



艾凯咨询
ICAN Consulting

2005年中国白酒行业市场分析及 发展趋势研究报告

一、调研说明

《2005年中国白酒行业市场分析及发展趋势研究报告》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/42983.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】 我国白酒行业经过不断的磨合与洗礼，无论是在整个酿酒行业中的比重，还是自身区域间、企业间、品牌间和门类间的重组再造，都已开始进入一个相对稳定的合理阶段。全国白酒销售收入大幅增加，行业利润大幅增长，说明企业进行产品结构调整已见成效。从白酒行业近年来骨干企业各项经济指标来看，我国白酒生产集中度向着大型企业集中。白酒行业虽然有很多企业仍然未走出低谷，但是白酒行业的整体经济效益却避免了滑坡，这主要归功于大型企业经济效益的提高。也说明重点企业是目前带动白酒发展的直接动力。另一方面，标志着白酒行业内部整合力度加大，白酒企业的改组改造已成为白酒行业的主流，同时，也反映了我国白酒企业两极分化程度进一步加大，强者愈强，弱者愈弱。 本研究咨询报告依据国家统计局、国家经贸委、国家海关总署、国务院发展研究中心、中国白酒工业协会、中国酿酒行业协会、国民经济景气监测中心、国内外相关刊物的基础信息以及各省市相关统计单位等公布和提供的大量资料。 报告对我国白酒行业的现状和发展、各项经营指标、消费者购买行为、竞争格局、发展趋势和行业领先企业等专题进行深入的研究，并分门别类地对中国白酒行业各区域市场状况予以了重点分析，结合新时期的各方面因素，用数字说话、图文并茂，对中国白酒行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。报告还对国家相关政策进行了介绍和趋向研判，结合研究小组多年来的实践经验和对白酒行业发展的专业化把握，提出了可操作性创新建议，是白酒生产、销售企业、研究机构、投资企业等单位准确了解当前我国白酒行业发展动态，把握企业定位和发展方向的重要决策依据。 【目录】

第一部分 行业篇

第一章 中国白酒行业发展与现状分析	1
第一节 中国白酒行业发展与现状分析	1
一、中国白酒行业发展历程	1
二、2003-2004年中国白酒行业经济指标分析	7
三、白酒行业市场特性分析	18
第二节 政府产业政策对白酒行业的影响分析	21
一、我国白酒产业政策的历史进程	21
二、国家调控白酒消费税的政策分析	22
三、新税收政策对白酒市场的冲击	24
四、执行新税收政策的实际效果分析	27
五、新税收制度下的白酒行业前景	33
第三节 我国白酒行业存在的问题与调控管理	34

一、我国白酒行业存在的主要问题	34
二、政府调控管理	37
第二章 白酒关联产业分析	39
第一节 中国酒业分析	39
一、中国酒业市场分析	39
二、影响中国酒业发展的主要因素分析	41
三、中国酒业发展预测	46
四、中国酒业发展趋势分析	48
第二节 替代产品发展对白酒的影响分析	51
一、啤酒、葡萄酒、黄酒的发展态势分析	51
二、替代产品的发展对白酒行业产生的影响	52
第二部分 市场篇	
第三章 区域市场分析	55
第一节 华北地区白酒市场分析	55
一、北京白酒市场分析	55
二、天津白酒市场分析	62
三、河北省白酒市场分析	67
四、山西省白酒市场分析	76
第二节 华中地区白酒市场分析	80
一、河南省白酒市场分析	80
二、湖南省白酒市场分析	94
三、湖北省白酒市场分析	98
第三节 华东地区市场分析	103
一、华东地区白酒市场概况	103
二、上海白酒市场分析	104
三、山东省白酒市场分析	108
四、江苏省白酒市场分析	113
五、浙江省白酒市场分析	131
六、安徽省白酒市场分析	137
七、江西省白酒市场分析	145
第四节 华南地区白酒市场分析	150
一、广东白酒市场分析	150
二、福建白酒市场分析	168
三、海南省白酒市场分析	178

四、南方整体白酒市场发展剖析	181
第五节 西南地区白酒市场分析	183
一、四川省白酒市场分析	183
二、广西地区白酒市场分析	192
三、西南地区其他省份白酒市场	195
第六节 西北地区白酒市场分析	198
一、甘肃省白酒市场分析	198
二、陕西省白酒市场分析	202
三、新疆地区白酒市场分析	212
第七节 东北白酒市场分析	215
一、辽宁省白酒市场分析	216
二、黑龙江省白酒市场分析	221
三、吉林省白酒市场分析	224
四、聚焦东北酒	228
第四章 白酒消费者市场分析	230
第一节 白酒消费需求分析	230
一、消费需求趋稳	230
二、产品分析	230
第二节 白酒消费者购买行为分析	231
一、白酒消费者购买行为类型分析	231
二、白酒消费者购买动机分析	231
三、白酒消费者购买方式分析	232
四、白酒消费者购买目分析	233
五、白酒消费者对广告促销的态度分析	233
第三部分 竞争篇	
第五章 中国白酒竞争格局分析	235
第一节 高端白酒市场竞争状况分析	235
一、高端白酒竞争状况分析	235
二、形成高端白酒竞争现状的因素分析	236
三、高端白酒竞争格局的启示	237
四、高端白酒市场竞争的发展分析	238
第二节 白酒市场竞争格局分析	240
一、民间资本不断涌入白酒业	240
二、市场竞争日趋激烈	240

