

# 2016-2022年中国白酒市场发展深度调研及十三五 前景预测报告

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2016-2022年中国白酒市场发展深度调研及十三五前景预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/jiulei/243365243365.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

白酒是中国传统蒸馏酒，工艺独特，历史悠久，享誉中外。中国白酒是世界著名的六大蒸馏酒之一（其余五种是白兰地、威士忌、郎姆酒、伏特加和金酒）。白酒是指以富含淀粉质的粮谷如高粱、大米等为原料，以中国酒曲即大曲、小曲或麸曲及酒母等为糖化发酵剂，采用固态（个别酒种为半固态或液态）发酵，经蒸煮、糖化、发酵、蒸馏、陈酿、贮存和勾调而制成的蒸馏酒。如：茅台酒、五粮液、汾酒、西凤酒、洋河大曲等。

2014年，我国白酒产量1257.13万千升，同比增长2.75%；白酒制造业销售收入总额达到5258.891亿元，同比增长5.69%。

2015年1-5月，我国白酒产量为507.86万千升，同比增长3.16%；2015年一季度，白酒制造业销售收入总额达到1400.583亿元，同比增长7.39%。2015年4月10日，《外商投资产业指导目录（2015年修订）》正式施行，外资进入名优白酒股权比例的限制被取消。白酒行业并购整合潮有望开启。

具有历史悠久的白酒文化，一些时尚、高雅、凝重等富有文化内涵的品牌酒越来越受欢迎。部分高端白酒因其既有人文价值和深厚的文化积淀，更是身份和地位的象征，除家庭消费外，更多出现在商务宴请中。

未来，健康饮酒、理性饮酒的消费理念将深入人心，消费者的品牌意识将进一步增强；高端白酒区域化趋势明显，中端白酒消费量大幅度提升，低端白酒品牌化步伐逐渐加快；个性化、功能性产品需求加大，低度、优质的白酒产品将是未来消费的方向。

《2016-2022年中国白酒市场发展深度调研及十三五前景预测报告》由观研天下（Insight&Info Consulting Ltd）领衔撰写，在周密严谨的市场调研基础上，主要依据国家统计局数据，海关总署，问卷调查，行业协会，国家信息中心，商务部等权威统计资料。

报告主要研行业市场经济特性（产能、产量、供需），投资分析（市场现状、市场结构、市场特点等以及区域市场分析）、竞争分析（行业集中度、竞争格局、竞争对手、竞争因素等）、产业链分析、替代品和互补品分析、行业的主导驱动因素、政策环境。为战略投资或行业规划者提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

