



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2007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

《2007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/56557.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

### 2007年中国白酒行业市场分析及发展趋势研究报告

#### 目录

#### 第一部分 行业环境 1

##### 第一章 2006年中国经济及人口环境分析 1

##### 第一节 2006年中国宏观经济环境分析及2007年我国经济发展走势 1

###### 一、经济全球化分析 1

###### 二、2005中国经济发展状况分析 4

###### 三、2006年我国经济运行分析及2007年我国经济发展走势 9

##### 第二节 2005-2006年中国人口统计及居民收入分析 21

###### 一、中国主要人文统计分析 21

###### 二、2006年城镇居民收入 25

###### 三、中国城乡恩格尔系数变化 26

##### 第三节 2005-2006年中国白酒行业政策环境分析 27

###### 一、产业政策对白酒行业的影响分析 27

###### 二、白酒相关税收政策分析 28

###### 三、白酒消费税政策的建议与对策 30

#### 第二部分 市场现状 33

##### 第一章 中国白酒行业特点分析 33

##### 第一节 白酒行业的定义与分类 33

###### 一、我国对白酒的相关定义与分类 33

###### 二、中国白酒起源与发展 36

##### 第二节 白酒行业的特点 39

###### 一、行业盈利性分析 39

###### 二、白酒行业的淡旺季特点与年度轮转现象 41

##### 第三节 白酒行业原材料及生产工艺分析 42

###### 一、我国白酒产品的原料 42

###### 二、粮食涨价对白酒行业的影响分析 44

#### 第二章 中国白酒市场总体情况分析 46

##### 第一节 2006年白酒工业的总体情况 46

###### 一、全国白酒总产量增长 46

二、销售收入平稳增加	48
三、白酒骨干企业基础建设投入加大，生产能力进一步提高。	49
四、酒行业的产量、销售额、利润和税金增长比例失调	49
五、2006年白酒工业运行中的主要问题	50
第二节 2006年中国白酒市场特点	53
第三节 2007年中国白酒市场预测	56
一、2007年中国白酒行业发展趋势	56
二、2007年中国白酒企业市场对策	58
第三章 白酒制造业发展分析	61
第一节 白酒行业发展特点	61
一、行业主要经济指标概述	61
二、白酒行业快速增长	61
三、生产市场需求随季节变化明显	63
四、区域市场发展不平衡	63
五、高档白酒价格涨幅波动较大	64
六、白酒从量税	64
七、国家政策影响巨大	66
第二节 白酒制造业发展中存在的问题分析	66
第四章 2006年中国白酒区域市场分析	69
第一节 北京白酒市场分析	69
一、北京市白酒市场	69
二、北京市白酒消费与市场	70
三、北京白酒品牌点评与竞争分析	70
第二节 上海白酒需求分析	72
一、上海白酒消费市场的振兴之道	72
二、上海市白酒市场概况	74
三、上海市白酒消费分析	75
四、品牌简评与竞争分析	75
第三节 广州白酒市场分析	77
一、广州白酒市场	77
二、广州市白酒消费分析	78
三、品牌点评与竞争分析	79

#### 第四节 深圳市白酒市场分析 81

##### 一、深圳白酒市场 81

##### 二、深圳市白酒消费分析 82

##### 三、品牌点评与竞争分析 82

#### 第五节 河南白酒市场分析 83

#### 第六节 山西白酒市场分析 87

#### 第七节 四川白酒市场分析 90

#### 第八节 陕西白酒市场分析 95

#### 第九节 贵州白酒市场分析 103

#### 第十节 山东白酒需求分析 105

##### 一、白酒行业状况 105

##### 二、山东市场分析 106

##### 三、企业现状分析 107

##### 四、竞争品牌分析 108

##### 五、消费习惯分析 110

##### 六、促销分析 110

##### 七、宋河品牌的SWOT分析 111

#### 第十一节 江苏白酒市场分析 113

#### 第十二节 浙江白酒市场分析 121

#### 第十三节 辽宁白酒市场分析 127

#### 第十四节 黑龙江白酒市场分析 131

#### 第十五节 武汉市白酒市场 135

##### 一、武汉市白酒市场 135

##### 二、品牌透视与竞争分析 137

#### 第十六节 中国农村白酒市场 139

### 第五章 白酒市场热点分析 145

#### 第一节 高端白酒市场分析 145

##### 一、高端白酒潮流 145

##### 二、高端白酒成为潮流的原因 146

##### 三、高端白酒何以制胜 148

##### 四、高端白酒的悖论 150

##### 五、高端白酒降温的三大理由 151

第二节 高度酒市场	152
第六章 消费者分析	156
第一节 消费者的白酒需求分析及消费群体的构成	156
一、消费需求趋稳	156
二、产品分析	156
第二节 消费者行为分析	157
一、白酒消费者购买行为类型分析	157
二、白酒消费者购买动机分析	158
三、白酒消费者购买方式分析	158
四、白酒消费者购买目分析	159
五、白酒消费者对广告促销的态度分析	160
第三部分 营销策略	161
第一章 2006年中国白酒市场销售渠道分析	161
第一节 2006年白酒销售渠道研究	161
一、金叶神酒的金色烟草通道	161
二、张弓——绿网撒向东西南北中	164
第二节 白酒终端构成及发展	166
一、终端建设	166
二、终端管理	170
第三节 白酒终端管理	172
一、终端建设的误区	172
二、案例分析：沧海一笑酒渠道战术设计	174
第二章 中国白酒市场营销策略分析	177
第一节 2007年中国白酒市场价格分析	177
一、白酒市场价格走势分析	177
二、高档白酒的价格定位方案分析	178
第二节 2006白酒企业广告分析	184
一、白酒广告法规	184
二、2006年中国酒类广告投放分析	187
三、白酒广告投放策略	190
第三节 2006-2007年主要白酒企业促销行为分析	193
一、十八酒坊	193

