

# 2013-2017年中国白酒市场 监测及投资前景研究报告

## 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

《2013-2017年中国白酒市场监测及投资前景研究报告》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/yanjiu1304/D5719881C2.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】2013-04-02

【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《2013-2017年中国白酒市场监测及投资前景研究报告》共十四章。首先介绍了白酒行业的概念，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《2013-2017年中国白酒市场监测及投资前景研究报告》，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、销售网络和企业的发展提供了科学决策依据。

据不完全统计，国内白酒企业约18,000家，其中获得生产许可证的企业8,000多家，纳入国家统计局规模以上企业也有1,269家，白酒品牌更是不计其数，但99%是地方品牌，只有很少部分如茅台、五粮液、老窖等成为全国性的知名品牌。若以销量来计，前五大公司合计销量仅占行业整体的11.6%，行业集中度很低。

若我们以工厂销售收入来看，国内前四大为五粮液、茅台、洋河和泸州老窖，合计占据行业30.6%的份额。且从过去十多年的发展来看，五粮液经历过一段波折重新成为行业老大；而茅台则一路向上，其收入规模与五粮液差距越来越小；洋河在2010年超越泸州老窖成为行业第三；泸州老窖的市占率也在逐年上升，但相比前三家的发展偏缓慢。

## 报告目录

### 第一章 白酒行业相关概念

#### 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 中国白酒行业发展历程与现状

##### 一、白酒行业发展的历程

- 二、白酒酿造技术现状
- 三、白酒行业发展现状
- 四、白酒行业规模和地位
- 五、中国白酒发展路径的9种深化

## 第二章 2011-2012年中国白酒行业运行态势剖析

### 第一节 中国白酒产业结构分析

- 一、中国酒精饮品市场
- 二、中国烈酒消费分析
- 三、中国烈酒市场分析
- 四、中国烈酒高端市场分析
- 五、中国白酒细分市场分析
- 六、中国不同香型白酒市场分析

### 第二节 2011年中国白酒行业运行情况分析

- 一、2011年我国白酒行业生产情况分析
- 二、2011年我国白酒行业盈利情况分析
- 三、2011年我国白酒行业价格情况分析
- 四、2011年我国白酒上市公司经营情况分析

### 第三节 2012年中国白酒行业运行情况分析

- 一、2012年我国白酒行业生产情况分析
- 二、2012年我国白酒行业盈利情况分析
- 三、2012年我国白酒上市公司经营情况分析

### 第四节 2010-2012年白酒产品产量分地区统计数据

- 一、2010年全国及重点省市白酒产量分析
- 二、2011年全国及重点省市白酒产量分析
- 三、2012年全国及重点省市白酒产量分析

### 第五节 中国白酒行业存在的问题

- 一、中国白酒企业六大硬伤
- 二、2012年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 2011-2012年中国白酒制造业经济数据分析

#### 第一节 2010-2012年中国白酒制造行业总体数据分析

- 一、2010年中国白酒制造行业全部企业数据分析
- 二、2011年中国白酒制造行业全部企业数据分析
- 三、2012年中国白酒制造行业全部企业数据分析

#### 第二节 2010-2012年中国白酒制造行业不同规模企业数据分析

- 一、2010年中国白酒制造行业不同规模企业数据分析
- 二、2011年中国白酒制造行业不同规模企业数据分析
- 三、2012年中国白酒制造行业不同规模企业数据分析

#### 第三节 2010-2012年中国白酒制造行业不同所有制企业数据分析

- 一、2010年中国白酒制造行业不同所有制企业数据分析
- 二、2011年中国白酒制造行业不同所有制企业数据分析
- 三、2012年中国白酒制造行业不同所有制企业数据分析