### 【报告大纲】

#### 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 2013-2015年中国白酒产业发展总体分析

### 2.1 中国白酒行业发展综述

#### 2.1.1 中国白酒行业的发展阶段

#### 2.1.2 我国白酒行业地域分布特征

#### 2.1.3 我国白酒行业的竞争格局

#### 2.1.4 我国白酒行业并购潮来袭

### 2.2 2013年中国白酒行业的发展

#### 2.2.1 白酒行业发展状况

#### 2.2.2 白酒行业热点回顾

#### 2.2.3 业外资本涌入白酒行业

### 2.3 2014年中国白酒行业的发展

#### 2.3.1 白酒行业运行状况

#### 2.3.2 白酒行业影响因素

#### 2.3.3 白酒行业经营状况

#### 2.3.4 白酒行业热点分析

### 2.4 2015年中国白酒行业的发展

#### 2.4.1 白酒行业呈现回暖迹象

#### 2.4.2 白酒行业主要发展特点

#### 2.4.3 白酒业与互联网融合发展

#### 2.4.4 白酒收藏热度持续升温

#### 2.4.5 白酒酿造领域创新项目获批

### 2.5 2013-2015年全国及重点省市白酒产量分析

#### 2.5.1 2013年全国及主要省份白酒产量分析

## 2.5.2 2014年全国及主要省份白酒产量分析

## 2.5.3 2015年全国及主要省份白酒产量分析

## 2.6 中国白酒行业存在的问题分析

### 2.6.1 白酒行业的主要问题

### 2.6.2 制约白酒行业发展的瓶颈

### 2.6.3 中国白酒行业集中度较低

## 2.7 促进中国白酒行业发展的措施建议

### 2.7.1 白酒行业的发展对策

### 2.7.2 实现白酒业有序发展的策略

### 2.7.3 国内白酒企业发展壮大的途径

### 2.7.4 白酒行业不同品牌的发展策略

### 2.7.5 中国应积极发展低度白酒

## 第三章 2013-2015年中国白酒市场分析

### 3.1 中国白酒市场的影响因素

#### 3.1.1 宏观经济对白酒市场的影响

#### 3.1.2 国家政策对白酒市场的影响

#### 3.1.3 其他因素对白酒市场的影响

### 3.2 2013-2015年中国白酒市场格局

#### 3.2.1 流通渠道市场

#### 3.2.2 终端白酒市场

#### 3.2.3 促销白酒市场

#### 3.2.4 区域细分市场

### 3.3 2013-2015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 2013-2015年中国白酒消费市场分析

#### 3.4.1 白酒消费的三大模式

#### 3.4.2 白酒消费的特点

#### 3.4.3 白酒市场进入个性消费时代

#### 3.4.4 白酒市场消费者调查分析

#### 3.4.5 未来白酒消费的趋势

### 3.5 中国白酒消费价值取向分析

### 3.5.1 消费价值概述

### 3.5.2 研究白酒消费价值的意义

### 3.5.3 白酒消费者的消费价值取向

### 3.5.4 中国潜在白酒消费者的消费价值取向

## 3.6 中国白酒终端市场的运作解析

### 3.6.1 产品选择和客户管理

### 3.6.2 公关和培训

### 3.6.3 促销和服务客户

### 3.6.4 激励政策和物流管理

### 3.6.5 理货管理和回款管理

## 3.7 中国白酒市场的同质化现象分析

### 3.7.1 浓香型白酒占据较大市场份额

### 3.7.2 品牌泛滥导致名酒形象淡化

### 3.7.3 价格体系紊乱及终端不良竞争加剧

### 3.7.4 白酒外包装雷同及广告宣传浮夸

## 第四章 2011-2015年中国白酒制造行业财务状况分析

### 4.1 中国白酒制造行业经济规模

#### 4.1.1 2011-2015年白酒制造业销售规模

#### 4.1.2 2011-2015年白酒制造业利润规模

#### 4.1.3 2011-2015年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 2011-2015年白酒制造业亏损面

#### 4.2.2 2011-2015年白酒制造业销售毛利率

#### 4.2.3 2011-2015年白酒制造业成本费用利润率

#### 4.2.4 2011-2015年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 2011-2015年白酒制造业应收账款周转率

