



艾凯咨询
ICAN Consulting

2006-2007年中国白酒市场研究 及发展预测

一、调研说明

《2006-2007年中国白酒市场研究及发展预测》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/42777.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

〔 描述 〕

我国白酒产量的大规模提升，是在80年代初期中国粮食生产逐渐增加及国家放松对酿酒用粮的限制后得到迅速发展的，白酒产量从1980年的215万吨，迅速扩展到1996年的801万吨。之后由于国家政策的引导和居民消费心理的变化，白酒产量经过迅速增长在1996年达到801万吨的高峰后，便踏上了漫漫下调之路。2005年白酒产量出现恢复性增长，达到349万吨，比2004年增长15.03%；2006年上半年，白酒行业延续了增长势头，产量达到193.1万吨，同比增长22.4%。

白酒行业产量和经济效益的同比增长，主要源于企业产品结构的调整和市场消费需求稳定。目前中高档白酒是行业的主要利润来源，低档酒市场萎缩较为明显。行业呈现明显的“二八现象”，即从产销量看是正金字塔，从利润看是倒金字塔，高档酒处于正金字塔的塔尖和倒金字塔的塔底；我们认为，白酒行业中公司成长的推动力来源于产品向高端市场进军。

《2006-2007年中国白酒市场研究及发展预测》是在中心“十一五”酒业行业研究组课题研究成果基础上，采用最新数据，结合我们对企业进行战略分析的基础上撰写而成。

本研究报告依据中国酒业协会、国家信息中心、国务院研究发展中心和国家统计局等权威渠道数据，同时采用中心大量产业数据库以及我们对白酒业所进行的市场调查大量资料，综合运用定量和定性的分析方法对中国白酒行业的投资发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。在报告的成稿过程中得到中国酒业协会专家、领导耐心的指导建议，在此一并表示感谢。

本报告主要面向于白酒生产及流通企业以及欲进入的产业投资资本，同时对于产业研究规律、产业政策制定和欲进入的金融投资集团具有重要的参考价值。

（报告共十四章302页，21余万字，其中图表58个，2006年11月份出品）

〔 目录 〕

第一部分 2006-2007年我国白酒行业外部环境分析

第一章 2005-2006年中国经济及人口环境分析

第一节 2006年中国宏观经济环境分析

一、2006年中国宏观经济基本特点

二、经济运行中值得关注的新问题

第二节 2005-2006年中国人口统计及居民收入分析

一、中国人口统计分析

二、2005-2006年中国城镇居民收入分析

三、中国城乡恩格尔系数变化

第二章 中国白酒行业特点分析

第一节 白酒行业的定义与分类

一、白酒的定义

二、白酒的分类

三、其它蒸馏酒

第二节 中国白酒简介

第三节 白酒行业的特点

一、白酒行业特点分析

二、白酒市场特性分析

第四节 白酒行业原材料及生产工艺分析

一、我国白酒产品的原料

二、粮食涨价对白酒行业的影响分析

第三章 2006-2007年中国白酒行业政策环境分析

第一节 2006年4月白酒产业政策新动向

第二节 白酒消费税政策及其影响分析

第三节 限制白酒广告投放量的政策及其影响分析

第二部分 2006-2007年白酒行业市场分析

第四章 2006-2007年中国白酒市场总体情况分析

第一节 2005-2006年中国白酒工业的总体情况

一、全国白酒总产量增长

二、销售收入平稳增加

三、白酒骨干企业生产能力进一步提高

第二节 2005-2006年中国白酒市场的特点分析

一、消费观念的变化，为白酒行业带来了消费总量的逐渐下滑

二、白酒行业竞争愈来愈激烈，居高不下的营销成本，侵蚀利润已成客观事实

三、受国家政策影响巨大

四、消费力增长支持白酒走高

第三节 2006-2007年中国白酒市场预测

第五章 2006-2007年中国白酒制造业发展分析

第一节 2005-2006年中国白酒行业发展新动态分析

一、区域市场发展不平衡

二、高档白酒价格涨幅波动引发“啤酒效应”