### 第四章 2011-2012年中国白酒市场发展现状

#### 第一节 中国白酒市场状况分析

- 一、2012年中国白酒市场结构
- 二、2012年白酒市场涨价情况分析
- 三、2012年中国白酒出口市场分析
- 四、2012年塑化剂事件对白酒行业的影响

#### 第二节 高端白酒市场分析及预测

- 一、高端白酒的消费特征
- 二、2012高档白酒市场分析

#### 第三节 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、2012年中档白酒发展进快车道
- 四、中档酒或成未来白酒发展主力

#### 第四节 白酒团购市场分析

- 一、白酒团购模式
- 二、白酒团购模式进程
- 三、白酒团购未来展望

## 第五节 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

## 第六节 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 中国白酒区域市场研究

### 第一节 华北地区高端白酒市场

### 第二节 华东地区高端白酒市场

### 第三节 华南地区高端白酒市场

### 第四节 华中地区高端白酒市场

### 第五节 东北地区高端白酒市场

### 第六节 西北地区高端白酒市场

### 第七节 西南地区高端白酒市场

## 第六章 中国白酒行业消费特征研究

### 第一节 白酒消费需求分析

#### 一、白酒消费主流及趋势分析

#### 二、现阶段我国高端白酒消费特点

#### 三、2012年我国白酒市场销量分析

#### 四、白酒市场状况与潜在消费需求分析

### 第二节 白酒消费者购买行为分析

#### 一、白酒消费者购买行为类型分析

#### 二、白酒消费者购买动机分析

#### 三、白酒消费者购买方式分析

#### 四、白酒消费者购买目分析

#### 五、白酒消费者对广告促销的态度分析

#### 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

##### 二、“80后”群体的消费特征分析

##### 三、针对“80后”群体白酒企业的创新策略

#### 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

### 第七章 中国白酒行业营销策略分析

#### 第一节 2012年白酒的需求特质与渠道

##### 一、2012年白酒的需求特质

##### 二、需求特质影响下的白酒营销模式、渠道方式

##### 三、需求特质与白酒企业的战略选择

#### 第二节 白酒营销形势分析

##### 一、白酒营销模式及其发展趋势

##### 二、中国白酒营销的四种形式

##### 三、白酒营销的分层化趋势

#### 第三节 白酒营销渠道分析

##### 一、白酒终端现状与策略分析

##### 二、电子商务对白酒营销渠道的发展

##### 三、2012年地方白酒企业借道电商突围谋全国扩张

##### 四、白酒电商化大势所趋

#### 第四节 白酒营销策略分析

##### 一、白酒营销规律分析

##### 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、白酒价格营销策略分析

##### 六、高端白酒招商策略

## 第五节 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 中国白酒行业竞争态势分析

### 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 2012年白酒行业竞争格局

- 一、中国白酒行业新竞争格局
- 二、浓香型高端白酒竞争格局
- 三、2012年白酒行业并购整合“提速”
- 四、2012年市场压力加速行业洗牌
- 五、2012年中国白酒借势进军国际市场
- 六、未来5年中国白酒市场竞争加剧

### 第三节 中国白酒品牌生存发展情况分析

- 一、品牌格局
- 二、品牌发展战略
- 三、品牌发展趋势

### 第四节 业外资本积极涌入白酒市场分析

- 一、2011年业外资本积极涌入
- 二、2012年外资涌入白酒区域品牌迅速崛起
- 三、2012年中国白酒业发展路径生变
- 四、2012年业外资本挺入白酒业三大路径

### 第五节 高端白酒行业竞争趋势分析

- 一、中国白酒主流趋势的预判

二、品牌决定未来格局

三、白酒行业市场竞争中的四大关键因素

## 第九章 中国白酒替代品行业发展现状

### 第一节 啤酒行业

一、2011年全球啤酒销量分析

二、2011年我国啤酒产量分析

三、2012年我国啤酒产量分析

四、2012年中国啤酒行业运行分析

### 第二节 葡萄酒行业

一、2011年中国葡萄酒产量

二、2011年中国葡萄酒消费量

三、2012年我国葡萄酒产量分析

四、2012年中国葡萄酒行业运行分析

五、2012年白酒企业纷纷布局葡萄酒版图

### 第三节 黄酒行业

一、2011年黄酒行业发展分析

二、2012年中国黄酒行业展望

## 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、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2013-2017年公司发展战略分析

### 第二节 贵州茅台

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2013-2017年公司发展战略分析

### 第三节 泸州老窖股份有限公司

一、企业概况

## 二、竞争优势分析

## 三、2011-2012年经营状况分析

## 四、2013-2017年公司发展战略分析

### 第四节 四川水井坊股份有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、竞争优势分析

#### 三、2011-2012年经营状况分析

#### 四、2013-2017年公司发展战略分析

### 第五节 四川沱牌舍得酒业股份有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、竞争优势分析

#### 三、2011-2012年经营状况分析

#### 四、2013-2017年公司发展战略分析

### 第六节 山西杏花村汾酒厂股份有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、竞争优势分析

#### 三、2011-2012年经营状况分析

#### 四、2013-2017年公司发展战略分析

### 第七节 安徽古井贡酒股份有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、竞争优势分析

#### 三、2011-2012年经营状况分析

#### 四、2013-2017年公司发展战略分析

### 第八节 酒鬼酒股份有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、竞争优势分析

#### 三、2011-2012年经营状况分析

#### 四、2013-2017年公司发展战略分析

### 第九节 湖北稻花香集团

#### 一、企业概况

#### 二、竞争优势分析

#### 三、2011-2012年经营状况分析

#### 四、2013-2017年公司发展战略分析

#### 第十节 四川剑南春集团有限责任公司

##### 一、公司概况

##### 二、2011年剑南春原酒生产能力恢复震前水平

##### 三、2012年剑南春经营策略分析

#### 第十一章 2011-2012年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 2012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 2013-2017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

第十三章 2013-2017年中国白酒行业发展战略分析

第一节 中国白酒行业新盈利模式探析

第二节 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 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

第五节 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

## 第十四章 2013-2017年中国白酒行业发展环境与趋势分析

### 第一节 中国白酒行业经济环境分析与预测

- 一、宏观环境对白酒市场的推动作用分析
- 二、2012年宏观环境对白酒市场的影响分析
- 三、2011-2015年我国经济前景分析与预测

### 第二节 2013年中国白酒行业发展环境分析与预测

- 一、2013年中国白酒行业发展环境
- 二、2013年中国白酒行业发展预测

### 第三节 2013-2017年我国白酒行业发展预测

- 一、2013-2017年我国白酒行业发展预测
- 二、2013-2017年我国白酒行业发展趋势
- 三、白酒产业园是白酒行业的未来趋势

### 第四节 高端白酒行业景气度分析及预测

- 一、一线超高端白酒“十二五”生存环境无虞
- 二、高档白酒终端需求预测模型
- 三、2013年高档白酒及茅台终端需求测算

### 第五节 未来高端白酒行业发展趋势

- 一、高端白酒消费结构转化
- 二、超高端阵营增速加快
- 三、高端阵营稳步扩
- 四、次高端阵营较快速发展
- 五、高端白酒正在从“品牌梯队模式向“多香并立模式转型

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/yanjiu1304/D5719881C2.html>