#### 4.3.2 2011-2015年白酒制造业流动资产周转率

#### 4.3.3 2011-2015年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 2011-2015年白酒制造业资产负债率

#### 4.4.2 2011-2015年白酒制造业利息保障倍数

### 4.5 中国白酒制造行业财务状况综合评价

#### 4.5.1 白酒制造业财务状况综合评价

#### 4.5.2 影响白酒制造业财务状况的经济因素分析

## 第五章 2013-2015年中国白酒进出口数据分析

### 5.1 中国白酒进出口总量数据分析

#### 5.1.1 2013-2015年中国白酒进口分析

#### 5.1.2 2013-2015年中国白酒出口分析

#### 5.1.3 2013-2015年中国白酒贸易现状分析

#### 5.1.4 2013-2015年中国白酒贸易顺逆差分析

### 5.2 2013-2015年主要贸易国白酒进出口情况分析

#### 5.2.1 2013-2015年主要贸易国白酒进口市场分析

#### 5.2.2 2013-2015年主要贸易国白酒出口市场分析

### 5.3 2013-2015年主要省市白酒进出口情况分析

#### 5.3.1 2013-2015年主要省市白酒进口市场分析

#### 5.3.2 2013-2015年主要省市白酒出口市场分析

## 第六章 2013-2015年高端白酒市场的发展

### 6.1 2013-2015年中国高端白酒的发展

#### 6.1.1 高端白酒的崛起

#### 6.1.2 高档白酒发展态势回顾

#### 6.1.3 高端白酒品牌开拓国际市场

#### 6.1.4 高端白酒市场呈现复苏迹象

#### 6.1.5 高端白酒市场迎来触底反弹

### 6.2 高端白酒发展强劲的原因剖析

#### 6.2.1 消费升级注入高端白酒持续动力

#### 6.2.2 龙头企业具备品牌号召力

#### 6.2.3 定价权优势是核心竞争力

#### 6.2.4 抗通胀能力最强

### 6.3 高端白酒发展的问题及策略

#### 6.3.1 高端白酒存在的主要问题

#### 6.3.2 高端白酒发展中应注意的问题

#### 6.3.3 高端白酒旺季实现赢利性增长的对策

#### 6.3.4 高端白酒品牌的发展策略

#### 6.3.5 新形势下我国高端白酒的发展思路

## 第七章 2013-2015年中国主要香型白酒的发展

### 7.1 浓香型白酒

#### 7.1.1 浓香型白酒占据白酒行业主导地位

#### 7.1.2 浓香型白酒“淡雅”与“浓郁”流派的差异分析

#### 7.1.3 浓香型白酒正面临挑战

- 7.1.4 浓香型白酒知名品牌创建示范区通过验收
- 7.1.5 “国家浓香型白酒标准样品”落户林河
- 7.1.6 浓香型白酒生产工艺方向的探索
- 7.2 清香型白酒
  - 7.2.1 清香型白酒的复兴发展
  - 7.2.2 2013年山西汾阳获批建清香型白酒品牌示范区
  - 7.2.3 2013年金马甲网络交易平台挂牌首支清香型白酒
  - 7.2.4 2015年云南小曲清香型白酒地标通过审定
  - 7.2.5 清香型白酒未来发展优势将更明显
  - 7.2.6 清香型白酒的复兴战略探索
- 7.3 酱香型白酒
  - 7.3.1 酱香型白酒是传统酿酒的典范
  - 7.3.2 酱香型白酒渐成市场趋势
  - 7.3.3 酱香型白酒成为健康消费的选择
  - 7.3.4 2013年首款高端酱香型白酒通过上市发行审核
  - 7.3.5 2014年《贵州酱香型白酒技术标准体系》实施
- 第八章 2013-2015年中国白酒行业区域发展分析
  - 8.1 四川省
    - 8.1.1 四川省白酒业的发展优势
    - 8.1.2 2013年四川白酒业发展回顾
    - 8.1.3 2014年四川白酒业运行情况
    - 8.1.4 2015年四川白酒业新政出台
    - 8.1.5 四川白酒网络营销分析
  - 8.2 贵州省
    - 8.2.1 2013年贵州白酒业发展回顾
    - 8.2.2 2014年贵州白酒业发展回顾
    - 8.2.3 2015年贵州白酒业发展动态
    - 8.2.4 2015年贵州加强白酒加工小作坊监管
    - 8.2.5 贵州重视白酒产业科技创新
  - 8.3 江苏省
    - 8.3.1 江苏白酒产业的崛起
    - 8.3.2 2013年江苏白酒业运行回顾
    - 8.3.3 2014年江苏白酒业发展概况
    - 8.3.4 江苏白酒业面临内外挑战
    - 8.3.5 江苏白酒业发展的策略建议

