



艾凯咨询
ICAN Consulting

中国白酒行业分析（2004年版）

一、调研说明

《中国白酒行业分析（2004年版）》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/42933.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 】

2004年前7个月，我国白酒产量继续下滑，生产白酒161.54万吨，同比下降19.46%。截至2004年6月底，白酒制造业累计产品销售收入2959139.9万元，比上年同期增长13.41%；、实现利润总额314660.5万元，比上年同期增长41.07%。亏损企业亏损总额大幅度下降，下降幅度达42.61%。在综合考虑了文化特性、品牌意识、生活水平、国家政策等影响因素，分析国家行业政策及变化后，我们预计白酒行业2004-2005年消费总量将会逐渐加快增长速度，收入和利润增长率也会在10%左右，运行趋势向好。未来3 - 5年内，白酒行业的供给能力会保持缓慢上升趋势，彻底结束从1996年来开始的下降势头。

从企业规模来看，大型企业虽然数量很少，占企业总数的7.72%，但是其资产、销售收入、利润和出口都占全行业的绝大多数，尤其是出口占到了83.08%。中型企业数量也比较少，只占有15.06%，中型企业的资产和收入以及工业总产值在行业中所占的比重都在15%左右，但是中型企业的利润总额却比较低，仅占行业的4.73%。小型企业数量最多，占行业的77.22%，但是其资产在行业中不到15%，利润更低，仅为7.13%，但是销售收入和工业总产值所占比例超过了20%。

从所有制情况来看，去年经营绩效比较好的企业主要是集体企业和私营企业，流动资产周转次数分别为2.14和1.92，而最慢的是国企和外资企业，都只有0.6多。但是从成本费用利润率来看，其他性质的企业表现最好，为13.15%，其次是国有企业，为8.9%，最差的是股份制企业，仅为4.29%。

从区域分布来看，传统白酒的原料是粮食、大麦，所以白酒企业多分布于粮食大省，有利的地域因素促进白酒行业的发展。四川是一个酒业大省，有“五粮液”、“泸州老窖”、“剑南春”和“沱牌”等知名的酒业品牌。另外贵州的“茅台”、湖南的“湘酒鬼”、安徽的“古井贡”、山西的“杏花村”汾酒、山东的“兰陵”和“景芝”、江苏的“洋河”与“双沟”等也是白酒行业中久负盛誉的老字号。尤其是山东省，去年山东白酒产量居全国首位，而且经过6年多的调整和整治，山东白酒行业已经走出了低谷，向一个新的高潮发展。

我国白酒的产量平均在以每年10%的速度下降，近两年来，白酒行业从业人员下降，白酒销售收入、工业产值徘徊不前，利润总额更是不断下滑。白酒业的尴尬现况给白酒营销提出了更高要求，白酒业要走出低谷，提升营销水平是关键。在白酒行业中，战略的迷失把行业带到了悬崖边上。在这种状况下，越来越多的白酒企业开始关注品牌战略，关注营销战略，关注战略与战术的关系，并运用到自己的企业经营中。

对14家从事白酒生产和销售的上市公司半年报的统计表明，这些公司2004年上半年共实现主营收入78.377亿元，实现净利润10.269亿元，同比分别增长10.18%和59.16%；加权平均每股收益为0.146元，增长幅度为15.87%，明显小于净利润的增长幅度，主要是因为五粮液、贵州茅台和伊力特在上半年进

行了高额送转股；加权平均净资产收益率达到5.30%，与去年上半年的3.51%相比，盈利能力提升明显；平均毛利率达到52.09%，每股经营性现金流为0.122元。2004年白酒行业的市场竞争力主要还是集中在中高档产品市场，但是受到资本和技术的影响，各个企业的竞争力情况会出现很多变数。当前决策风险防范的主要关注点为：高端市场，中小型企业和新产品。

