

2012-2016年中国白酒行业 市场分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2012-2016年中国白酒行业市场分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/yanjiu1205/6038271KO4.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2012-05-25

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2012-2016年中国白酒行业市场分析与投资前景研究报告》共十四章。首先介绍了中国白酒行业发展概念，然后对中国白酒行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国白酒行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国白酒行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

通过《2012-2016年中国白酒行业市场分析与投资前景研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

近年来，酿酒行业连续多个季度保持了高速增长，行业产量增速加快，整体利润大幅上升。2011年，我国酒制造业毛利率为32.71%，销售利润率达到12.83%。展望未来，在通胀回落的预期下，酿酒行业将拥有更多自主提价的空间。中长期来看，酿酒行业未来仍具有可观的增长潜力，2012年行业的高景气度可以维持。

2011年1~12月，白酒行业累计产量达到1025.55万千升，同比增长30.7%，增速比上年同期上升3.9个百分点，增速创下了2001年以来的高点；成长性和稳定性继续领先整个酒类行业。在通胀的大环境下，白酒行业持续表现出收入增长大于产量增长，利润增长大于收入增长的良好发展势头。

预计未来10年将成为中国白酒业的稳定发展时期，随着人民群众健康意识的提高，以及相关法律法规的健全，未来阶段，中国白酒业面临的主要挑战之一将是食品安全问题。未来10年，中国白酒业出口增长将达到5%至10%，利润将达到20%。到2015年白酒制造行业收入将达到8712.0亿元；利润年均增长率约为34.2%，2015年利润将达到1550.8亿元。那么，在当前白酒市场瞬息万变的形势下，我国白酒企业该如何分析当前发展形势、把握未来市场发展方向、及时调整产品结构，并根据行业趋势制定发展战略呢？

