谛	334
二、一拍既合	335
三、通吃终端馅饼	336
四、一次另类的整合	338
 第六章 WTO与中国白酒业	343
第一节 加入WTO后白酒企业面临的机遇	343
第二节 加入WTO以后白酒企业面临的挑战	343
第三节 白酒企业应该如何面对WTO开拓世界市场	345
 第七章 中国白酒业竞争格局分析	347
第一节 白酒竞争特点分析	347
第二节 地区竞争格局分析	349
第三节 中小白酒企业相对竞争力分析	351

一、相对竞争力分析	351
二、业务专注就是竞争力	352
三、执行力就是竞争力	353
第四节 领先企业竞争格局分析	354
第八章 中国白酒业部分优势企业分析	356
第一节 五粮液股份有限公司	356
第二节 贵州茅台酒股份有限公司	368
第三节 四川全兴股份有限公司	376
第四节 泸州老窖股份有限公司	378
第五节 安徽古井贡酒股份有限公司	385
第六节 四川剑南春集团有限责任公司	390
第七节 四川沱牌曲酒股份有限公司	395
第八节 山西杏花村汾酒厂股份有限公司	400
第九节 湖南酒鬼酒股份有限公司	408
第九章 白酒业发展趋势分析	411
第一节 联合是酒业发展大势所趋	411
第二节 白酒业全球消费发展趋势	412
第三节 我国白酒生产与消费出现的新趋势	413
第四节 我国酒业发展的六大趋势	415
第十章 白酒行业发展策略分析	417
第一节 大型白酒企业集团的未来发展策略分析	417
一、做好自身产业结构的调整	417
二、要实行专业化和多元化并进的策略	418
第二节 对现行的白酒企业的多样化经营分析	419
一、白酒企业多样化经营情况	419
二、现行白酒行业多样化经营的方向	419
三、全兴的多样化经营分析	419
第三节 我国白酒中小型企业发展的“五力模型”分析	421
一、中小白酒企业发展之五力模型	422

1、企业发展之竞争力	423
2、企业发展之执行力	423
3、企业发展之成长力	424
4、企业发展之生命力	424
5、企业发展之学习力	425
二、总结：合适的才是最好的	426
第四节 对中小企业生产经营的建议	426
一、细分化生存方式	426
二、产品化生存方式	427
三、区域化生存方式	428
四、专业化生存方式	428
五、个性化生存方式	428
第五节 白酒工业发展必须依靠科技的推动	429
第六节 白酒业，囚徒困境如何冲破樊笼	430
第七节 白酒业复兴之路	434

部分图表目录

图表 2006年2月全国白酒制造业经济指标（1）	
图表 2006年2月全国白酒制造业经济指标（2）	
图表 2006年2月全国白酒制造业经济指标（3）	
图表 2006年2月全国白酒制造业经济指标（4）	
图表 2006年3月全国白酒制造业经济指标（1）	
图表 2006年3月全国白酒制造业经济指标（2）	
图表 2006年3月全国白酒制造业经济指标（3）	
图表 2006年3月全国白酒制造业经济指标（4）	
图表 2006年4月全国白酒制造业经济指标（1）	
图表 2006年4月全国白酒制造业经济指标（2）	
图表 2006年4月全国白酒制造业经济指标（3）	
图表 2006年4月全国白酒制造业经济指标（4）	
图表 2006年5月全国白酒制造业经济指标（1）	
图表 2006年5月全国白酒制造业经济指标（2）	
图表 2006年5月全国白酒制造业经济指标（3）	