第一部分 行业发展环境分析

第一章 白酒行业概述

第一节 白酒概念与分类

一、白酒概念

二、白酒的分类

三、白酒的部分行业标准

第二节 白酒产业链介绍

第三节 白酒行业的行业特征

一、白酒行业技术特性

二、白酒行业资本密集度分析

三、白酒行业的规模效益分析

四、市场需求随季节变化明显

第四节 白酒行业在国民经济中的重要性

第五节 行业相关统计数据 第二章 产业发展宏观经济环境分析

第一节 2003年我国工业经济回顾

第二节 未来5年我国经济预测

一、经济增长预测

二、产业结构预测

三、人口预测

第三节 2003～2004年国际经济环境分析 第三章 我国白酒行业发展概述

第一节 我国白酒行业现状

第二节 我国白酒行业中的问题及分析

一、问题分析

二、对策分析 第四章 白酒产业政策变动及其影响

第一节 白酒行业的产业政策变动

一、总产业政策

二、白酒行业消费税政策

三、产销许可证准入制度

第二节 白酒行业的重点发展领域和结构调整方向

一、重点发展领域：高端市场

二、结构调整 第二部分 2004年产业市场格局分析

第五章 我国白酒行业供需状况分析

第一节 白酒行业市场需求分析

一、白酒消费特点

二、白酒行业市场规模分析

三、白酒行业按所有制具体市场分析

第二节 白酒行业供给能力分析

一、白酒行业的总体规模

二、白酒行业总产值结构情况分析

第三节 白酒行业产品进出口分析

一、进口情况分析

二、出口情况分析

第四节 白酒行业存在问题

一、产品缺乏创新

二、营销秩序混乱

三、地方保护行为影响

第五节 中国白酒市场的发展趋势

一、流通领域的变化

二、消费者的消费趋势变化

三、生产企业经营思想的变化

四、企业间的关系变化

五、经销商的变化

六、“贴牌生产”、“买断经营”分析

七、终端剖析

八、酒水经销商的发展出路

第六节 白酒行业发展前景展望

一、消费需求将逐渐趋稳

二、集中度仍将稳步提高

三、后配额时代将不会制约白酒行业

四、业外新军将对白酒行业形成冲击

五、品牌将成为制胜法宝

六、消费将越来越趋向名酒化

七、低度多味将成为亮点 第六章 白酒行业竞争绩效分析

第一节 白酒行业总体效益水平分析

一、白酒行业总体效益情况

二、白酒行业与其他行业效益比较

第二节 白酒行业集中度及竞争程度

第三节 白酒行业不同规模企业绩效比较

一、大型企业绩效分析

二、中型企业绩效分析

三、小型企业绩效分析

第四节 白酒行业不同所有制企业绩效比较

一、国有企业绩效分析

二、集体企业绩效分析

三、私营企业绩效分析

四、股份合作企业绩效分析

五、股份制企业绩效分析

六、外资港澳企业绩效分析

七、其他企业绩效分析 第七章 我国白酒行业竞争格局分析

第一节 中国白酒行业竞争现状

第二节 白酒市场竞争特点

一、中档酒是新生白酒品牌的最佳立足空间

二、渠道价值仍然不可低估

三、餐饮终端是酒类产品的竞争焦点

四、促销方式以单纯产品促销为主

五、地域市场品牌仍占消费主流

六、商务用酒占有很大的消费比例

第三节 高档白酒业的竞争分析

一、竞争现状

二、竞争策略

第四节 2004年中国白酒业的市场格局分析 第八章 白酒行业区域分析

第一节 我国白酒行业区域分布状况

第二节 四川省白酒行业2003年发展状况分析

一、四川省白酒行业在全国的地位及其变化

二、四川省白酒行业竞争能力分析

三、四川省白酒行业发展原因和未来趋势分析

第三节 山东省白酒行业2003年发展状况分析

一、山东省白酒行业在全国的地位及其变化

二、山东省白酒行业竞争能力分析

三、山东省白酒行业发展原因和发展趋势分析

第四节 安徽省白酒行业2003年发展状况分析

一、安徽省白酒行业在全国的地位及其变化

二、安徽省白酒行业竞争能力分析