报告目录

第一章 中国白酒行业发展概述

第一节 中国白酒行业的分类与特性

一、白酒的分类

二、白酒香型介绍

三、白酒行业的特征

第二节 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

第三节 白酒行业发展的历程

第二章 中国白酒行业运行情况分析

第一节 中国白酒产业结构分析

一、从白酒产量看行业结构

二、从白酒销售收入、利税看行业结构

三、从香型、酒度、酒质看行业结构

四、从白酒企业数量及企业结构看行业结构

第二节 2010年中国白酒行业的发展

一、2010年白酒行业运行情况分析

二、2010年中国白酒行业发展现状

三、2010年消费税大调整引发白酒行业震动

四、2010年中国白酒企业经营情况分析

第三节 2011年中国白酒行业运行情况分析

一、2011年白酒行业发展分析

二、2011年全国白酒行业上市公司分析

三、2011年中国白酒行业呈现多种势态

第四节 中国白酒行业存在的问题

一、中国白酒企业六大硬伤

二、中国白酒行业发展存在的问题

三、中国白酒行业自身的问题

四、中国白酒行业的发展对策

五、中国白酒品牌创新发展策略

第三章 2009-2011年中国白酒制造业经济运行数据分析

第一节 2009-2011年中国白酒制造行业总体数据分析

一、2009年中国白酒制造行业全部企业数据分析

二、2010年中国白酒制造行业全部企业数据分析

三、2011年中国白酒制造行业全部企业数据分析

第二节 2009-2011年中国白酒制造行业不同规模企业数据分析

一、2009年中国白酒制造行业不同规模企业数据分析

二、2010年中国白酒制造行业不同规模企业数据分析

三、2011年中国白酒制造行业不同规模企业数据分析

第三节 2009-2011年中国白酒制造行业不同所有制企业数据分析

一、2009年中国白酒制造行业不同所有制企业数据分析

二、2010年中国白酒制造行业不同所有制企业数据分析

三、2011年中国白酒制造行业不同所有制企业数据分析

第四章 中国白酒市场分析

第一节 中国白酒市场状况分析

一、2010年中国白酒市场发展特征以及资本整合情况

二、2011年白酒市场价格分析

第二节 中档白酒市场分析

一、中档酒将成激烈争夺领域

二、中档酒市场发展特点分析

三、中低端白酒增长成亮点

四、中低端白酒市场价格走势

第三节 高端白酒市场分析及预测

一、高档白酒市场价格走势分析

二、高端白酒的消费特征

三、高端白酒市场需求分析

第四节 中国白酒终端市场的运作解析

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 中国白酒市场的同质化现象

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
- 五、白酒市场发展方向与消费需求脱节

第五章 中国白酒分区域市场分析

第一节 华北地区白酒市场

- 一、华北市场概述
- 二、北京白酒市场
- 三、天津白酒市场
- 四、河北白酒市场

第二节 华东地区白酒市场

- 一、华东地区市场概述
- 二、上海白酒市场
- 三、山东白酒市场
- 四、江苏白酒市场

第三节 华南地区白酒市场

- 一、华南市场概述
- 二、广东白酒市场
- 三、广西白酒市场
- 四、海南白酒市场

第四节 华中地区白酒市场

- 一、华中市场概述
- 二、河南白酒市场
- 三、湖南白酒市场
- 四、湖北白酒市场

第五节 东北地区白酒市场

- 一、东北地区概述
- 二、黑龙江白酒市场
- 三、吉林白酒市场

第六节 西北地区白酒市场

- 一、西北地区市场概述

二、陕西白酒市场

三、甘肃白酒市场

第七节 西南地区白酒市场

一、西南市场概述

二、四川白酒市场

三、重庆白酒市场

四、贵州白酒市场

第六章 白酒消费者分析

第一节 白酒消费需求分析

一、白酒消费主流及趋势分析

二、2011年白酒销量分析

三、高端白酒消费者体验品牌化的成长路径

四、白酒市场状况与潜在消费需求分析

第二节 白酒业消费群体深度分析

一、中国的白酒消费群体

二、中国消费群体的购买动机

三、影响消费者的购买因素

四、消费者购买时机分析

五、影响消费者购买决定的因素

六、消费者的购买地点选择

七、消费者的媒体接触点

第三节 “80后”白酒消费群体分析

一、“80后”未来的主流消费群体

三、针对“80后”群体白酒企业的创新策略

二、“80后”群体的消费特征分析

四、我国白酒行业开抢“80后”消费群

第四节 白酒消费行为的价值体现及营销启示

一、白酒消费行为特点

二、白酒消费行为的价值体现

三、白酒消费行为价值体现的营销启示

四、白酒业呼唤“知识价值革命”

第七章 白酒营销策略分析

第一节 白酒营销形势分析

- 一、白酒营销模式及其发展趋势
- 二、新形势下酒企的“取势”营销
- 三、2011年中国白酒品牌战略营销思考
- 四、2011年白酒企业深度分销模式
- 五、未来白酒业整合营销大势

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 白酒营销策略分析

- 一、后危机时代的白酒价值链营销
- 二、白酒淡季营销策略分析
- 三、白酒企业促销攻略
- 四、白酒企业三、四级市场攻略
- 五、白酒的细分市场策略
- 六、简装白酒的营销策略
- 七、白酒行业的不对称营销
- 八、高端白酒的分众营销

