

2014-2020年中国白酒行业 监测与未来发展策略咨询报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2014-2020年中国白酒行业监测与未来发展策略咨询报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/201407/109494.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

白酒行业是我国具有浓厚文化色彩的传统行业，与老百姓生活密切相关传统食品是体现中国民族特色和饮食文化的重要产业，而白酒是最具特色的传统食品之一。在我国，白酒文化源远流长，从有记载至今已有5000多年的历史。中国是礼仪之邦，最讲礼节，善于交际，“酒逢知己千杯少”，反映了中国人民长期以来与酒尤其是白酒结下的不解之缘，成为表达友情的一种方式。因此，白酒仍是目前中国居民生活中必不可少的食品种类之一，与老百姓生活密切相关。

在经济增速放缓、国家限制“三公消费”、禁酒令等因素影响下，高端白酒遭到当头棒喝，行业黄金十年在2013年戛然而止。2013年白酒行业从产量到销售收入，增速均创5年来新低，且14家白酒上市公司一年内市值蒸发2552亿元，缩水逾四成。根据国家统计局数字显示，纵观2013年全年，白酒行业以往的超高增长态势已不再，全年白酒行业规模以上企业完成总产量1153.16万千升，同比增长7.05%，尽管产量增长，但增速已下降到5年来最低水平。数据还显示，2013年我国1423家规模以上白酒企业全年累计完成销售收入5018.01亿元，同比增长11.22%，该增速也降至2009年以来的最低水平。

但是未来随着经济发展及居民收入增加，高端产品市场仍会呈现快速上升的趋势，加之渠道、终端之争愈演愈烈，中高档市场的竞争将成为决定行业竞争格局的主导力量。随着国内经济的发展，白酒市场发展面临巨大机遇和挑战。在市场竞争方面，白酒企业数量越来越多，市场正面临着供给与需求的不对称，白酒行业有进一步洗牌的强烈要求，但是在一些白酒细分市场仍有较大的发展空间，信息化技术将成为核心竞争力。

中国白酒行业的前景大有可为。任何企业，只要坚持做好产品，做大品牌，做强服务，即使遇到一些问题，那也是可以逾越的。面对当前的新形势，白酒行业不能用过去固有的思维考量产业投资和发展。首先，由于“八项规定”政策的出台，中国白酒行业遭遇了一场寒冬，行业要想突围，显然不能依靠公务消费，这需要行业调整思维，优化消费结构，真正激活大众消费。其次，白酒产业应该从政府主导产业周期到市场自身调整完成产业周期转变。再次，中国经济进入服务业大发展的阶段，2013年中国三产结构中最显著的表现之一就是服务业比重第一次超过制造业，达到46%，这意味着未来服务业将迎来井喷式发展。这个过程中，新的商业模式将迎来结构性发展机会。预计到2015年，我国白酒产量将会突破1400万千升，行业市场规模将接近6000亿元，国内白酒市场前景一片广阔。

本行业报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、国内外相关报刊杂志的基础信息、白酒行业研究单位等公布和提供的

大量资料以及对行业内企业调研访察所获得的大量第一手数据，对我国白酒市场的发展状况、供需状况、竞争格局、赢利水平、发展趋势等进行了分析。报告重点分析了白酒前十大企业的研发、产销、战略、经营状况等。报告还对白酒市场风险进行了预测，为白酒生产厂家、流通企业以及零售商提供了新的投资机会和可借鉴的操作模式，对欲在白酒行业从事资本运作的经济实体等单位准确了解目前中国白酒行业发展动态，把握企业定位和发展方向有重要参考价值。