图表 2006年5月全国白酒制造业经济指标（4）

图表 2006年6月全国白酒制造业经济指标（1）

图表 2006年6月全国白酒制造业经济指标（2）

图表 2006年6月全国白酒制造业经济指标（3）

图表 2006年6月全国白酒制造业经济指标（4）

图表 2006年7月全国白酒制造业经济指标（1）

图表 2006年7月全国白酒制造业经济指标（2）

图表 2006年7月全国白酒制造业经济指标（3）

图表 2006年7月全国白酒制造业经济指标（4）

图表 2006年8月全国白酒制造业经济指标（1）

图表 2006年8月全国白酒制造业经济指标（2）

图表 2006年8月全国白酒制造业经济指标（3）

图表 2006年8月全国白酒制造业经济指标（4）

图表 2006年2月白酒制造收入前十家企业

图表 2006年3月白酒制造收入前十家企业

图表 2006年4月白酒制造收入前十家企业

图表 2006年5月白酒制造收入前十家企业

图表 2006年6月白酒制造收入前十家企业

图表 2006年7月白酒制造收入前十家企业

图表 2006年8月白酒制造收入前十家企业

图表 2006年9月白酒制造收入前十家企业

图表 2006年2-9月北京市白酒产量

图表 2006年2-9月天津白酒产量

图表 2006年2-9月河北白酒产量

图表 2006年2-9月山西白酒产量

图表 2006年2-9月内蒙古白酒产量

图表 2006年2-9月河南白酒产量

图表 2006年2-9月湖北白酒产量

图表 2006年2-9月湖南白酒产量

图表 2006年2-9月上海白酒产量

图表 2006年2-9月山东白酒产量

图表 2006年2-9月江苏白酒产量

图表 2006年2-9月浙江白酒产量

图表 2006年2-9月福建白酒产量

图表 2006年2-9月江西白酒产量

图表 2006年2-9月安徽白酒产量

图表 2006年2-9月广东白酒产量

图表 2006年2-9月广西白酒产量

图表 2006年2-9月海南白酒产量

图表 2006年2-9月四川白酒产量

图表 2006年2-9月重庆白酒产量

图表 2006年2-9月贵州白酒产量

图表 2006年2-9月云南白酒产量

图表 2006年2-9月陕西白酒产量

图表 2006年2-9月甘肃白酒产量

图表 2006年2-9月青海白酒产量

图表 2006年2-9月新疆白酒产量

图表 2006年2-9月宁夏白酒产量

图表 2006年2-9月辽宁白酒产量

图表 2006年2-9月黑龙江白酒产量

图表 2006年2-9月吉林白酒产量

图表 2001-2005年全国白酒产量变化图

图表 2001-2005年北京市白酒产量变化图

图表 2001-2005年天津市白酒产量变化图

图表 2001-2005年河北省白酒产量变化图

图表 2001-2005年山西省白酒产量变化图

图表 2001-2005年内蒙古白酒产量变化图

图表 2001-2005年河南省白酒产量变化图

图表 2001-2005年湖北省白酒产量变化图

图表 2001-2005年湖南省白酒产量变化图

图表 2001-2005年上海市白酒产量变化图

图表 2001-2005年山东省白酒产量变化图

图表 2001-2005年江苏省白酒产量变化图

图表 2001-2005年浙江省白酒产量变化图

图表 2001-2005年福建省白酒产量变化图

图表 2001-2005年江西省白酒产量变化图

图表 2001-2005年安徽省白酒产量变化图

图表 2001-2005年广东省白酒产量变化图

图表 2001-2005年广西白酒产量变化图

图表 2001-2005年海南省白酒产量变化图

图表 2001-2005年四川省白酒产量变化图

图表 2001-2005年重庆市白酒产量变化图

图表 2001-2005年贵州省白酒产量变化图

图表 2001-2005年云南省白酒产量变化图

图表 2001-2005年陕西省白酒产量变化图

图表 2001-2005年甘肃省白酒产量变化图

图表 2001-2005年青海省白酒产量变化图

图表 2001-2005年新疆白酒产量变化图

图表 2001-2005年辽宁省白酒产量变化图

图表 2001-2005年黑龙江省白酒产量变化图

图表 2001-2005年吉林省白酒产量变化图

图表 2005年1-12月白酒制造国有企业主要经济指标

图表 2005年1-12月白酒制造集体企业主要经济指标

图表 2005年1-12月白酒制造股份合作企业主要经济指标

图表 2005年1-12月白酒制造股份制企业主要经济指标

图表 2005年1-12月白酒制造私营企业主要经济指标

图表 2005年1-12月白酒制造外商和港澳台投资企业主要经济指标

图表 2005年2月白酒制造收入前十家企业

图表 2005年2月白酒制造收入前十家企业

图表 2005年3月白酒制造收入前十家企业

图表 2005年4月白酒制造收入前十家企业