## 8.4 安徽省

### 8.4.1 安徽白酒产业的发展概述

### 8.4.2 2013年安徽白酒市场分析

### 8.4.3 2014年安徽白酒业发展概况

### 8.4.4 安徽白酒业本土企业发展概况

### 8.4.5 安徽白酒企业改制模式浅析

### 8.4.6 安徽白酒市场消费状况浅析

## 8.5 河南省

### 8.5.1 河南白酒产业的发展特点

### 8.5.2 河南试水白酒产品证券化

### 8.5.3 2014年河南白酒业发展现状

### 8.5.4 河南白酒企业开启混改模式

### 8.5.5 河南白酒产业的发展战略

### 8.5.6 河南白酒产业发展机会分析

## 8.6 山东省

### 8.6.1 2014年山东白酒业运行现状

### 8.6.2 山东白酒产业的发展优势

### 8.6.3 山东白酒产业的发展特点

### 8.6.4 山东白酒市场消费分析

### 8.6.5 山东白酒产业面临的挑战

### 8.6.6 山东白酒产业的发展对策

## 8.7 陕西省

### 8.7.1 陕西省白酒行业发展概述

### 8.7.2 陕西白酒业经济运行概况

### 8.7.3 陕西白酒企业积极应对市场风险

### 8.7.4 2015年陕西白酒名企发力电商

### 8.7.5 陕西省白酒行业存在的问题

## 8.8 东北地区

### 8.8.1 东北白酒产业发展综述

### 8.8.2 东北白酒行业的SWOT分析

### 8.8.3 东北白酒业的发展态势分析

### 8.8.4 东北白酒产业存在的问题

### 8.8.5 东北白酒产业的发展策略

## 8.9 其它地区

### 8.9.1 河北省白酒产业的发展分析

8.9.2 广东省白酒行业发展概况

8.9.3 湖北省白酒产业发展计划

8.9.4 江西省白酒产业发展分析

8.9.5 云南省白酒产业的发展分析

8.9.6 广西省白酒产业的现状

第九章 2013-2015年中国白酒行业重点企业经营状况

9.1 宜宾五粮液股份有限公司

9.1.1 企业发展概况

9.1.2 经营效益分析

9.1.3 业务经营分析

9.1.4 财务状况分析

9.1.5 未来前景展望

9.2 贵州茅台酒股份有限公司

9.2.1 企业发展概况

9.2.2 经营效益分析

9.2.3 业务经营分析

9.2.4 财务状况分析

9.2.5 未来前景展望

9.3 泸州老窖股份有限公司

9.3.1 企业发展概况

9.3.2 经营效益分析

9.3.3 业务经营分析

9.3.4 财务状况分析

9.3.5 未来前景展望

9.4 山西杏花村汾酒厂股份有限公司

9.4.1 企业发展概况

9.4.2 经营效益分析

9.4.3 业务经营分析

9.4.4 财务状况分析

9.4.5 未来前景展望

9.5 酒鬼酒股份有限公司

9.5.1 企业发展概况

9.5.2 经营效益分析

9.5.3 业务经营分析

9.5.4 财务状况分析

#### 9.5.5 未来前景展望

### 9.6 四川沱牌舍得酒业股份有限公司

#### 9.6.1 企业发展概况

#### 9.6.2 经营效益分析

#### 9.6.3 业务经营分析

#### 9.6.4 财务状况分析

#### 9.6.5 未来前景展望

### 9.7 四川水井坊股份有限公司

#### 9.7.1 企业发展概况

#### 9.7.2 经营效益分析

#### 9.7.3 业务经营分析

#### 9.7.4 财务状况分析

#### 9.7.5 未来前景展望

### 9.8 上市公司财务比较分析

#### 9.8.1 盈利能力分析

#### 9.8.2 成长能力分析

#### 9.8.3 营运能力分析

#### 9.8.4 偿债能力分析

## 第十章 2013-2015年中国白酒行业的营销分析

### 10.1 2013-2015年中国白酒营销的发展状况

#### 10.1.1 中国白酒营销的发展阶段

#### 10.1.2 中国白酒营销模式分析

#### 10.1.3 白酒行业电商渠道营销升温

#### 10.1.4 白酒新型营销模式快速发展

#### 10.1.5 个性化定制成白酒业营销战略

#### 10.1.6 中国白酒营销亟待解决的问题

### 10.2 中国白酒渠道营销途径状况分析

#### 10.2.1 白酒企业的渠道困境

#### 10.2.2 白酒市场渠道商状况

#### 10.2.3 白酒渠道商之间的博弈

#### 10.2.4 白酒渠道困境的根本原因

#### 10.2.5 白酒传统渠道区域合纵对策

### 10.3 中国白酒市场的分层化营销分析

#### 10.3.1 分层营销终结盘中盘模式

#### 10.3.2 高档酒营销产地化

- 10.3.3 低档酒营销大市场化
- 10.3.4 中档酒区域化布局及产地化加市场化营销
- 10.4 白酒文化营销的探析
  - 10.4.1 酒文化是白酒行业的核心竞争力
  - 10.4.2 白酒文化营销的现存方式
  - 10.4.3 白酒文化营销的不成熟表现
  - 10.4.4 白酒文化营销的误区及对策
- 10.5 中国白酒行业营销策略
  - 10.5.1 白酒行业营销误区的对策
  - 10.5.2 白酒营销的创新策略
  - 10.5.3 白酒行业淡季营销策略分析
  - 10.5.4 白酒营销的盈利模式探索
- 10.6 区域强势白酒品牌的营销战略
  - 10.6.1 以根据地市场为圆心勾画新的市场版图
  - 10.6.2 打造声誉产品提升企业的整体产品声誉
  - 10.6.3 强化营销的组织功能建设
  - 10.6.4 突破传统的厂商合作模式
  - 10.6.5 营销管理的两大转变
- 10.7 中低端白酒农村市场营销的攻略
  - 10.7.1 战略抉择以市场份额为导向
  - 10.7.2 产品细分有所为有所不为
  - 10.7.3 市场细分形成区域为王
  - 10.7.4 以声誉产品塑造品牌声誉
  - 10.7.5 建设适合农村市场营销的模式
- 10.8 白酒新品牌进入市场的基本营销策略
  - 10.8.1 明确企业定位及目标
  - 10.8.2 制定有针对性的新品开发策略
  - 10.8.3 寻找适合新品牌成长的土壤
  - 10.8.4 从基础做起，从餐饮渠道开始
  - 10.8.5 建立营销队伍和培训机制
- 第十一章 中国白酒企业的发展策略研究分析
  - 11.1 白酒企业的利润点
    - 11.1.1 高端市场的利润点
    - 11.1.2 终端渠道的利润点
    - 11.1.3 酒文化的利润点