报告目录

第一部分 白酒行业发展现状

第一章 白酒行业相关介绍

第一节 白酒的概念及历史

一、白酒的定义

二、白酒的起源

三、白酒的地位

第二节 白酒的分类及特征

一、白酒的香型

二、白酒的几种分类

三、白酒的特点

第三节 白酒的其他知识

一、白酒的度及其测定方法

二、白酒的勾兑和调味

三、白酒的各种成分

四、白酒的营养物质及有害物质

第四节 新工艺白酒

一、白酒工艺正向新方向发展

二、白酒新工艺的创新与发展

三、新工艺白酒的探索

四、固、液勾兑在新工艺白酒中的应用

第二章 2013年中国白酒产业的发展

第一节 我国白酒行业竞争格局简析

第二节 2011年中国白酒行业的发展

第三节 2012-2013年中国白酒行业的发展

第四节 2011-2013年全国及重点省市白酒产量分析

第五节 2011-2013年中国白酒行业进出口状况

第六节 2013年中国白酒行业存在的问题及建议

第三章

第一节 中国白酒市场的影响因素

第二节 2013年中国白酒市场格局

一、中端白酒市场

二、流通渠道市场

三、终端白酒市场

四、促销白酒市场

五、区域细分市场

第三节 2013年中国白酒市场特点浅析

一、中档酒是新生白酒品牌的最佳立足空间

二、餐饮终端是白酒企业的竞争焦点

三、渠道价值仍然不可低估

四、促销方式以单纯产品促销为主

五、地域市场品牌及商务用酒占消费主流

第四节 2013年中国白酒终端市场的运作分析

一、产品选择和客户管理

二、公关和培训

三、促销和服务客户

四、激励政策和物流管理

五、理货管理和回款管理

第五节 2013年中国白酒消费市场分析

一、白酒消费的三大模式

二、白酒消费的五大特点

三、四川成都白酒市场消费者调查分析

1、对品牌的喜好度

2、消费者了解喜爱品牌酒的渠道

3、消费者日常饮酒的价格区间

4、消费者对白酒的关注因素

5、消费者购买白酒的用途

6、消费者购买白酒的地点

- 7、消费者一般宴请或被宴请的场所
- 8、日常消费者见到的广告最多的白酒品牌
- 9、消费者对哪种促销方式更感兴趣
- 10、消费者是否会尝试新品种的

四、未来白酒消费四大趋势

第六节 中国白酒市场的同质化现象分析

- 一、浓香型白酒占据较大市场份额
- 二、品牌泛滥导致名酒形象淡化
- 三、价格体系紊乱及终端不良竞争加剧
- 四、白酒外包装雷同及广告宣传浮夸

第二部分 白酒行业深度分析

第四章 中国白酒制造行业财务状况

第一节 中国白酒制造行业经济规模

- 一、2012-2013年白酒制造业销售规模
- 二、2012-2013年白酒制造业利润规模
- 三、2012-2013年白酒制造业资产规模

第二节 中国白酒制造行业盈利能力指标分析

- 一、2012-2014年5月白酒制造业亏损面
- 二、2012-2014年5月白酒制造业销售毛利率
- 三、2012-2014年5月白酒制造业成本费用利润率
- 四、2012-2014年5月白酒制造业销售利润率

第五章 2013年高端白酒市场的发展

第一节 2011-2013年中国高端白酒的发展

- 一、高端白酒的崛起
- 二、2011年高端白酒价格持续上涨
- 三、2012年中国高端白酒价格呈回落态势
- 四、2012年高端白酒品牌进入投资理财界
- 五、2013年高档白酒发展态势分析
- 六、2013年高端白酒品牌斥资开拓国际市场