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

第八章 白酒行业竞争状况分析

第一节 白酒市场竞争特点

- 一、中档酒是新生白酒品牌的最佳立足空间
- 二、渠道价值仍然不可低估
- 三、餐饮终端是酒类产品的竞争焦点

四、促销方式以单纯产品促销为主

五、地域市场品牌仍占消费主流

六、商务用酒的消费比例

第二节 白酒行业竞争格局分析

一、行业竞争点由单点到板块区域竞争升级

二、高档白酒市场寡头品牌垄断政务酒占优

三、软实力的竞争对高端白酒更加重要

四、中档酒市场无霸主群雄磨刀霍霍

五、低档白酒市场区域品牌是竞争主力

六、强者恒强利润集中于行业龙头

七、市场环境压力下白酒景气度依旧

八、国际资本频繁入驻白酒企业竞争国际化

第三节 白酒品牌竞争活跃度分析

一、2010年白酒品牌在食品饮料行业中的活跃程度

二、2010年白酒行业品牌活跃度排名

第九章 白酒替代品行业竞争分析

第一节 2011年啤酒行业

一、中国啤酒行业运行情况分析

二、中国啤酒业集中度分析

三、啤酒产品结构调整分析

第二节 葡萄酒行业

一、中国葡萄酒行业发展空间巨大

二、2010年中国葡萄酒行业十大热点

三、2011年中国葡萄酒行业发展分析

四、2011年中国葡萄酒产业的发展趋势分析

五、中国将成为世界第七大葡萄酒消费市场

第三节 黄酒行业

一、2010年中国黄酒产量逆势增长

二、2010年国内黄酒业迎来发展新契机

三、2010年中国黄酒市场格局生变

四、2011年黄酒业发展整体向上

第四节 烈性洋酒在中国的发展

- 一、烈性洋酒加速本土化运作
- 二、烈性洋酒的市场格局分析
- 三、烈性洋酒与高端白酒的博弈
- 四、洋酒在中国的未来发展趋势

第五节 保健酒行业

- 一、保健酒市场成企业争夺的新亮点
- 二、中国保健酒市场格局分析
- 三、中国保健酒再现掘金潮
- 四、中国保健酒市场有待规范

第十章 中国白酒重点企业分析

第一节 五粮液

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第二节 贵州茅台

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第三节 泸州老窖股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第四节 四川水井坊股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第五节 四川沱牌曲酒股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第六节 山西杏花村汾酒厂股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第七节 酒鬼酒股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第八节 安徽古井贡酒股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析

- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第十一章 中国白酒中小企业发展分析

第一节 中小品牌白酒面临的问题

- 一、资金短缺
- 二、融资能力低
- 三、市场竞争力低
- 四、人才短缺
- 五、做品牌与销量的“夹缝生存困惑”
- 六、市场狭窄

第二节 中小白酒企业的竞争定位

- 一、基于地缘优势上的盘整
- 二、基于产品包装上的优势
- 三、基于产品品质上的定位
- 四、基础促销创新上的差异
- 五、基于品牌传播上的突破

第三节 2010—2011年中小品牌白酒突围之道

- 一、区域抢跑
- 二、市场卡位
- 三、差异领先
- 四、资源聚焦

第四节 招商性中小企业攻略

- 一、招商性中小企业现状及发展瓶颈
- 二、招商性中小企业成功方略

第十二章 2012-2016年中国白酒行业发展环境与趋势分析

第一节 2011年中国宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2012年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2010-2011年中国白酒行业政策影响分析

- 一、宏观经济指标对白酒行业发展影响
- 二、中央经济工作会议对白酒行业发展影响
- 三、白酒消费税对白酒行业的影响
- 四、消费税上涨对白酒业的影响
- 五、禁酒令对白酒行业的影响

第三节 2012-2016年中国白酒行业前景预测

- 一、中国白酒业将进入稳定发展期
- 二、2012年中国白酒业机遇与挑战并存
- 三、2012年白酒产业迎来“拐点”
- 四、全国和地方性品牌共生的局面长期存在
- 五、白酒行业未来营业额和利润仍将攀升

第四节 2012-2016年中国白酒行业发展的趋势

- 一、白酒行业的总体发展趋势分析
- 二、中国白酒业未来或将分化为四种资本重组模式
- 三、行业龙头领先优势将进一步加剧
- 四、2011年白酒业加速洗牌

第十三章 2012-2016年中国白酒包装发展现状与趋势

第一节 中国白酒包装现状分析

- 一、白酒包装现状
- 二、白酒的包装与设计
- 三、白酒包装的理性回归
- 四、浅析激光全息材料在白酒纸包装上的应用

第二节 白酒包装发展策略

- 一、白酒包装设计需个性化发展
- 二、白酒包装需要推陈出新
- 三、白酒包装如何打出品牌
- 四、白酒包装应该以实用为风向标

第三节 白酒包装发展趋势

- 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

第十四章 2012-2016年中国白酒行业发展战略分析

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

第三节 二线白酒企业突围的关键要素

- 一、战略企图
- 二、声誉产品
- 三、市场板块
- 四、团队整合
- 五、资源匹配度

第四节 白酒海外市场攻略

- 一、区域的选择
- 二、模式的选择
- 三、时机与方式的选择

图表：2006-2011年国内生产总值

图表：2006-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2006-2011年国家外汇储备

图表：2006-2011年财政收入

图表：2006-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

图表：………

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/yanjiu1205/6038271KO4.html>