

# 2014-2018年中国白酒市场 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](http://www.bosidata.com)

## 报告报价

《2014-2018年中国白酒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/yanjiu1401/383827G95O.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】 2014-01-17

【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

## 报告说明:

博思数据发布的《2014-2018年中国白酒市场分析与投资前景研究报告》共十四章。首先介绍了白酒相关概述、中国白酒市场运行环境等，接着分析了中国白酒市场发展的现状，然后介绍了中国白酒重点区域市场运行形势。随后，报告对中国白酒重点企业经营状况分析，最后分析了中国白酒行业发展趋势与投资预测。您若想对白酒产业有个系统的了解或者想投资白酒行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

数据显示，2013年上半年我国白酒行业产量、销售额以及利润增幅均较去年出现不同程度的回落。其主要原因是酒类行业在盘整期价格理性回归导致。2013年1-6月规模以上白酒企业累计产量588.9万千升，同比增长9.21%，与去年相比处于较低水平。另外，上半年白酒行业规模以上企业累计完成销售收入2402.13亿元，增速同比回落至10.71%。白酒行业累计实现利润399.09亿元，同比增长0.57%，累计利润增速出现大幅下滑。

随着经济发展及居民收入增加，高端产品市场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。

## 第一章 白酒行业相关介绍

### 1.1 白酒的概念及历史

#### 1.1.1 白酒的定义

#### 1.1.2 白酒的起源

#### 1.1.3 白酒的地位

### 1.2 白酒的分类及特征

#### 1.2.1 白酒的香型

#### 1.2.2 白酒的几种分类

#### 1.2.3 白酒的特点

### 1.3 白酒的其他知识

#### 1.3.1 白酒的度及其测定方法

#### 1.3.2 白酒的勾兑和调味

#### 1.3.3 白酒的各种成分

#### 1.3.4 白酒的营养物质及有害物质

### 1.4 新工艺白酒

#### 1.4.1 白酒工业正向新方向发展

#### 1.4.2 白酒新工艺的创新与发展

- 1.4.3 新工艺白酒的探索
- 1.4.4 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

- 2.1 我国白酒行业竞争格局简析
- 2.2 2011年中国白酒行业的发展
- 2.3 2012-2013年中国白酒行业的发展
- 2.4 2011-2013年全国及重点省市白酒产量分析
- 2.5 2011-2013年中国白酒行业进出口状况
- 2.6 2013年中国白酒行业存在的问题及建议

## 第三章 2013年中国白酒市场分析

- 3.1 中国白酒市场的影响因素
- 3.2 2013年中国白酒市场格局
  - 3.2.1 中端白酒市场
  - 3.2.2 流通渠道市场
  - 3.2.3 终端白酒市场
  - 3.2.4 促销白酒市场
  - 3.2.5 区域细分市场
- 3.3 2013年中国白酒市场特点浅析
  - 3.3.1 中档酒是新生白酒品牌的最佳立足空间
  - 3.3.2 餐饮终端是白酒企业的竞争焦点
  - 3.3.3 渠道价值仍然不可低估
  - 3.3.4 促销方式以单纯产品促销为主
  - 3.3.5 地域市场品牌及商务用酒占消费主流
- 3.4 2013年中国白酒终端市场的运作分析
  - 3.4.1 产品选择和客户管理
  - 3.4.2 公关和培训
  - 3.4.3 促销和服务客户
  - 3.4.4 激励政策和物流管理
  - 3.4.5 理货管理和回款管理
- 3.5 2013年中国白酒消费市场分析

- 3.5.1 白酒消费的三大模式
- 3.5.2 白酒消费的五大特点
- 3.5.3 白酒市场消费者调查分析
- 3.5.4 未来白酒消费四大趋势
- 3.6 中国白酒市场的同质化现象分析
  - 3.6.1 浓香型白酒占据较大市场份额
  - 3.6.2 品牌泛滥导致名酒形象淡化
  - 3.6.3 价格体系紊乱及终端不良竞争加剧
  - 3.6.4 白酒外包装雷同及广告宣传浮夸