第二节 2013年高端白酒发展强劲的原因分析

- 一、消费升级注入高端白酒持续动力
- 二、龙头企业具备品牌号召力

三、定价权优势是核心竞争力

四、抗通胀能力最强

第三节 2013年高端白酒发展的问题及策略

第六章 2013年中国主要香型白酒的发展

第一节 浓香型白酒

一、浓香型白酒占据白酒行业主导地位

二、浓香型白酒“淡雅”与“浓郁”流派的差异分析

三、浓香型白酒正面临挑战

四、2012年浓香型白酒知名品牌创建示范区通过验收

五、浓香型白酒生产工艺方向的探索

第二节 清香型白酒

一、清香型白酒的复兴发展

二、山西汾阳获批建清香型白酒品牌示范区

三、清香型白酒未来发展优势将更明显

四、清香型白酒的复兴战略探索

第三节 酱香型白酒

一、酱香型白酒是传统酿酒的典范

二、酱香型白酒渐成市场趋势

三、酱香型白酒市场竞争愈发激烈

四、2013年中国酱香型白酒发展状况

五、2013年中国酱香型白酒产业动态

六、2013年首款高端酱香型白酒通过上市发行审核

第七章 2013年中国白酒行业区域发展分析

第一节 四川省

一、四川白酒行业概述

1、川酒基本情况

2、四川白酒产业特点

二、四川白酒品牌塑造

1、白酒市场分析

2、当前川酒发展中存在的问题

3、对川酒发展的一些建议

三、四川白酒市场消费旺季调查

四、2011-2013年四川白酒产销量

五、2011-2013年四川泸州市白酒产销量

第二节 贵州省

第三节 江苏省

第四节 安徽省

第五节 河南省

第六节 山东省

第七节 陕西省

第八节 东北地区

第九节 其它地区

第三部分 白酒行业竞争格局

第八章 2013年中国白酒行业重点企业分析

第一节 宜宾五粮液股份有限公司

一、公司简介

二、竞争力分析

第二节 贵州茅台酒股份有限公司

一、公司简介

二、竞争力分析

第三节 泸州老窖股份有限公司

一、公司简介

二、竞争力分析

第四节 山西杏花村汾酒厂股份有限公司

一、公司简介

二、竞争力分析

第五节 酒鬼酒股份有限公司

一、公司简介

二、竞争力分析

第六节 四川沱牌舍得酒业股份有限公司

一、公司简介

二、竞争力分析

第七节 四川水井坊股份有限公司

一、公司简介

二、竞争力分析

第九章 2013年中国白酒行业的营销分析

第一节 2013年中国白酒营销的发展状况

- 一、中国白酒营销的发展阶段
- 二、中国白酒营销模式分析
- 三、2012年白酒行业微博营销发展状况
- 四、2012年白酒行业营销创新典型案例分析
- 五、中国白酒营销亟待解决的问题