三、安徽省白酒行业发展原因和发展趋势分析

第五节 贵州省白酒行业2003年发展状况分析

一、贵州省白酒行业在全国的地位及其变化

二、贵州省白酒行业竞争能力分析

第六节 江苏省白酒行业2003年发展状况分析

一、江苏省白酒行业在全国的地位及其变化

二、江苏省白酒行业竞争能力分析

三、江苏省白酒行业发展原因和趋势分析 第三部分 行业融资及竞争分析

第九章 我国白酒行业投融资体制分析

第一节 我国白酒行业投融资体制及变化

第二节 我国白酒行业企业所有制状况

第三节 我国白酒行业外资进入状况

第四节 我国白酒行业兼并重组分析

第五节 我国白酒行业资本市场融资分析

第六节 我国白酒行业民间资本的投资状况及机会分析 第十章 白酒行业营销策略

第一节 白酒营销存在的主要问题

一、产品缺乏个性化

二、渠道厂商矛盾不断激化

三、广告诉求不准确缺乏创意

四、品牌克隆秀泛滥成灾

第二节 白酒营销的差异化策略

第三节 白酒销售旺季的新策略

- 一、创新产品
- 二、通路整合
- 三、适当占仓
- 四、稳定价格
- 五、合理市场覆盖
- 六、有效促销
- 七、科学调控和管理

第四节 高端白酒的营销策略

- 一、产品策略
- 二、价格策略
- 三、促销策略
- 四、渠道策略

第五节 白酒业的逆向营销策略

- 一、从产品竞争回归品牌竞争
- 二、从关注中间商到关注消费者
- 三、从关注竞争对手到关注自身竞争力的塑造
- 四、从广告轰炸到消费者沟通
- 五、从短期利益到金字招牌

第六节 白酒业营销的新趋势

- 一、细分营销
- 二、时尚营销
- 三、欢乐营销
- 四、体验营销
- 五、体育营销
- 六、关系营销
- 七、事件营销

八、服务营销 第十一章 我国白酒行业重点企业分析

第一节 白酒行业企业发展概况

- 一、盈利能力逐步提高
- 二、仍需关注行业龙头

第二节 重点企业在行业中的地位

一、四川五粮液

二、贵州茅台

三、四川剑南春

四、安徽古井贡

第三节 重点企业经营策略分析

一、五粮液开始进军其他行业分析

二、中国白酒进入美国上流社会分析 第四部分 产业发展前景及竞争预测

第十二章 我国白酒行业市场总量预测

第一节 主要影响因素分析

第二节 未来3-5年中国白酒行业消费总量预测 第十三章 白酒行业供给总量预测

第一节 国家行业政策预期变化以及白酒发展趋势分析

一、政策预期变化

二、发展趋势分析

第二节 未来3-5年供给能力预测

第三节 白酒行业产销平衡预期变化及对行业效益的影响 第十四章 白酒行业成长能力及稳定性分析

第一节 白酒行业生命周期分析

一、白酒产品生命周期分析

二、白酒市场生命周期分析

三、延长白酒生命周期方法分析

第二节 白酒行业的行业增长性与波动性分析

第三节 白酒行业的竞争程度分析 第五部分 投资机会与风险分析

第十五章 白酒产业投资机会分析

第一节 行业规模的发展

第二节 行业总体效益判断

第三节 行业规模效益和所有制效益判断

第四节 与行业政策调整相关的投资机会

第五节 应重点关注的地区及相关产品

第六节 应重点关注的子行业及细分产品

第七节 应重点关注的企业类型 第十六章 白酒产业投资风险分析

第一节 白酒行业的市场竞争风险分析

一、白酒行业的市场竞争力分析

二、白酒行业进入退出壁垒分析

三、白酒行业的潜在进入者

四、葡萄酒、啤酒对白酒的替代分析

第二节 白酒行业财务风险分析

一、资产负债结构分析

二、成本结构分析

三、营运能力分析

四、盈利能力分析

第三节 当前决策风险防范的主要关注点

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42933.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。