#### 第四章 中国白酒制造行业财务状况

- 4.1 中国白酒制造行业经济规模
  - 4.1.1 2010-2013年12月白酒制造业销售规模
  - 4.1.2 2010-2013年12月白酒制造业利润规模
  - 4.1.3 2010-2013年12月白酒制造业资产规模
- 4.2 中国白酒制造行业盈利能力指标分析
  - 4.2.1 2010-2013年12月白酒制造业亏损面
  - 4.2.2 2010-2013年12月白酒制造业销售毛利率
  - 4.2.3 2010-2013年12月白酒制造业成本费用利润率
  - 4.2.4 2010-2013年12月白酒制造业销售利润率
- 4.3 中国白酒制造行业营运能力指标分析
  - 4.3.1 2010-2013年12月白酒制造业应收账款周转率
  - 4.3.2 2010-2013年12月白酒制造业流动资产周转率
  - 4.3.3 2010-2013年12月白酒制造业总资产周转率
- 4.4 中国白酒制造行业偿债能力指标分析
  - 4.4.1 2010-2013年12月白酒制造业资产负债率
  - 4.4.2 2010-2013年12月白酒制造业利息保障倍数

#### 第五章 2013年高端白酒市场的发展

- 5.1 2011-2013年中国高端白酒的发展
  - 5.1.1 高端白酒的崛起
  - 5.1.2 2011年高端白酒价格持续上涨

- 5.1.3 2012年中国高端白酒价格呈回落态势
- 5.1.4 2012年高端白酒品牌进入投资理财界
- 5.1.5 2013年高档白酒发展态势分析
- 5.1.6 2013年高端白酒品牌斥资开拓国际市场
- 5.2 2013年高端白酒发展强劲的原因分析
  - 5.2.1 消费升级注入高端白酒持续动力
  - 5.2.2 龙头企业具备品牌号召力
  - 5.2.3 定价权优势是核心竞争力
  - 5.2.4 抗通胀能力最强
- 5.3 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

- 6.1 浓香型白酒
  - 6.1.1 浓香型白酒占据白酒行业主导地位
  - 6.1.2 浓香型白酒“淡雅”与“浓郁”流派的差异分析
  - 6.1.3 浓香型白酒正面临挑战
  - 6.1.4 2012年浓香型白酒知名品牌创建示范区通过验收
  - 6.1.5 浓香型白酒生产工艺方向的探索
- 6.2 清香型白酒
  - 6.2.1 清香型白酒的复兴发展
  - 6.2.2 山西汾阳获批建清香型白酒品牌示范区
  - 6.2.3 清香型白酒未来发展优势将更明显
  - 6.2.4 清香型白酒的复兴战略探索
- 6.3 酱香型白酒
  - 6.3.1 酱香型白酒是传统酿酒的典范
  - 6.3.2 酱香型白酒渐成市场趋势
  - 6.3.3 酱香型白酒市场竞争愈发激烈
  - 6.3.4 2011年中国酱香型白酒发展状况
  - 6.3.5 2012年中国酱香型白酒产业动态
  - 6.3.6 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

- 7.1 四川省
- 7.2 贵州省
- 7.3 江苏省
- 7.4 安徽省
- 7.5 河南省
- 7.6 山东省
- 7.7 陕西省
- 7.8 东北地区
- 7.9 其它地区