三、	高端价位品牌的"多极"化	241
四、	川酒企业整体向白酒高端价位冲击	242
第三节	白酒竞争趋势分析	243
一、	市场竞争细化	243
二、	趋向品牌化竞争	244
三、	集中度逐步提高	246
四、	业外新军纷纷涌入白酒业	247
第四部分 企业篇		
第六章	领先白酒企业分析	249
第一节	宜宾五粮液股份有限公司	249
一、	公司基本情况	249
二、	经营状况	249
三、	五粮液成功因素探索	249
第二节	贵州茅台酒股份有限公司	256
一、	公司基本情况	257
二、	经营状况	257
三、	茅台未来发展目标	258
第三节	四川全兴股份有限公司	258
一、	公司基本情况	258
二、	经营状况	260
三、	全兴股份未来发展目标	260
第四节	泸州老窖股份有限公司	261
一、	公司基本情况	261
二、	经营状况	261
三、	泸州老窖未来发展目标	262
第五节	安徽古井贡酒股份有限公司	263
一、	公司基本情况	263
二、	经营状况	263
三、	未来发展目标	263
第六节	山东兰陵陈香酒业股份有限公司	265
一、	公司基本情况	265
二、	经营状况	265
三、	未来发展目标	266

第七节 甘肃皇台酒业股份有限公司	267
一、公司基本情况	267
二、经营状况	268
三、未来发展目标	268
第八节 四川沱牌曲酒股份有限公司	269
一、公司基本情况	269
二、经营状况	269
三、未来发展目标	269
第九节 山西杏花村汾酒厂股份有限公司	270
一、公司基本情况	270
二、经营状况	271
三、未来发展目标	271
第十节 新疆伊力特股份有限公司	272
一、公司基本情况	272
二、经营状况	272
三、未来发展目标	273
第十一节 湖南酒鬼酒股份有限公司	274
一、公司基本情况	274
二、经营状况	275
三、发展目标分析	275
第七章 中国白酒行业发展趋势分析	279
第一节 加入WTO对我国白酒产业影响分析	279
一、享受的机遇	279
二、面临的挑战	279
三、入世后白酒企业应该如何开拓世界市场	282
第二节 白酒业全球消费发展趋势	284
第三节 白酒行业未来发展趋势预测	286
一、中国白酒的未来发展趋势	286
二、未来白酒发展趋势预测	290
第五部分 策略篇	
第八章 中国白酒营销策略分析	292
第一节 白酒渠道营销分析	292
一、白酒行业营销环境分析	292
二、现存的营销渠道分析	292

三、酒业终端市场营销管理策略	294
第二节 白酒营销战略研究	295
一、中国酒业有效整合营销策略	295
二、建立厂商的双赢模式	301
第三节 市场推广策略研究	305
一、做好产品导入	305
二、做好产品组合和产品线决策	309
三、白酒城市市场推广策略	316
第九章 白酒产业投资分析与建议	323
第一节 白酒行业的进入壁垒及可行性分析	323
一、白酒行业进入壁垒分析	323
二、白酒行业可能的进入者	323
三、白酒行业进入可行性分析	326
第二节 投资方向建议	326
一、保健酒概况	326
二、保健酒行业现状	328
三、进入保健酒市场的可行性分析	329
四、保健酒市场存在的问题	330
第三节 大型白酒企业集团未来发展策略分析	331
一、做好自身产业结构的调整	332
二、要实行专业化和多元化并进的策略	333
第四节 白酒企业多样化经营策略分析	334
一、白酒企业多样化经营情况	334
二、现行白酒行业多样化经营的方向	335
三、多样化经营分析	335
第五节 对中小白酒企业生产经营的建议	337
一、细分化生存方式	338
二、产品化生存方式	339
三、区域化生存方式	340
四、专业化生存方式	340
五、个性化生存方式	340
附录：中国白酒行业统计数据	342
图表目录	
图表：我国1949-2003年中国白酒产量变化表	1
图表：1978-2003中国白酒产量曲线图	2

