



艾凯咨询
ICAN Consulting

2006年中国白酒市场研究预测报告 告

一、调研说明

《2006年中国白酒市场研究预测报告》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/42867.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7 第一节 白酒行业发展回顾7 一、我国白酒生产情况7 二、白酒行业经济效益情况8 三、白酒骨干企业的生产和效益情况8 四、白酒的产品结构情况8 第二节 白酒行业发展现状分析9 一、白酒行业的概况9 二、白酒行业的主要特征9 三、市场结构分析10 四、市场特性分析11 五、白酒行业的现状11 1、产品缺乏创新11 2、营销秩序混乱11 3、地方过分保护12 4、高端产品开始“滥”市12 5、中低端产品品牌化发展加速12 第三节 白酒行业存在的问题13 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13 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13 三、流通秩序混乱，假冒伪劣猖獗13 四、白酒企业集团化、规模化发展仍需引导13 五、整体装备水平仍然较低13 六、“三废”治理仍需加强13 七、税收流失严重14 八、行业集中度较低14 九、两极分化不断加剧14 十、税收流失比较严重14 第四节 白酒行业结构调整分析14 一、行业结构的调整14 二、企业结构的调整15 三、产品结构的调整15 第五节 关于我国白酒产业的深层思考16 一、白酒产业发展的状况16 二、白酒产业发展的困惑17 三、白酒产业发展的趋势18 四、白酒产业发展的对策19 第六节 白酒市场消费分析20 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20 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20 三、口感成为消费者评价白酒质量、选择品牌的主导因素20 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21 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21 第二章 2004-2005年中国白酒行业发展状况分析23 第一节 2004年中国白酒行业总体情况分析23 一、产量23 二、销售收入24 三、白酒骨干企业生产能力25 四、白酒行业产业结构性矛盾突出25 第二节 2004年中国白酒行业发展存在的问题26 一、白酒行业和企业生产经营中存在的问题26 二、政策和制度体系存在的问题27 第三节 2004年中国白酒行业各项经济指标分析28 一、行业主要经济指标概述28 二、工业总产值情况29 三、企业评价指标31 四、企业盈亏情况31 五、资产负债情况34 六、产销存情况34 七、财务费用情况34 第四节 2005年中国白酒行业产量分析35 第五节 2005年中国白酒制造主要经济指标分析36 一、行业规模36 1、工业总产值36 2、企业单位数37 3、全部从业人员平均人数38 4、资产总计39 5、负债总计40 二、行业效益41 1、产品销售收入41 2、利润总额42 3、产值利税率43 4、资产负债率44 5、资金利润率45 6、成本费用利润率46 7、产成品资金占用率47 三、其他经济指标48 1、产成品48 2、产品销售成本49 3、产品销售费用50 4、管理费用51 5、财务费用52 6、亏损企业单位数53 7、亏损企业亏损总额54 8、人均销售率55 第三章 中国白酒行业区域市场发展分析56 第一节 华北地区白酒市场分析56 第二节 华中地区白酒市场分析71 第三节 华东地区市场分析79 第四节 华南地区白酒市场分析118 第五节 西南地区白酒市场分析133 第六节 西北地区白酒市