## 第八章 2013年中国白酒行业重点企业分析

### 8.1 宜宾五粮液股份有限公司

- 8.1.1 公司简介
- 8.1.2 竞争力分析

### 8.2 贵州茅台酒股份有限公司

- 8.2.1 公司简介
- 8.2.2 竞争力分析

### 8.3 泸州老窖股份有限公司

- 8.3.1 公司简介
- 8.3.2 竞争力分析

### 8.4 山西杏花村汾酒厂股份有限公司

- 8.4.1 公司简介
- 8.4.2 竞争力分析

### 8.5 酒鬼酒股份有限公司

- 8.5.1 公司简介
- 8.5.2 竞争力分析

### 8.6 四川沱牌舍得酒业股份有限公司

- 8.6.1 公司简介
- 8.6.2 竞争力分析

### 8.7 四川水井坊股份有限公司

- 8.7.1 公司简介
- 8.7.2 竞争力分析

## 第九章 2013年中国白酒行业的营销分析

### 9.1 2013年中国白酒营销的发展状况

#### 9.1.1 中国白酒营销的发展阶段

#### 9.1.2 中国白酒营销模式分析

#### 9.1.3 2012年白酒行业微博营销发展状况

#### 9.1.4 2012年白酒行业营销创新典型案例分析

#### 9.1.5 中国白酒营销亟待解决的问题

### 9.2 中国白酒渠道营销途径状况分析

#### 9.2.1 白酒企业的渠道困境

#### 9.2.2 白酒市场渠道商状况

#### 9.2.3 白酒渠道商之间的博弈

#### 9.2.4 白酒渠道困境的根本原因

### 9.3 中国白酒市场的分层化营销分析

#### 9.3.1 分层营销终结盘中盘模式

#### 9.3.2 高档酒营销产地化

#### 9.3.3 低档酒营销大市场化

#### 9.3.4 中档酒区域化布局及产地化加市场化营销

### 9.4 白酒文化营销的探析

#### 9.4.1 酒文化是白酒行业的核心竞争力

#### 9.4.2 白酒文化营销的现存方式

#### 9.4.3 白酒文化营销的不成熟表现

#### 9.4.4 白酒文化营销的误区及对策

### 9.5 中国白酒行业营销策略

#### 9.5.1 白酒行业营销误区的对策

#### 9.5.2 白酒营销的创新策略

#### 9.5.3 白酒行业淡季营销策略分析

#### 9.5.4 白酒营销的盈利模式探索

### 9.6 区域强势白酒品牌的营销战略

#### 9.6.1 以根据地市场为圆心勾画新的市场版图

#### 9.6.2 打造声誉产品提升企业的整体产品声誉

#### 9.6.3 强化营销的组织功能建设

#### 9.6.4 突破传统的厂商合作模式



- 9.6.5 营销管理的两大转变
- 9.7 中低端白酒农村市场营销的攻略
  - 9.7.1 战略抉择以市场份额为导向
  - 9.7.2 产品细分有所为有所不为
  - 9.7.3 市场细分形成区域为王
  - 9.7.4 以声誉产品塑造品牌声誉
  - 9.7.5 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

- 10.1 白酒企业的利润点
  - 10.1.1 高端市场的利润点
  - 10.1.2 终端渠道的利润点
  - 10.1.3 酒文化的利润点
  - 10.1.4 品牌是实在的利润点
- 10.2 白酒企业发展的差异化策略
  - 10.2.1 产品差异化
  - 10.2.2 形象差异化
  - 10.2.3 市场差异化
  - 10.2.4 服务差异化
- 10.3 白酒企业的招商策略
  - 10.3.1 品牌规划策略
  - 10.3.2 市场规划策略
  - 10.3.3 招商启动策略
  - 10.3.4 白酒企业招商应注意的问题
- 10.4 中国两大白酒企业集团品牌战略的比较与分析
  - 10.4.1 五粮液、茅台品牌战略的比较
  - 10.4.2 五粮液、茅台品牌战略成果的评价
  - 10.4.3 五粮液、茅台品牌战略的风险分析
  - 10.4.4 遏制风险的对策建议
- 10.5 二线白酒企业突围的关键要素
- 10.6 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

