



艾凯咨询
ICAN Consulting

2005年中国白酒市场分析及 发展趋势研究报告

一、调研说明

《2005年中国白酒市场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/42987.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

2004年全国规模以上白酒生产企业，累计完成工业总产值659.30亿元，同比增长19.21%。完成销售收入613.00亿元，同比增长15.17%。白酒销售额前5个省、区共计实现产品销售收入418.62亿元，占全行业比重68.29%。其中四川232.44亿元，占全国比重37.92%；山东72.60亿元，占全国比重11.84%；安徽44.37亿元，占全国比重7.24%；贵州38.47亿元，占全国比重6.28%；江苏30.74亿元，占全国比重5.01%。2004年白酒行业实现利税158.75亿元，同比增长19.05%。实现利税前5个省区的利税总额为115.61亿元，占全行业比重为72.54%。其中四川63.40亿元，占全国比重39.94%；贵州25.13亿元，占全国比重15.83%；山东12.85亿元，占全国比重8.09%；安徽8.02亿元，占全国比重5.05%；江苏5.76亿元，占全国比重3.63%。

2004年白酒产量、销售收入和利税集中度继续提高，白酒行业经济效益进一步向优势企业集中，特别是2004年白酒百强企业拥有占全行业76%的资产；完成了全行业61%的产量；占有全行业77%的销售额和创造了全行业86%的利税。但是由于市场竞争加剧、产业政策调控和企业负担过重，2004年白酒行业平均经济效益指标虽然略高于整个食品行业平均水平，但与其它嗜好性消费品行业比较，特别是对于社会长期以来形成的白酒工业高税暴利的概念，白酒行业的税收贡献和盈利能力，已处于较低水平。2004年全国白酒平均每千升售价19668元，平均每瓶白酒出厂价不足10元；平均每千升白酒创造税收3211元，实现利润1882元平均每500毫升白酒创造税收1.6元，实现利润0.94元；每吨白酒的税收贡献率约为16.33%，吨酒利润率约为9.57%。

本研究报告依据国家统计局、国家海关总署、国家经贸委、国务院发展研究中心、国家信息中心、中国食品工业协会以及白酒行业专业研究单位等公布和提供的大量资料，结合我公司对重点区域市场的最新调研数据资料，在大量的数据和分析的基础上，对我国白酒行业生产销售现状、主要品牌及市场占有率、主要制造商及其市场占有率、市场的竞争状况、进出品形势以及未来市场发展变化作了全方位的剖析，针对整个白酒行业及白酒企业提出了大量的建设性的建议和发展方案。全面分析了行业竞争状况。是白酒生产企业、科研单位、销售企业准确了解白酒行业发展动态，把握市场机会，作出正确的企业定位和明确企业发展方向不可多得的精品。

第一章 2004-2005年中国白酒行业发展环境分析

第一节 2004-2005年中国宏观经济环境分析

一、2004年我国经济总体运行状分析

二、2005年我国经济发展走势预测

第二节 中国人口统计及居民收入分析

第三节 2004-2005年白酒行业政策环境分析

一、我国白酒标准的制修订情况

二、白酒行业所有标准将合而为一

三、白酒税改政策有望在2005年内出台 第二章 中国白酒行业发展现状分析

第一节 白酒行业发展回顾

一、我国白酒生产情况

二、白酒行业经济效益情况

三、白酒骨干企业的生产和效益情况

四、白酒的产品结构情况

第二节 白酒行业发展现状分析

一、白酒行业的概况

二、白酒行业的主要特征

第三节 白酒行业存在的问题

第四节 白酒行业结构调整分析

一、行业结构的调整

二、企业结构的调整

三、产品结构的调整 第三章 2004年中国白酒行业发展状况及2005年预测分析 第一节 2004

年中国白酒行业总体情况分析

一、产量

二、销售收入

三、白酒骨干企业生产能力

四、白酒行业产业结构性矛盾突出

第二节 2004年中国白酒行业发展存在的问题

一、白酒行业和企业生产经营中存在的问题

二、政策和制度体系存在的问题

第三节 2004年中国白酒行业各项经济指标分析

一、行业主要经济指标概述

二、工业总产值情况

三、企业评价指标

四、企业盈亏情况

五、资产负债情况

六、产销存情况

七、财务费用情况

第四节 2005年中国白酒行业发展预测分析 第四章 2004年中国白酒行业区域市场发展分析 第
一节 华北地区白酒市场分析
第二节 华中地区白酒市场分析
第三节 华东地区市场分析
第四节 华南地区白酒市场分析
第五节 西南地区白酒市场分析
第六节 西北地区白酒市场分析
第七节 东北白酒市场分析 第五章 中国白酒行业营销渠道及营销战略分析 第一节 白酒营销
渠道分析
一、白酒行业的营销环境分析
二、现存的营销渠道分析
三、终端渠道制定策略分析
四、酒业终端市场营销管理策略分析
第二节 白酒营销战略分析
一、中国酒业有效整合营销策略分析
二、建立厂商的双赢模式分析
第三节 白酒市场推广策略分析
一、产品导入分析
二、产品的组合和产品线决策
三、白酒城市市场推广策略
四、白酒农村推广策略
第四节 2005年我国白酒营销三大趋势 第六章 WTO与中国白酒业 第一节 加入WTO后白酒企
业面临的机遇
第二节 加入WTO以后白酒企业面临的挑战
第三节 白酒企业应该如何面对WTO开拓世界市场 第七章 中国白酒业竞争格局分析 第一节
白酒竞争特点分析
第二节 地区竞争格局分析
第三节 领先企业竞争格局分析 第八章 中国白酒业部分优势企业分析 第一节 五粮液股份有
限公司
第二节 贵州茅台酒股份有限公司
第三节 四川全兴股份有限公司
第四节 泸州老窖股份有限公司