- 11.1.4 品牌是实在的利润点
- 11.2 白酒企业发展的差异化策略
  - 11.2.1 产品差异化
  - 11.2.2 形象差异化
  - 11.2.3 市场差异化
  - 11.2.4 服务差异化
- 11.3 白酒企业的招商策略
  - 11.3.1 品牌规划策略
  - 11.3.2 市场规划策略
  - 11.3.3 招商启动策略
  - 11.3.4 白酒企业招商应注意的问题
- 11.4 中国两大白酒企业集团品牌战略的比较与分析
  - 11.4.1 五粮液、茅台品牌战略的比较
  - 11.4.2 五粮液、茅台品牌战略成果的评价
  - 11.4.3 五粮液、茅台品牌战略的风险分析
  - 11.4.4 遏制风险的对策建议
- 11.5 二线白酒企业突围的关键要素
  - 11.5.1 战略企图
  - 11.5.2 声誉产品
  - 11.5.3 市场板块
  - 11.5.4 团队整合
  - 11.5.5 资源匹配度
- 11.6 中小白酒企业的发展策略
  - 11.6.1 中小白酒企业的发展力模型
  - 11.6.2 中小型白酒企业新品上市的策略
  - 11.6.3 中小型白酒企业的市场推广策略
  - 11.6.4 中小型白酒企业发展的聚焦化战略
- 第十二章 2013-2015年白酒替代产品分析
  - 12.1 啤酒
    - 12.1.1 行业经济运行状况
    - 12.1.2 产业结构日趋成熟
    - 12.1.3 产品结构深化调整
    - 12.1.4 品牌结构日趋合理
    - 12.1.5 装备不断升级换代
    - 12.1.6 消费趋势日新月异