第二节 中国白酒渠道营销途径状况分析

- 一、白酒企业的渠道困境
- 二、白酒市场渠道商状况
- 三、白酒渠道商之间的博弈
- 四、白酒渠道困境的根本原因

第三节 中国白酒市场的分层化营销分析

- 一、分层营销终结盘中盘模式
- 二、高档酒营销产地化
- 三、低档酒营销大市场化
- 四、中档酒区域化布局及产地化加市场化营销

第四节 白酒文化营销的探析

- 一、酒文化是白酒行业的核心竞争力
- 二、白酒文化营销的现存方式
- 三、白酒文化营销的不成熟表现
- 四、白酒文化营销的误区及对策

第五节 中国白酒行业营销策略

- 一、白酒行业营销误区的对策
- 二、白酒营销的创新策略
- 三、白酒行业淡季营销策略分析
- 四、白酒营销的盈利模式探索

第六节 区域强势白酒品牌的营销战略

- 一、以根据地市场为圆心勾画新的市场版图
- 二、打造声誉产品提升企业的整体产品声誉
- 三、强化营销的组织功能建设

四、突破传统的厂商合作模式

五、营销管理的两大转变

第七节 中低端白酒农村市场营销的攻略

一、战略抉择以市场份额为导向

二、产品细分有所为有所不为

三、市场细分形成区域为王

四、以声誉产品塑造品牌声誉

五、建设适合农村市场营销的模式

第十章 2013年中国白酒企业的发展策略分析

第一节 白酒企业的利润点

一、高端市场的利润点

二、终端渠道的利润点

三、酒文化的利润点

四、品牌是实在的利润点

第二节 白酒企业发展的差异化策略

一、产品差异化

二、形象差异化

三、市场差异化

四、服务差异化

第三节 白酒企业的招商策略

一、品牌规划策略

二、市场规划策略

三、招商启动策略

四、白酒企业招商应注意的问题

第四节 中国两大白酒企业集团品牌战略的比较与分析

一、五粮液、茅台品牌战略的比较

二、五粮液、茅台品牌战略成果的评价

三、五粮液、茅台品牌战略的风险分析

四、遏制风险的对策建议

第五节 二线白酒企业突围的关键要素

第六节 中小白酒企业的发展策略

第十一章 2013年白酒替代产品分析

第一节 啤酒

第二节 葡萄酒

第三节 黄酒

第十二章 2013年白酒包装现状与发展

第一节 中国白酒包装现状

- 一、简述白酒包装发展历程
- 二、浅谈国内白酒的包装设计现状
- 三、白酒酒盒包装存在的弊端
- 四、浅析激光全息材料在白酒纸包装上的应用
- 五、白酒的软包装印刷分析

第二节 白酒包装建议

- 一、白酒包装需下大功夫
- 二、白酒包装需要推陈出新
- 三、白酒包装应该以实用为风向标
- 四、分析超高端白酒的包装法则

第三节 白酒包装趋势分析

- 一、追求高档化
- 二、崇尚个性化
- 三、包装材料的变化
- 四、包装色调上的变化
- 五、容量上的变化

第十三章 2013年中国白酒行业的政策法规分析

第一节 2013年中国白酒行业政策环境总述

- 一、中国白酒产业的政策导向
- 二、中国白酒产业政策概述
- 三、2011年白酒生产线纳入产业指导限制类目录
- 四、2011年底商务部发布酒类流通管理意见
- 五、2012年商务部修订《酒类流通管理办法》
- 六、“十二五”食品工业规划鼓励白酒业发展