### 11.1 啤酒

### 11.2 葡萄酒

### 11.3 黄酒

## 第十二章 2013年白酒包装现状与发展

### 12.1 中国白酒包装现状

#### 12.1.1 简述白酒包装发展历程

#### 12.1.2 浅谈国内白酒的包装设计现状

#### 12.1.3 白酒酒盒包装存在的弊端

#### 12.1.4 浅析激光全息材料在白酒纸包装上的应用

#### 12.1.5 白酒的软包装印刷分析

### 12.2 白酒包装建议

#### 12.2.1 白酒包装需下大功夫

#### 12.2.2 白酒包装应打响品牌

#### 12.2.3 白酒包装需要推陈出新

#### 12.2.4 白酒包装应该以实用为风向标

#### 12.2.5 分析超高端白酒的包装法则

### 12.3 白酒包装趋势分析

#### 12.3.1 追求高档化

#### 12.3.2 崇尚个性化

#### 12.3.3 包装材料的变化

#### 12.3.4 包装色调上的变化

#### 12.3.5 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

### 13.1 2013年中国白酒行业政策环境总述

#### 13.1.1 中国白酒产业的政策导向

#### 13.1.2 中国白酒产业政策概述

#### 13.1.3 2011年白酒生产线纳入产业指导限制类目录

#### 13.1.4 2011年底商务部发布酒类流通管理意见

#### 13.1.5 2012年商务部修订《酒类流通管理办法》

13.1.6 “十二五”食品工业规划鼓励白酒业发展

## 13.2 白酒行业税收政策分析

### 13.2.1 白酒行业税收政策的变化

### 13.2.2 白酒行业消费税调整的影响分析

### 13.2.3 新所得税法对白酒行业的影响

### 13.2.4 白酒税收调整促使行业发展规范化

## 13.3 白酒消费税调整方案解读

### 13.3.1 白酒消费税调整方案出台背景

### 13.3.2 政策的主要内容

### 13.3.3 政策的主要影响分析

### 13.3.4 政策出台对一线品牌的影响

## 13.4 2010-2013年白酒产业政策法规动向

### 13.4.1 2008年白酒生产许可证有新规定

### 13.4.2 2009年底《浓酱兼香型白酒国家标准》实施

### 13.4.3 2011年底《酱香型白酒》国家标准实施

### 13.4.4 2012年白酒工业水污染物排放新规实施

## 13.5 其他白酒政策文件解读

### 13.5.1 《食品质量认证实施规则——酒类》分析

### 13.5.2 浓香型白酒标准分析

### 13.5.3 白酒分析方法分析

## 第十四章 2014-2018年白酒行业的发展前景及趋势

### 14.1 中国白酒行业的前景分析

#### 14.1.1 未来中国白酒业机遇与挑战并存

#### 14.1.2 中国白酒行业将继续较快发展

#### 14.1.3 白酒或将进入“产区”式发展新时代

#### 14.1.4 全国和地方性品牌共生的局面长期存在

#### 14.1.5 白酒产业结构会进一步整合及优化

### 14.2 “十二五”中国白酒产业发展展望

#### 14.2.1 “十二五”我国白酒行业发展规划

#### 14.2.2 “十二五”中国白酒仍将保持增长态势

#### 14.2.3 “十二五”我国白酒市场形势良好

14.2.4 “十二五”白酒金三角区域将更快发展

14.3 2014-2018年中国白酒制造行业预测分析

14.3.1 影响中国白酒制造业发展因素分析

14.3.2 2014-2018年中国白酒制造业产品销售收入预测

14.3.3 2014-2018年中国白酒制造业累计利润总额预测

14.3.4 2014-2018年中国白酒制造业产值预测

14.3.5 2014-2018年中国白酒制造业产量预测

14.4 未来中国白酒行业发展的趋势

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2013年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2013年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2014年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2014年中国GDP增速预测

图表：略&hellip;&hellip;

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/yanjiu1401/383827G95O.html>