## 12.2 葡萄酒

### 12.2.1 行业发展变化趋势

### 12.2.2 行业发展热点动态

### 12.2.3 市场呈现回暖态势

### 12.2.4 市场消费空间巨大

### 12.2.5 行业发展面临挑战

### 12.2.6 行业未来发展走向

## 12.3 黄酒

### 12.3.1 黄酒行业发展综述

### 12.3.2 黄酒市场发展回顾

### 12.3.3 黄酒行业弱势反弹

### 12.3.4 行业发展面临机遇

### 12.3.5 黄酒文化构建分析

## 第十三章 2013-2015年白酒包装现状与发展

### 13.1 中国白酒包装现状

#### 13.1.1 简述白酒包装发展历程

#### 13.1.2 浅谈国内白酒的包装设计现状

#### 13.1.3 白酒包装简约个性化成必然

#### 13.1.4 白酒酒盒包装存在的弊端

#### 13.1.5 浅析激光全息材料在白酒纸包装上的应用

#### 13.1.6 白酒的软包装印刷剖析

### 13.2 白酒系列包装设计案例分析

#### 13.2.1 酒文化与包装的联系

#### 13.2.2 白酒受众群体分析

#### 13.2.3 白酒包装设计构思及案例

### 13.3 白酒包装建议

#### 13.3.1 白酒包装需下大功夫

#### 13.3.2 白酒包装应打响品牌

#### 13.3.3 白酒包装需要推陈出新

#### 13.3.4 白酒包装应该以实用为风向标

#### 13.3.5 解析超高端白酒的包装法则

### 13.4 白酒包装趋势分析

#### 13.4.1 追求高档化

#### 13.4.2 崇尚个性化

#### 13.4.3 包装材料的变化

13.4.4 包装色调上的变化

13.4.5 容量上的变化

#### 第十四章 2013-2015年中国白酒行业的政策法规分析

14.1 2013-2015年白酒行业政策背景总体概述

14.1.1 “十二五”白酒发展规划

14.1.2 产业政策及相关法律法规

14.1.3 白酒生产许可证制度

14.1.4 纯粮固态白酒行业规范

14.1.5 白酒行业主要国家标准

14.1.6 酒类流通管理主要法规

14.1.7 白酒工业环保相关政策

14.2 2013-2015年白酒产业政策法规动向

14.2.1 2013年加强白酒安全监管

14.2.2 2014年白酒相关政策综述

14.2.3 2015年加强散装白酒监管

14.3 白酒行业税收政策分析

14.3.1 白酒行业税收政策的变化

14.3.2 新所得税法对白酒行业的影响

14.3.3 白酒税收调整促使行业规范化

14.3.4 2014年底取消酒精消费税利好白酒业

14.3.5 2015年白酒税收调整方案已上报

14.4 白酒消费税调整政策解读

14.4.1 白酒消费税调整政策出台背景

14.4.2 政策的主要内容

14.4.3 政策的主要影响解析

14.4.4 政策出台对一线品牌的影响

14.5 其他白酒政策文件解读

14.5.1 《食品质量认证实施规则——酒类》解析

14.5.2 浓香型白酒标准解析

14.5.3 白酒分析方法解析

#### 第十五章 白酒企业投资战略的制定及选择

15.1 白酒企业制定投资战略的意义

15.2 白酒企业投资战略的现状和问题

15.2.1 经营管理层缺乏投资战略意识

15.2.2 未能科学制定与应用投资战略

## 15.3 白酒企业制定投资战略应考虑的因素

### 15.3.1 宏观经济环境

### 15.3.2 地方政策及发展规划

### 15.3.3 白酒业发展趋势

### 15.3.4 企业整体战略规划

## 15.4 白酒企业不同生命周期下的投资战略

### 15.4.1 企业创立期投资战略

### 15.4.2 企业成长期投资战略

### 15.4.3 企业成熟期投资战略

### 15.4.4 企业衰退期投资战略

## 第十六章 观研网对2016-2022年白酒行业前景及趋势预测

### 16.1 中国白酒行业的前景分析

#### 16.1.1 白酒行业未来发展形势展望

#### 16.1.2 未来白酒业机遇与挑战并存

#### 16.1.3 白酒或将进入“产区”式发展新时代

#### 16.1.4 全国和地方性品牌共生的局面长期存在

#### 16.1.5 白酒产业结构会进一步整合及优化

### 16.2 观研网对2016-2022年中国白酒制造行业预测分析

#### 16.2.1 观研网对中国白酒制造行业影响因素分析

#### 16.2.2 观研网对2016-2022年中国白酒产量预测

#### 16.2.3 观研网对2016-2022年中国白酒制造行业收入预测

#### 16.2.4 观研网对2016-2022年中国白酒制造行业利润预测

### 16.3 未来中国白酒行业发展的趋势

#### 16.3.1 白酒行业的总体发展趋势分析

#### 16.3.2 白酒业或将分化为四种资本重组模式

#### 16.3.3 行业龙头领先优势将进一步加剧

#### 16.3.4 高度白酒仍将是市场主流

#### 16.3.5 高端白酒向更高端挺进

#### 16.3.6 定制酒将成为白酒业主流

## 附录

附录一：白酒消费税最低计税价格核定管理办法（试行）