第二节 白酒行业税收政策分析

- 一、白酒行业税收政策的变化
- 二、新所得税法对白酒行业的影响

第三节 白酒消费税调整方案解读

一、白酒消费税调整方案出台背景

二、政策的主要内容

三、政策的主要影响分析

第四节 其他白酒政策文件解读

一、浓香型白酒标准分析

二、白酒分析方法分析

第四部分 白酒行业前景预测

第十四章 2014-2020年白酒行业的发展前景及趋势

第一节 中国白酒行业的前景分析

一、未来中国白酒业机遇与挑战并存

二、中国白酒行业将继续较快发展

三、白酒或将进入“产区”式发展新时代

第二节 “十二五”中国白酒产业发展展望

一、“十二五”我国白酒行业发展规划

二、“十二五”中国白酒仍将保持增长态势

三、“十二五”白酒金三角区域将更快发展

第三节 2014-2020年中国白酒制造行业预测分析

一、影响中国白酒制造业发展因素分析

二、2014-2020年中国白酒制造业产品销售收入预测

三、2014-2020年中国白酒制造业累计利润总额预测

四、2014-2020年中国白酒制造业产值预测

五、2014-2020年中国白酒制造业产量预测

六、未来中国白酒行业发展的趋势

图表目录

图表：我国白酒行业细分市场竞争格局分析

图表：2011年1-12月我国分省市白酒产量分析

图表：2013年1-12月我国分省市白酒产量

图表：2012-2013我国白酒进口分析

图表：我国白酒行业规模以上生产企业结构情况

图表：2013年四川成都消费者对白酒品牌的喜爱程度分析

图表：2013年四川成都消费者对白酒品牌了解渠道分析

图表：2013年四川成都消费者日常饮酒的价格区间

图表：2013年四川成都消费者对白酒的关注因素

图表：2013年四川成都消费者购买白酒用途分析

图表：2013年四川成都消费者购买白酒的地点

图表：2013年四川成都消费者一般宴请或被宴请的场所

图表：2013年四川成都消费者见到广告最多的白酒品牌

图表：2013年四川成都消费者最感兴趣的促销方式

图表：2013年四川成都消费者是否会尝试新品种白酒调查

图表：2012-2013年我国白酒制造业销售规模及增长

图表：2012-2013年我国白酒制造业利润规模

图表：2012-2013年我国白酒制造业资产规模

图表：2014年1-5月我国白酒制造业毛利率变化

图表：2014年1-5月我国白酒制造业成本费用利润率变化

图表：2014年1-5月我国白酒制造业销售利润率变化

图表：2011-2013年四川白酒产量变化

图表：2011-2013年四川白酒销售收入

图表：2011-2013年泸州市白酒产量

图表：2011-2013年泸州市白酒销售收入

图表：2013年贵州省白酒产量及增速

图表：2013年江苏省白酒产量及增速

图表：2013年安徽省白酒产量及增速

图表：2013年河南省白酒产量及增速

图表：2013年山东省白酒产量及增速

图表：2013年陕西省白酒产量及增速

图表：2013年东三省白酒产量及增速

图表：2013年中部地区白酒产量及增速

图表：2013年五粮液集团主营构成

图表：2008-2013年五粮液集团成长能力分析

图表：2008-2013年五粮液集团盈利能力分析

图表：2008-2013年五粮液集团盈利质量分析

图表：2008-2013年五粮液集团运营能力分析

图表：2008-2013年五粮液集团财务风险分析

图表：2008-2013年五粮液集团利润表

图表：2013年贵州茅台主营构成

图表：2008-2013年贵州茅台成长能力分析

图表：2008-2013年贵州茅台盈利能力分析

图表：2008-2013年贵州茅台盈利质量分析

图表：2008-2013年贵州茅台运营能力分析

图表：2008-2013年贵州茅台财务风险分析

图表：2008-2013年贵州茅台利润表

图表：2013年泸州老窖主营构成

图表：2008-2013年泸州老窖成长能力分析

图表：2008-2013年泸州老窖盈利能力分析

图表：2008-2013年泸州老窖盈利质量分析

图表：2008-2013年泸州老窖运营能力分析

图表：2008-2013年泸州老窖财务风险分析

图表：2008-2013年泸州老窖利润表

图表：2013年山西汾酒主营构成

图表：2008-2013年山西汾酒成长能力分析

图表：2008-2013年山西汾酒盈利能力分析

图表：2008-2013年山西汾酒盈利质量分析

图表：2008-2013年山西汾酒运营能力分析

图表：2008-2013年山西汾酒财务风险分析

图表：2008-2013年山西汾酒利润表

图表：2013年酒鬼酒股份有限公司主营构成

图表：2008-2013年酒鬼酒成长能力分析

图表：2008-2013年酒鬼酒盈利能力分析

图表：2008-2013年酒鬼酒盈利质量分析

图表：2008-2013年酒鬼酒运营能力分析

图表：2008-2013年酒鬼酒财务风险分析

图表：2008-2013年酒鬼酒利润表

图表：2013年沱牌舍得酒业集团主营构成

图表：2008-2013年沱牌舍得酒业成长能力分析

图表：2008-2013年沱牌舍得酒业盈利能力分析

图表：2008-2013年沱牌舍得酒业盈利质量分析
图表：2008-2013年沱牌舍得酒业运营能力分析
图表：2008-2013年沱牌舍得酒业财务风险分析
图表：2008-2013年沱牌舍得酒业利润表
图表：2013年水井坊主营构成
图表：2008-2013年水井坊成长能力分析
图表：2008-2013年水井坊盈利能力分析
图表：2008-2013年水井坊盈利质量分析
图表：2008-2013年水井坊运营能力分析
图表：2008-2013年水井坊财务风险分析
图表：2008-2013年水井坊利润表
图表：我国白酒企业渠道困境表现
图表：我国白酒市场渠道商状况分析
图表：1998-2014年我国白酒行业税收政策变化图解
图表：2014-2020年我国白酒制造业销售收入预测
图表：2014-2020年我国白酒制造业利润总额预测
图表：2014-2020年我国白酒制造业产值预测
图表：2014-2020年我国白酒制造业产量预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201407/109494.html>