场分析143 第七节 东北白酒市场分析152 第四章中国白酒行业营销渠道及营销战略分析155 第一节 白酒营销渠道分析155 一、白酒行业的营销环境分析155 二、现存的营销渠道分析155 三、终端渠道制定策略分析157 四、酒业终端市场营销管理策略分析164 第二节 白酒终端建设的误区与管理170 一、终端建设的误区170 二、销售渠道的级数和渠道的建设与管理172 第三节 白酒市场终端弱势分析176 第四节 白酒市场营销模式的分析178 一、白酒的历史和营销模式的发展过程178 二、白酒的终端渠道179 三、终端渠道深度开发分析179 第五节 白酒营销过程中的七块“死穴”分析184 第六节 白酒高端产品选择经销商的误区分析187 第七节 白酒营销战略分析192 一、中国酒业有效整合营销策略分析192 二、建立厂商的双赢模式分析200 第八节 白酒市场推广策略分析204 一、产品导入分析204 二、产品的组合和产品线决策207 三、白酒城市市场推广策略213 四、白酒农村推广策略228 第九节 白酒营销拒绝偶然成功240 第十节 我国白酒营销三大趋势242 第五章 班超”白酒乌鲁木齐市推广案例解析244 一、感悟等待的真谛244 二、一拍既合245 三、通吃终端馅饼246 四、一次另类的整合248 第六章 WTO与中国白酒业253 第一节 加入WTO后白酒企业面临的机遇253 第二节 加入WTO以后白酒企业面临的挑战254 第三节 白酒企业应该如何面对WTO开拓世界市场256 第七章 中国白酒业竞争格局分析257 第一节 白酒竞争特点分析257 第二节 地区竞争格局分析259 第三节 领先企业竞争格局分析261 第八章 中国白酒业部分优势企业分析263 第一节 五粮液股份有限公司263 第二节 贵州茅台酒股份有限公司275 第三节 四川全兴股份有限公司283 第四节 泸州老窖股份有限公司285 第五节 安徽古井贡酒股份有限公司292 第六节 四川剑南春集团有限责任公司297 第七节 四川沱牌曲酒股份有限公司302 第八节 山西杏花村汾酒厂股份有限公司307 第九节 湖南酒鬼酒股份有限公司315 第九章 白酒业发展趋势分析318 第一节 白酒业全球消费发展趋势318 第二节 我国白酒生产与消费出现的新趋势319 第三节 我国酒业发展的六大趋势321 第十章 白酒行业发展策略分析324 第一节 大型白酒企业集团的未来发展策略分析324 一、做好自身产业结构的调整324 二、要实行专业化和多元化并进的策略324 第二节 对现行的白酒企业的多样化经营分析326 一、白酒企业多样化经营情况326 二、现行白酒行业多样化经营的方向326 三、全兴的多样化经营分析326 第三节 对中小企业生产经营的建议328 第四节 白酒工业发展必须依靠科技的推动331 第五节 白酒业，囚徒困境如何冲破樊笼333 部分图表目录 图表 2005年1-10月白酒制造累计工业总产值（当年价格） 图表 2005年1-10月白酒制造累计企业单位数 图表 2005年1-10月白酒制造累计全部从业人员平均人数 图表 2005年1-10月白酒制造累计资产总计 图表 2005年1-10月白酒制造累计负债总计 图表 2005年1-10月白酒制造累计产品销售收入 图表 2005年1-10月白酒制造累计利润总额 图表 2005年1-10月白酒制造产值利税率 图表 2005年1-10月白酒制造资产负债率 图表 2005年1-10月白酒制造资金利润率 图表 2005年1-10月白酒制造成本费用利润率 图表 2005年1-10月白酒制造产成品资金占用率 图表 2005年1-10月白

酒制造累计产成品 图表 2005年1-10月白酒制造累计产品销售成本 图表 2005年1-10月白酒制造累计产品销售费用 图表 2005年1-10月白酒制造累计管理费用 图表 2005年1-10月白酒制造累计财务费用 图表 2005年1-10月白酒制造累计亏损企业单位数 图表 2005年1-10月白酒制造累计亏损企业亏损总额 图表 2005年1-10月白酒制造人均销售率 图表 2005年2-10月白酒全国合计 图表 2005年2-10月白酒北京市合计 图表 2005年2-10月天津白酒合计 图表 2005年2-10月河北白酒产量 图表 2005年2-10月山西白酒产量 图表 2005年2-10月内蒙古白酒产量 图表 2005年2-10月河南白酒产量 图表 2005年2-10月湖北白酒产量 图表 2005年2-10月湖南白酒产量 图表 2005年2-10月上海白酒产量 图表 2005年2-10月山东白酒产量 图表 2005年2-10月江苏白酒产量 图表 2005年2-10月浙江白酒产量 图表 2005年2-10月福建白酒产量 图表 2005年2-10月江西白酒产量 图表 2005年2-10月安徽白酒产量 图表 2005年2-10月广东白酒产量 图表 2005年2-10月广西白酒产量 图表 2005年2-10月海南白酒产量 图表 2005年2-10月四川白酒产量 图表 2005年2-10月重庆白酒产量 图表 2005年2-10月贵州白酒产量 图表 2005年2-10月云南白酒产量 图表 2005年2-10月陕西白酒产量 图表 2005年2-10月甘肃白酒产量 图表 2005年2-10月青海白酒产量 图表 2005年2-10月新疆白酒产量 图表 2005年2-10月辽宁白酒产量 图表 2005年2-10月吉林白酒产量 图表 2005年2-10月黑龙江白酒产量 图表 2004年白酒产量前 10 位的企业 图表 2004年白酒行业销售收入前 10 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/42867.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。