二、洋河中国年	194
三、小型名酒文化节促团购	195
第四节 白酒包装发展状况分析	198
第三章 白酒市场的品牌策略分析	202
第一节 现有企业采用的品牌策略分析	202
一、白酒品牌开发策略	202
二、白酒品牌市场导入策略	205
三、皖系白酒品牌策略分析	209
四、川酒品牌策略	217
五、黔酒品牌策略	221
第二节 白酒品牌管理概要	229
一、白酒品牌建设的十条法则	229
二、白酒品牌如何攻克中型城市	232
第三节 中小白酒生产企业营销策略分析	236
一、成功案例分析：山东省青州市云门春酒业	237
二、共性策略	239
第四部分 行业竞争及行业趋势	242
第一章 2006年中国白酒市场竞争局势分析	242
一、消费市场	242
二、竞争态势	243
三、龙头企业	244
第二章 中国白酒重点企业分析	248
第一节 五粮液集团有限公司	248
一、基本情况	248
二、2006年经营及财务状况分析	249
三、企业发展分析	257
第二节 贵州茅台	258
一、基本情况	258
二、2006年公司经营及财务状况分析	258
三、企业发展分析	261
第三节 四川剑南春集团有限责任公司	263
一、基本情况	263

#### 第四节 泸州老窖股份有限公司 264

##### 一、基本情况 264

##### 二、2006年生产经营状况分析 264

##### 三、企业发展分析 267

#### 第五节 安徽古井贡酒股份有限公司 271

##### 一、基本情况 271

##### 二、2006年生产经营状况分析 271

##### 三、企业发展分析 275

#### 第三章 2007年白酒行业预测 277

##### 第一节 2007年中国白酒行业发展预测分析 277

##### 一、白酒行业发展趋势 277

##### 二、白酒逆向营销策略的建议 279

##### 第二节 2007年白酒业可能面临的问题及挑战 282

##### 一、疏于内部管理 282

##### 二、企业缺乏整体的形象规划 283

##### 三、缺乏经济观念 285

##### 四、行业诚信危机严重 285

##### 第三节 我国酿酒行业“十五”计划和2015年规划的主要内容 286

##### 一、关于行业发展的指导思想 286

##### 二、产品结构与产品质量 287

##### 三、技术结构和装备水平 289

##### 四、出口创汇 291

##### 五、原材料结构 291

##### 六、治理污染 292

#### 图表目录

2006年部分国家/地区国内生产总值（GDP）及人均值 4

中国主要人文统计表 21

2001-2006年中国城乡恩格尔系数变化 26

2006年白酒行业盈利情况分析 39

制曲原料的理化成分表 42



原料理化要求	43
2006年度全国白酒产量前10位的企业	46
2006年度全国白酒行业销售收入前10位的企业	47
2006年度全国白酒行业利税前10位的企业	47
白酒子行业历年产量变化	62
白酒上市公司和行业比较	63
北京白酒市场产品情况	69
上海白酒市场产品情况	74
广州白酒市场产品情况	77
深圳白酒市场产品情况	81
河南省白酒制造业经济指标分析表	84
河南白酒综合情况调查表	86
山西白酒市场产品情况	89
四川省白酒制造业经济指标分析表	94
陕西省白酒制造业经济指标分析表	101
贵州省白酒制造业经济指标分析表	103
江苏省白酒制造业经济指标分析表	113
南京市白酒市场占有率分析表	116
南京市白酒包装评价分析表	118
南京市民感兴趣的促销活动方式调查表	118
南京市民白酒消费心态状况调查表	119
南京市民心目中的知名品牌调查表	119
南京白酒广告效果评价分析表	120
南京市场白酒综合评价分析表	120
南京消费者对习惯饮用白酒的忠诚度调查表	121
浙江省白酒制造业经济指标分析表	122
浙江省各地畅销白酒一览表	124
辽宁省白酒制造业经济指标分析表	127
黑龙江省白酒制造业经济指标分析表	131
武汉市白酒市场产品情况	136
白酒购买类型调查图	157
影响消费者购买动机调查表	158

白酒市场消费者购买方式调查分析图 159

白酒市场消费者购买目的调查分析图 159

消费者对广告和促销影响力的态度调查分析图 160

2002-2006年酒业报刊广告投放前5类产品 187

2003-2006年全国酒行业报刊广告投放前10媒体 188

白酒常用促销手段分析 197

2006年中国白酒企业10强 246

五粮液股份有限公司利润表 254

五粮液股份有限公司偿债能力分析 254

五粮液股份有限公司盈利能力分析 255

五粮液股份有限公司经营效率分析 256

五粮液股份有限公司成长能力分析 256

贵州茅台酒股份有限公司利润表 259

贵州茅台酒股份有限公司偿债能力分析 259

贵州茅台酒股份有限公司盈利能力分析 260

贵州茅台酒股份有限公司经营效率分析 261

贵州茅台酒股份有限公司成长能力分析 261

泸州老窖股份有限公司利润表 265

泸州老窖股份有限公司偿债能力分析 265

泸州老窖股份有限公司盈利能力分析 266

泸州老窖股份有限公司经营效率分析 267

泸州老窖股份有限公司成长能力分析 267

安徽古井贡酒股份有限公司利润表 272

安徽古井贡酒股份有限公司偿债能力分析 273

安徽古井贡酒股份有限公司经营效率分析 273

安徽古井贡酒股份有限公司盈利能力分析 274

安徽古井贡酒股份有限公司成长能力分析 275

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/56557.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。