三、我国白酒行业首次拥有受《商标法》保护的证明商标

第二节 白酒制造业发展中存在的热点问题分析

第三节 白酒行业发展循环经济探讨

第六章 2005年中国白酒制造行业经济指标分析

第一节 2005年中国白酒制造行业各所有制形式企业的经济指标分析

第二节 2005年中国白酒制造行业各规模企业的经济指标分析

第三节 2005年中国白酒制造行业各地区企业的经济指标分析

第四节 2006年中国白酒制造业经济指标

第七章 2006-2007年中国白酒区域市场分析

第一节 北京白酒市场分析

一、北京市白酒市场特点

二、北京市白酒主要品牌的现状

三、北京白酒销售渠道与价格分析

四、运作北京市场的要求及策略

第二节 上海白酒需求分析

一、上海白酒消费市场的振兴之道

二、上海市白酒市场概况

第三节 深圳市白酒市场分析

一、深圳白酒市场

二、深圳市白酒消费特点分析

第四节 河南白酒市场分析

一、河南白酒业发展现状分析

二、河南白酒企业的营销突围途径

三、河南白酒打造强势区域品牌的途径

第五节 山西白酒市场分析

第六节 四川白酒市场分析

一、四川白酒业发展现状

二、2006年四川名酒销售增速

第七节 贵州白酒市场分析

一、贵州白酒市场现状

二、贵州白酒发展中存在的问题

三、贵州白酒业应对竞争的策略

第八节 山东白酒需求分析

一、山东省白酒业现状

二、山东省白酒业竞争状况

三、山东地区消费者特点分析

第九节 江苏白酒市场分析

一、江苏白酒市场现状及消费特点

二、江苏白酒市场：回归的三个现象

第十节 浙江白酒市场分析

一、市场动态与机会分析：

二、市场预测

第十一节 辽宁白酒市场分析

第十二节 黑龙江白酒市场分析

第十三节 中国农村白酒市场

第八章 2006-2007年中国白酒市场热点分析

第一节 “绿色白酒”概念的提出

一、“绿色白酒”,更健康更高雅的白酒消费方式

二、“2006中国绿色白酒论坛”在黄山举行

第二节 高端白酒市场分析

一、2005高端白酒市场态势

二、企业平静对待税改 白酒高端化成为趋势

第三节 高度酒市场

一、高度白酒市场现状扫描

二、高度白酒消费形态分析

三、主要高度白酒产品推广研究

四、高度白酒市场进入思考

第九章 消费者分析

第一节 皖、赣、湘、鄂四省白酒消费行为分析

一、安徽白酒消费调查

二、江西白酒消费调查

三、湖南白酒消费调查

四、湖北白酒消费调查

第二节 主要消费白酒品牌与消费特点分析

一、主要消费白酒品牌市场现状

二、消费者行为现状

三、白酒品牌发展前景

第三部分 2006-2007年中国白酒行业竞争现状分析

第十章 2006-2007年中国白酒行业竞争格局分析

第一节 2005年中国白酒行业竞争局势分析

一、川酒主流企业进入调整期

二、贵州茅台镇阵营扩张减速

三、安徽白酒最具增长潜力

四、江苏白酒走向振兴

五、山东白酒卧薪尝胆

第二节 中国白酒重点企业分析

一、五粮液集团有限公司

二、贵州茅台

三、四川剑南春集团有限责任公司

第三节 2006-2007年中国白酒进出口分析

第十一章 2005年中国白酒市场销售渠道分析

第一节 2005年白酒销售渠道分析

一、白酒销售渠道重心下移

二、白酒经销商现状及关系管理

第二节 白酒终端构成及发展

第三节 白酒终端市场之一餐饮业发展现状分析

第十二章 2005年中国白酒市场营销策略分析

第一节 2005年中国白酒市场价格分析

一、广东中档白酒价格飞涨及原因分析

二、高档白酒的价格定位方案分析

第二节 2005~2006白酒企业广告分析

一、新的白酒广告法规

二、2006年中国酒类广告投放分析

三、白酒广告投放策略

第三节 2005年白酒包装发展状况分析

一、功利性包装三大诱因

二、理性回归需要时间

三、方向：传承和发扬地域文化

四、新材料激光全息材料在酒纸包装中的应用前景

五、白酒包装各元素使用需推陈出新

第四节 女性白酒的营销问题分析

一、女性白酒的营销概念

二、女性白酒个性化营销攻略

第五节 农村白酒市场营销策略

一、如何定位农村市场的白酒产品

二、如何细分目标消费群体

三、怎样让消费者接受并产生互动

四、如何把农村消费者培育成忠实的顾客

第十三章 白酒市场的品牌策略分析

第一节 现有企业采用的品牌策略分析

一、白酒产品为什么要实施定位战略

二、白酒产品如何定位

三、白酒的产品定位和营销组合

第二节 中小白酒生产企业营销策略案例分析泰山生力源集团

第三节 高端白酒市场的品牌塑造模糊

第四部分 2006-2007年中国白酒行业投资机会及建议分析

第十四章 2006年白酒行业预测

第一节 2006年白酒业发展概况分析

一、2006年一季度白酒业发展简况

二、2006年消费淡季仍有作为

第二节 二十一世纪中国白酒科技与酒体风味特征的发展趋势

第三节 2006年白酒业面临的质量问题

第四节 我国酿酒行业十一五计划和2015年规划的主要内容

一、关于行业发展的指导思想

二、产品结构与产品质量

三、技术结构和装备水平

四、出口创汇

五、原材料结构

六、治理污染

附录

附录一：《全国食品工业“十一五”发展规划建议》

附录二：《中国消费品市场发展报告(2005--2006)》

附录三：2006年我国食品包装行业将强制推行CQC标志认证附录四：白酒销售渠道规划案例

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42777.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。