附录二：白酒检验规则和标志、包装、运输、贮存

附录三：白酒产品质量监督抽查实施规范

附录四：纯粮固态发酵白酒审定规则

附录五：清洁生产标准 白酒制造业

附录六：酒类商品零售经营管理规范

附录七：酒类商品批发经营管理规范

附录八：关于“十二五”期间加强酒类流通管理的指导意见

附录九：酒类流通管理办法（修订）（征求意见稿）

图表目录

图表1 各香型白酒不同的风格特征

图表2 2014年全国白酒批发价格同比、环比指数

图表3 2014年全国白酒价格、全国名酒价格定基指数

图表4 2014年全国地方酒同比、环比指数

图表5 2014年全国基酒批发价格同比、环比、定基指数

图表6 2014年全国及四川白酒批发价格同比指数

图表7 2014年全国名酒与泸州名酒同比指数

图表8 2012-2014年白酒产量与批发价格走势图

图表9 2012-2014年规模以上白酒企业数量

图表10 2014年白酒行业CR5市场份额表

图表11 2014年四川与江苏白酒上市公司业绩对比

图表12 2005年与2014年相关数据对比表

图表13 2013年全国白酒产量数据

图表14 2013年四川省白酒产量数据

图表15 2013年山东省白酒产量数据

图表16 2013年河南省白酒产量数据

图表17 2013年江苏省白酒产量数据

图表18 2013年湖北省白酒产量数据

图表19 2013年内蒙古自治区白酒产量数据

图表20 2013年吉林省白酒产量数据

图表21 2014年全国白酒产量数据

图表22 2014年四川省白酒产量数据

图表23 2014年山东省白酒产量数据

图表24 2014年河南省白酒产量数据

图表25 2014年江苏省白酒产量数据

图表26 2014年湖北省白酒产量数据

图表27 2014年内蒙古自治区白酒产量数据

图表28 2014年吉林省白酒产量数据

图表29 2015年全国白酒产量数据

图表30 2015年四川省白酒产量数据

- 图表31 2015年河南省白酒产量数据
- 图表32 2015年山东省白酒产量数据
- 图表33 2015年江苏省白酒产量数据
- 图表34 2015年湖北省白酒产量数据
- 图表35 2015年内蒙古自治区白酒产量数据
- 图表36 2015年辽宁省白酒产量数据
- 图表37 中国白酒品牌波士顿矩阵示意图
- 图表38 以往春节白酒购买情况
- 图表39 以往春节购买白酒的价位
- 图表40 春节家庭聚餐网友对酒类的选择喜好
- 图表41 2012年日均饮酒量排名前十位省市
- 图表42 《年夜饭最想喝的酒》票选前八名的白酒品牌
- 图表43 票选排名前八的白酒品牌最受哪些地区欢迎
- 图表44 排名前六的名酒各地域支持情况
- 图表45 2011-2015年白酒制造业销售收入
- 图表46 2011-2014年白酒制造业销售收入增长趋势图
- 图表47 2011-2015年白酒制造业利润总额
- 图表48 2011-2014年白酒制造业利润总额增长趋势图
- 图表49 2011-2015年白酒制造业资产总额
- 图表50 2011-2014年白酒制造业总资产增长趋势图
- 图表51 2011-2015年白酒制造业亏损面
- 图表52 2011-2015年白酒制造业亏损企业亏损总额
- 图表53 2011-2014年白酒制造业销售毛利率趋势图
- 图表54 2011-2015年白酒制造业成本费用率
- 图表55 2011-2014年白酒制造业成本费用利润率趋势图
- 图表56 2011-2014年白酒制造业销售利润率趋势图
- 图表57 2011-2014年白酒制造业应收账款周转率对比图
- 图表58 2011-2014年白酒制造业流动资产周转率对比图
- 图表59 2011-2014年白酒制造业总资产周转率对比图
- 图表60 2011-2014年白酒制造业资产负债率对比图
- 图表61 2011-2015年白酒制造业利息保障倍数对比图
- 图表62 2013-2015年中国白酒进口分析
- 图表63 2013-2015年中国白酒出口分析
- 图表64 2013-2015年中国白酒贸易现状分析
- 图表65 2013-2015年中国白酒贸易顺逆差分析