图表 2005年5月白酒制造收入前十家企业

图表 2005年6月白酒制造收入前十家企业

图表 2005年7月白酒制造收入前十家企业

图表 2005年8月白酒制造收入前十家企业

图表 2005年9月白酒制造收入前十家企业

图表 2005年10月白酒制造收入前十家企业

图表 2005年11月白酒制造收入前十家企业

图表 2005年12月白酒制造收入前十家企业

图表 2005年1-12月白酒制造累计工业总产值（当年价格）

图表 2005年1-12月白酒制造累计企业单位数

图表 2005年1-12月白酒制造累计全部从业人员平均人数

图表 2005年1-12月白酒制造累计资产总计

图表 2005年1-12月白酒制造累计负债总计

图表 2005年1-12月白酒制造累计产品销售收入

图表 2005年1-12月白酒制造累计利润总额

图表 2005年1-12月白酒制造产值利税率

图表 2005年1-12月白酒制造资产负债率

图表 2005年1-12月白酒制造资金利润率

图表 2005年1-12月白酒制造成本费用利润率

图表 2005年1-12月白酒制造产成品资金占用率

图表 2005年1-12月白酒制造累计产成品

图表 2005年1-12月白酒制造累计产品销售成本

图表 2005年1-12月白酒制造累计产品销售费用

图表 2005年1-12月白酒制造累计管理费用

图表 2005年1-12月白酒制造累计财务费用

图表 2005年1-12月白酒制造累计亏损企业单位数

图表 2005年1-12月白酒制造累计亏损企业亏损总额

图表 2005年1-12月白酒制造人均销售率

图表 2005年白酒全国合计

图表 2005年白酒北京市合计

图表 2005年天津白酒合计

图表 2005年河北白酒产量

图表 2005年山西白酒产量

图表 2005年内蒙古白酒产量

图表 2005年河南白酒产量

图表 2005年湖北白酒产量

图表 2005年湖南白酒产量

图表 2005年上海白酒产量

图表 2005年山东白酒产量

图表 2005年江苏白酒产量

图表 2005年浙江白酒产量

图表 2005年福建白酒产量

图表 2005年江西白酒产量

图表 2005年安徽白酒产量

图表 2005年广东白酒产量

图表 2005年广西白酒产量

图表 2005年海南白酒产量

图表 2005年四川白酒产量

图表 2005年重庆白酒产量

图表 2005年贵州白酒产量

图表 2005年云南白酒产量

图表 2005年月陕西白酒产量

图表 2005年月甘肃白酒产量

图表 2005年青海白酒产量

图表 2005年新疆白酒产量

图表 2005年辽宁白酒产量

图表 2005年吉林白酒产量

图表 2005年黑龙江白酒产量

图表 2004年白酒产量前 1 0 位的企业

图表 2004年白酒行业销售收入前 1 0 位的企业

图表 2004年白酒制造累计工业总产值（当年价格）

图表 2004年白酒制造累计工业总产值（当年价格）比上年同期增长

图表 2004年白酒企业评价指标

图表 2004年白酒企业盈亏情况

图表 2004年白酒制造累计亏损企业单位数

图表 2004年白酒制造累计亏损企业亏损总额

图表 2004年白酒资产负债表

图表 2004年白酒业产销存情况

图表 2004年白酒业财务费用情况

图表 2004年白酒全国合计

图表 2004年北京白酒产量

图表 2004年天津白酒产量

图表 2004年河北白酒产量

图表 2004年山西白酒产量

图表 2004年内蒙古白酒产量

图表 2004年河南白酒产量

图表 2004年湖北白酒产量

图表 2004年湖南白酒产量

图表 2004年上海白酒产量

图表 2004年山东白酒产量

图表 2004年江苏白酒产量

图表 2004年浙江白酒产量

图表 2004年福建白酒产量

图表 2004年江西白酒产量

图表 2004年安徽白酒产量

图表 2004年广东白酒产量

图表 2004年广西白酒产量

图表 2004年海南白酒产量

图表 2004年四川白酒产量

图表 2004年重庆白酒产量

图表 2004年贵州白酒产量

图表 2004年云南白酒产量

图表 2004年陕西白酒产量

图表 2004年甘肃白酒产量

图表 2004年青海白酒产量

图表 2004年新疆白酒产量

图表 2004年辽宁白酒产量

图表 2004年吉林白酒产量

图表 2004年黑龙江白酒产量

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 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 茅台集团公司产品组合宽度和产品线长度

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42765.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。