第五节 安徽古井贡酒股份有限公司

第六节 四川剑南春集团有限责任公司

第七节 四川沱牌曲酒股份有限公司

第八节 山西杏花村汾酒厂股份有限公司

第九节 湖南酒鬼酒股份有限公司 第九章 2005年白酒业发展趋势分析 第一节 白酒业全球消费发展趋势

第二节 我国白酒生产与消费出现的新趋势

第三节 2005年我国酒业发展的六大趋势

第四节 2005年我国白酒行业发展趋势预测 第十章 白酒行业发展策略分析 第一节 大型白酒企业集团的未来发展策略分析

一、做好自身产业结构的调整

二、要实行专业化和多元化并进的策略

第二节 对现行的白酒企业的多样化经营分析

一、白酒企业多样化经营情况

二、现行白酒行业多样化经营的方向

三、全兴的多样化经营分析

第三节 对中小企业生产经营的建议

第四节 白酒工业发展必须依靠科技的推动 部分图表目录 图表 2001-2004年名义固定资产投资

图表 2005年1-3月白酒产量

图表 2004年1-12月白酒产量

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1-12月白酒制造各项统计指标

图表 2004年1-12月白酒制造累计产品销售收入

图表 2004年1-12月白酒制造累计负债合计

图表 2004年1-12月白酒制造累计利润总额

图表 2004年1-12月白酒制造累计资产总计

图表 2004年1-12月白酒制造累计产品销售成本

图表 2004年1-12月白酒制造累计全部从业人员平均人数

图表 2004年1-12月白酒制造累计企业单位数

图表 2004年1-12月白酒制造累计亏损企业单位数

图表 2004年1-12月白酒制造累计亏损企业亏损总额

图表 2004年度中国白酒工业经济效益十佳企业名单

图表 2004年企业评价指标

图表 2004年企业盈亏情况表

图表 2004年白酒资产负债表

图表 2004年白酒产销存情况表

图表 2004年白酒财务费用情况表

图表 2004年白酒北京市合计

图表 2004年白酒安徽省合计

图表 2004年白酒福建省合计

图表 2004年白酒甘肃省合计

图表 2004年白酒广东省合计

图表 2004年白酒广西区合计

图表 2004年白酒贵州省合计

图表 2004年白酒海南省合计

图表 2004年白酒河北省合计

图表 2004年白酒河南省合计

图表 2004年白酒黑龙江合计

图表 2004年白酒湖北省合计

图表 2004年白酒湖南省合计

图表 2004年白酒吉林省合计

图表 2004年白酒江苏省合计

图表 2004年白酒江西省合计

图表 2004年白酒辽宁省合计

图表 2004年白酒内蒙古合计

图表 2004年白酒宁夏区合计

图表 2004年白酒青海省合计

图表 2004年白酒山东省合计

图表 2004年白酒山西省合计

图表 2004年白酒陕西省合计

图表 2004年白酒上海市合计

图表 2004年白酒四川省合计

图表 2004年白酒天津市合计

图表 2004年白酒新疆区合计

图表 2004年白酒云南省合计

图表 2004年白酒浙江省合计

图表 山东白酒品牌分布情况

图表 GDP增长速度

图表 家庭收入增长情况

图表 2004年人口主要构成情况（单位：万人）

图表 白酒行业销售收入前 10 位的企业

图表 白酒产量前 10 位的企业

图表 男性各年龄层、女性各年龄层的品牌习惯

图表 理想品牌排名

图表 最常用品牌排名

图表 选择该类商品的考虑因素

图表 重度消费者人口分布

图表 男性各年龄层、女性各年龄层最常饮用的场合

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 不同年龄消费者常喝品牌分布

图表 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 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 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 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

图表 经营业务组合分析图

图表 2004年大型企业白酒制造全国合计

图表 2004年中型企业白酒制造全国合计

图表 2004年小型企业白酒制造全国合计

图表 2004年五粮液股份有限公司资产负债表

图表 2004年五粮液股份有限公司利润及利润分配表

图表 2004年贵州茅台酒股份有限公司经营业绩

图表 四川全兴股份有限公司近三年的主要会计数据和财务指标 图表 2004年四川沱牌曲酒股份有限公司资产负债表

图表 2004年四川沱牌曲酒股份有限公司利润及利润分配表

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42987.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。