图表：2003年度我国地区白酒产量及变化幅度分析表	2
图表：1998-2003中国白酒产量下降幅度条形图	4
图表：白酒、啤酒、葡萄酒、果酒2000-2002三年的增长情况图	5
图表：2003年不同规模类型白酒企业经济指标分析	7
图表：2003年中国白酒企业结构图（按规模大小）	8
图表：2003年中国白酒企业产值结构图（按规模大小）	8
图表：2003年中国白酒企业利润结构图（按规模大小）	8
图表：2003年不同所有制性质白酒企业经济指标分析	9
图表：2003年中国白酒企业结构图（按企业所有制）	10
图表：2003年中国白酒企业产值结构图（按企业所有制）	10
图表：2003年中国白酒企业利润结构图（按企业所有制）	11
图表；2004年1-12月全部企业白酒制造全国经济指标统计	11
图表：2004年1-12月大型企业白酒制造全国经济指标统计	13
图表：2004年1-12月中型企业白酒制造全国经济指标统计	14
图表：2004年1-12月小型企业白酒制造全国经济指标统计	16
图表：白酒上市企业调税后2000年增加的消费税及其利润变动情况	26
图表：2000～2003年中国饮料酒总产量变化图	39
图表：2000～2003年中国各类饮料酒产量变化图	40
图表：2003年1-12月白酒产量	40
图表：2004年1-12月白酒产量	40
图表：2000年各酒产量与2005年目标产量比较	44
图表：入世后酒业的关税变化	45
图表：1998年～2003年葡萄酒产量	47
图表：2004年1-12月啤酒产量	51
图表：啤酒、葡萄酒、白酒2001-2003年增长速度比较分析图	52
图表：我国四大饮料酒所占的比例分析图	53
图表：2003年北京市白酒制造业经济指标分析表	55
图表：2004年1-12月全部企业白酒制造北京市经济指标统计	56
图表：北京部分品牌市场零售价格调查表	59
图表：北京理想品牌排名表	60
图表：北京最常用品牌排名表	60
图表：北京男性各年龄层、女性各年龄层的品牌习惯调查表	60
图表：北京男性各年龄层、	

女性各年龄层最常饮用的度数调查表	61	图表：北京白酒消费者选择白酒的考虑因素分析表	61
图表：北京重度消费者人口分布分析表	62		
图表：北京消费者购买白酒的目的分析表	62		
图表：2003年天津市白酒制造业经济指标分析表	63		
图表：2004年1-12月全部企业白酒制造天津市经济指标统计	64	图表：2003年河北省白酒制造业经济指标分析表	67
图表：2004年1-12月全部企业白酒制造河北省经济指标统计	68	图表：河北省各地级市白酒市场品牌一览表	74
图表：2003年山西省白酒制造业经济指标分析表	76		
图表：2004年1-12月全部企业白酒制造山西省经济指标统计	77	图表：2003年河南省白酒制造业经济指标分析表	81
图表：2004年全部企业白酒制造河南省合计	81		
图表：四川白酒在河南综合情况调查表	92		
图表：2003年湖南省白酒制造业经济指标分析表	94		
图表：长沙市面高档白酒价格一览表（单位：元/瓶）	97		
图表：2003年湖北省白酒制造业经济指标分析表	98		
图表：2004年1-12月全部企业白酒制造湖北省经济指标统计	99	图表：武汉白酒消费的主导品牌占有率先分析表	102
图表：武汉中档白酒消费品牌品种情况分析表	102		
图表：武汉中低档白酒消费品牌品种情况分析表	103		
图表：2003年上海市白酒制造业经济指标分析表	104		
图表：2004年1-12月全部企业白酒制造上海市经济指标统计	105	图表：2003年山东省白酒制造业经济指标分析表	108
图表：2004年1-12月全部企业白酒制造山东省经济指标统计	109	图表：2003年江苏省白酒制造业经济指标分析表	113
图表：2004年1-12月全部企业白酒制造江苏省经济指标统计	114	图表：南京市白酒市场占有率分析表	118
图表：南京市白酒包装评价分析表	121		
图表：南京消费者解决买到假冒伪劣白酒的方式分析表	121		
图表：南京市民感兴趣的促销活动方式调查表	123		
图表：南京市民白酒消费心态状况调查表	123		

图表：南京市民心目中的知名品牌调查表 125

图表：南京白酒广告效果评价分析表 125

图表：南京市场白酒综合评价分析表 126

图表：南京消费者对习惯饮用白酒的忠诚度调查表 129

图表：2003年浙江省白酒制造业经济指标分析表 132

图表：2004年1-12月全部企业白酒制造浙江省经济指标统计 133 图表：浙江省各地畅销白酒一览表 135

图表：2003年安徽省白酒制造业经济指标分析表 137

图表：2004年1-12月全部企业白酒制造安徽省经济指标统计 138 图表：2003年江西省白酒制造业经济指标分析表 145

图表：江西省地级市白酒市场抽样调查表 149

图表：2003年广东省白酒制造业经济指标分析表 150

图表：2004年1-12月全部企业白酒制造广东省经济指标统计 151 图表：广州市高档白酒主要商场、餐饮场所上架率分析表 158 图表：广州市消费者常喝高档白酒品牌分析表 158

