



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2004-2005年中国白酒市场研究 年度报告

## 一、调研说明

《2004-2005年中国白酒市场研究年度报告》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。报告意在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/42960.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](mailto: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

### 【 目录 】 主要结论

#### 一、2004年全球白酒市场现状与特点 2 (一) 市场现状与特点

- 2 1、白酒消费保持稳定增长
- 2 2、美国排名下降，东欧不容忽视
- 2 3、发达国家烈性酒消费量减少
- 3 4、白酒消费地域集中现象明显
- 3 5、各国分别出台限制白酒消费政策

#### 3 (二) 主要国家和地区发展概要

- 3 1、日本
- 5 2、韩国
- 6 3、俄罗斯 二、2004年中国白酒市场规模与结构 10 (一) 市场现状

- 10 1、产量持续下降，进入衰退期
- 11 2、市场需求量逐年下降，但有复苏趋势
- 12 3、出口增幅较大
- 13 4、销售收入和经济效益持续下滑，近年小幅增加
- 17 5、工艺水平有所提高，但生产水平仍然落后
- 17 6、白酒市场投资稳定增长，外商投资比例小
- 19 7、高度酒需求基本平稳，低度酒需求增加
- 19 8、中档酒需求下降，低档酒需求增加
- 20 9、浓香型白酒市场需求增长，其他香型白酒市场需求萎缩 21 (二) 市场结构

#### 21 1、区域市场结构

#### 23 2、品牌市场结构

#### 25 3、销售渠道结构 三、2004年中国白酒市场供需分析 27 (一) 需求分析

- 27 1、白酒需求低速增长，农村需求档次提高
- 27 2、价格调整受行业龙头品牌影响
- 28 3、针对产品认同度设计促销手段

#### 28 (二) 供给分析

- 29 1、粮食作物的供求分析
- 32 2、交通运输费用上涨

32	(三) 市场特征分析
32	1、白酒原料供给充足
33	2、分类白酒市场需求有增有减
33	3、竞争日益激烈，市场份额趋于集中
34	4、白酒生产控制严格，潜在投资者难以进入
	四、2004年中国白酒竞争格局分析与主力厂商市场竞争力评价
35	(一) 竞争格局分析
35	1、市场竞争格局
36	2、竞争手段
38	3、集中度
39	(二) 主力厂商市场竞争力评价
39	1、五粮液股份有限公司
41	2、贵州茅台酒股份有限公司
43	3、四川剑南春集团有限责任公司
44	4、泸州老窖
46	5、山西汾酒
48	6、四川全兴股份有限公司
	五、影响2005 - 2009年中国白酒市场发展因素分析
50	(一) 有利因素
50	1、出台相关政策，改善市场秩序
50	2、白酒消费不可替代
51	3、新兴市场：低度多味酒
51	4、业外资本源源进入
52	(二) 不利因素
52	1、市场需求逐年递减
52	2、出台白酒总量控制政策
53	3、产品缺乏创新
53	4、企业实力竞争代替产品竞争
53	5、健康意识增强，消费总量减少
	六、2005 - 2009年中国白酒市场发展趋势分析
55	1、低度、浓香型白酒需求将增加
55	2、市场集中度仍将稳步提高
56	3、白酒价格仍有上涨空间
56	4、市场终端渠道将取代现有销售模式
	七、2005 - 2009年中国白酒市场发展预测
57	(一) 市场规模预测

57	1、销量和价格将相对稳定
57	2、白酒产量增幅稳定
58	3、主要白酒企业的利润水平将保持相对稳定
58	(二) 市场结构预测
58	1、高档白酒具有投资价值
58	2、低度化白酒市场份额将增加
60	2、实现白酒国际化
61	3、实现集团化、规模化，注重品牌建设
61	4、减弱多元化经营，突出主业
61	5、深化体制改革与资本重组
62	6、增强企业综合实力
62	7、充分发掘保健酒市场空间
9	表1 酒精、酒类产品及含酒精产品的消费税率表
10	表2 1990 - 2004年全国白酒市场总产量状况
13	表3 中国白酒进出口情况
14	表4 1998 - 2004年白酒行业主要经济指标变动状况
14	表5 白酒市场前10位企业经济效益指标
15	表6 白酒主要生产省区产量统计表
15	表7 2003年白酒产量前10名骨干企业产量统计表
16	表8 2002年中国白酒上市公司经营业绩状况
24	表9 中国白酒工业经济效益十佳企业名单
25	表10 收入最大的10家主要企业的基本情况
28	表11 促销方式
39	表12 白酒企业竞争力评价
7	图1 2004年俄罗斯酒精类产品产量构成
11	图2 1990 - 2004年全国白酒市场产量变化趋势图
11	图3 1998 - 2004年全国白酒行业销售量变化趋势
12	图4 中国主要出口国家或地区出口比例图
12	图5 中国主要进口国进口比例图
13	图6 中国酒饮料进出口构成
15	图7 2003年白酒主要生产省区产量增长率统计
16	图8 2003年白酒产量前10名骨干企业产量同比增长率

- 18 图9 饮料行业外商投资分布情况
- 18 图10 白酒及其他饮料行业投资效率
- 18 图11 白酒及其他饮料境内投资比重
- 19 图12 各度数白酒产量比重
- 20 图13 各档次白酒所占消费市场比重
- 20 图14 各种香型白酒销量比重
- 21 图15 白酒区域板块产量比例图
- 21 图16 白酒区域利税总额分布比例
- 24 图17 前10位品牌市场结构
- 25 图18 白酒销售渠道结构
- 29 图19 中国粮食用途分布
- 30 图20 2004年各类粮食进出口比例
- 31 图21 2004年上半年粮食价格走势
- 34 图22 白酒市场价值链
- 48 图23 全兴综合市场占有率和市场覆盖面
- 57 图24 白酒市场规模预测图
- 59 图25 2004年中国白酒市场结构
- 59 图26 2009年中国白酒市场结构预测

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42960.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](http://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。