图表：不同年龄消费者常喝品牌分布调查表 160

图表：高档白酒购买主要考虑因素分析表 162

图表：2003年福建省白酒制造业经济指标分析表 168

图表：2004年1-12月全部企业白酒制造福建省经济指标统计 169 图表：2003年海南省白酒制造业经济指标分析表 178

图表：2003年四川省白酒制造业经济指标分析表 183

图表：2004年1-12月全部企业白酒制造四川省经济指标统计 184 图表：成都地区白酒市场状况调查统计表 187

图表：成都各年龄段消费者饮白酒倾向调查表 189

图表：成都居民饮白酒频率分布调查表 189

图表：成都白酒消费人群与消费档次分布调查表 190

图表：成都各年龄段经常饮用白酒度数调查表 190

图表：2003年广西省白酒制造业经济指标分析表 192

图表：广西地区畅销品牌统计表 194

图表：2003年云南省白酒制造业经济指标分析表 195

图表：2003年贵州省白酒制造业经济指标分析表 197

图表：2003年甘肃省白酒制造业经济指标分析表 198

图表：甘肃八地市白酒品牌调查表 201

图表：2003年陕西省白酒制造业经济指标分析表 202

图表：2004年1-12月全部企业白酒制造陕西省经济指标统计 203 图表：西安白酒市场知名度调查分析图 209

图表：西安白酒市场渗透率分析图 209

图表：作为礼品购买的白酒品牌分析表 210

图表：2003年辽宁省白酒制造业经济指标分析表 216

图表：2004年1-12月全部企业白酒制造辽宁省经济指标统计 217 图表：2003年黑龙江省白酒制造业经济指标分析表 221

图表：2003年吉林省白酒制造业经济指标分析表 224

图表：白酒购买类型调查图 231

图表：影响消费者购买动机调查表 232

图表：白酒市场消费者购买方式调查分析图 232

图表：白酒市场消费者购买目的调查分析图 233

图表：消费者对广告和促销影响力的态度调查分析图 233

图表：白酒市场综合占有率品牌排名表 244

图表：2003年中国白酒工业百强企业 244

图表：宜宾五粮液股份有限公司利润构成表 249

图表：贵州茅台酒股份有限公司利润构成表 257

图表：四川全兴股份有限公司利润构成表 260

图表：泸州老窖股份有限公司利润构成表 261

图表：安徽古井贡酒股份有限公司利润构成表 263

图表：山东兰陵陈香酒业股份有限公司利润构成表 266

图表：甘肃皇台酒业股份有限公司利润构成表 268

图表：四川沱牌曲酒股份有限公司利润构成表 269

图表：山西杏花村汾酒厂股份有限公司利润构成表 271

图表：新疆伊力特实业股份有限公司利润构成表 272

图表：湖南酒鬼酒股份有限公司利润构成表 275

图表：茅台集团产品组合宽度和产品线长度 310

图表：经营业务组合分析图 311

图表：产品品目的销售额和利润分析图 313

图表：2004年2-12月白酒全国产量统计 342

图表：2004年2-12月白酒北京市产量统计 342

图表：2004年2-12月白酒天津市产量统计	343
图表：2004年2-12月白酒河北省产量统计	343
图表：2004年2-12月白酒山西省产量统计	344
图表：2004年2-12月白酒上海市产量统计	344
图表：2004年2-12月白酒黑龙江产量统计	345
图表：2004年2-12月白酒安徽省产量统计	345
图表：2004年2-12月白酒浙江省产量统计	346
图表：2004年2-12月白酒江苏省产量统计	346
图表：2004年2-12月白酒山东省产量统计	347
图表：2004年2-12月白酒湖北省产量统计	347
图表：2004年2-12月白酒广东省产量统计	348
图表：2004年2-12月白酒四川省产量统计	348
图表：2004年2-12月白酒贵州省产量统计	349
图表：2004年2-12月白酒陕西省产量统计	349
图表：2004年2月白酒制造收入前十家企业	350
图表：2004年3月白酒制造收入前十家企业	350
图表：2004年4月白酒制造收入前十家企业	351
图表：2004年5月白酒制造收入前十家企业	351
图表：2004年6月白酒制造收入前十家企业	352
图表：2004年7月白酒制造收入前十家企业	352
图表：2004年8月白酒制造收入前十家企业	353
图表：2004年9月白酒制造收入前十家企业	353
图表：2004年10月白酒制造收入前十家企业	354
图表：2004年11月白酒制造收入前十家企业	354
图表：2004年12月白酒制造收入前十家企业	355
略.....	

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42983.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。