图表66 2013年主要贸易国白酒进口量及进口额情况

图表67 2014年主要贸易国白酒进口量及进口额情况

图表68 2015年主要贸易国白酒进口量及进口额情况

图表69 2013年主要贸易国白酒出口量及出口额情况

图表70 2014年主要贸易国白酒出口量及出口额情况

图表71 2015年主要贸易国白酒出口量及出口额情况

图表72 2013年主要省市白酒进口量及进口额情况

图表73 2014年主要省市白酒进口量及进口额情况

图表74 2015年主要省市白酒进口量及进口额情况

图表75 2013年主要省市白酒出口量及出口额情况

图表76 2014年主要省市白酒出口量及出口额情况

图表77 2015年主要省市白酒出口量及出口额情况

图表78 高端白酒产品的独特

图表79 我国白酒行业发展模式的改变

图表80 高档白酒主要消费渠道

图表81 2013年安徽省内白酒前六大品牌收入规模

图表82 安徽白酒市场不同价位竞争格局

图表83 100元以上细分价格带竞争单品

图表84 古井贡酒省内占比提升

图表85 古井贡酒省内市场分区域占比

图表86 2013-2015年宜宾五粮液股份有限公司总资产和净资产

图表87 2013-2014年宜宾五粮液股份有限公司营业收入和净利润

图表88 2015年宜宾五粮液股份有限公司营业收入和净利润

图表89 2013-2014年宜宾五粮液股份有限公司现金流量

图表90 2015年宜宾五粮液股份有限公司现金流量

图表91 2014年宜宾五粮液股份有限公司主营业务收入分行业、产品、区域

图表92 2013-2014年宜宾五粮液股份有限公司成长能力

图表93 2015年宜宾五粮液股份有限公司成长能力

图表94 2013-2014年宜宾五粮液股份有限公司短期偿债能力

图表95 2015年宜宾五粮液股份有限公司短期偿债能力

图表96 2013-2014年宜宾五粮液股份有限公司长期偿债能力

图表97 2015年宜宾五粮液股份有限公司长期偿债能力

图表98 2013-2014年宜宾五粮液股份有限公司运营能力

图表99 2015年宜宾五粮液股份有限公司运营能力

图表100 2013-2014年宜宾五粮液股份有限公司盈利能力

图表101 2015年宜宾五粮液股份有限公司盈利能力

图表102 2013-2015年贵州茅台酒股份有限公司总资产和净资产

图表103 2013-2014年贵州茅台酒股份有限公司营业收入和净利润

图表104 2015年贵州茅台酒股份有限公司营业收入和净利润

图表105 2013-2014年贵州茅台酒股份有限公司现金流量

图表106 2015年贵州茅台酒股份有限公司现金流量

图表107 2014年贵州茅台酒股份有限公司主营业务收入分行业、产品

图表108 2014年贵州茅台酒股份有限公司主营业务收入分区域

图表109 2013-2014年贵州茅台酒股份有限公司成长能力

图表110 2015年贵州茅台酒股份有限公司成长能力

图表111 2013-2014年贵州茅台酒股份有限公司短期偿债能力

图表112 2015年贵州茅台酒股份有限公司短期偿债能力

图表113 2013-2014年贵州茅台酒股份有限公司长期偿债能力

图表114 2015年贵州茅台酒股份有限公司长期偿债能力

图表115 2013-2014年贵州茅台酒股份有限公司运营能力

图表116 2015年贵州茅台酒股份有限公司运营能力

图表117 2013-2014年贵州茅台酒股份有限公司盈利能力

图表118 2015年贵州茅台酒股份有限公司盈利能力

图表119 2013-2015年泸州老窖股份有限公司总资产和净资产

图表120 2013-2014年泸州老窖股份有限公司营业收入和净利润

图表121 2015年泸州老窖股份有限公司营业收入和净利润

图表122 2013-2014年泸州老窖股份有限公司现金流量

图表123 2015年泸州老窖股份有限公司现金流量

图表124 2014年泸州老窖股份有限公司主营业务收入分行业、产品、区域

图表125 2013-2014年泸州老窖股份有限公司成长能力

图表126 2015年泸州老窖股份有限公司成长能力

图表127 2013-2014年泸州老窖股份有限公司短期偿债能力

图表128 2015年泸州老窖股份有限公司短期偿债能力

图表129 2013-2014年泸州老窖股份有限公司长期偿债能力

图表130 2015年泸州老窖股份有限公司长期偿债能力

图表131 2013-2014年泸州老窖股份有限公司运营能力

图表132 2015年泸州老窖股份有限公司运营能力

图表133 2013-2014年泸州老窖股份有限公司盈利能力

图表134 2015年泸州老窖股份有限公司盈利能力

图表135 2015年泸州老窖股份有限公司经营计划

图表136 2013-2015年山西杏花村汾酒厂股份有限公司总资产和净资产

图表137 2013-2014年山西杏花村汾酒厂股份有限公司营业收入和净利润

图表138 2015年山西杏花村汾酒厂股份有限公司营业收入和净利润

图表139 2013-2014年山西杏花村汾酒厂股份有限公司现金流量

图表140 2015年山西杏花村汾酒厂股份有限公司现金流量

图表141 2014年山西杏花村汾酒厂股份有限公司主营业务收入分行业、产品

图表142 2014年山西杏花村汾酒厂股份有限公司主营业务收入分区域

图表143 2013-2014年山西杏花村汾酒厂股份有限公司成长能力

图表144 2015年山西杏花村汾酒厂股份有限公司成长能力

图表145 2013-2014年山西杏花村汾酒厂股份有限公司短期偿债能力

图表146 2015年山西杏花村汾酒厂股份有限公司短期偿债能力

图表147 2013-2014年山西杏花村汾酒厂股份有限公司长期偿债能力

图表148 2015年山西杏花村汾酒厂股份有限公司长期偿债能力

图表149 2013-2014年山西杏花村汾酒厂股份有限公司运营能力

图表150 2015年山西杏花村汾酒厂股份有限公司运营能力

图表151 2013-2014年山西杏花村汾酒厂股份有限公司盈利能力

图表152 2015年山西杏花村汾酒厂股份有限公司盈利能力

图表153 2013-2015年酒鬼酒股份有限公司总资产和净资产

图表154 2013-2014年酒鬼酒股份有限公司营业收入和净利润

图表155 2015年酒鬼酒股份有限公司营业收入和净利润

图表156 2013-2014年酒鬼酒股份有限公司现金流量

图表157 2015年酒鬼酒股份有限公司现金流量

图表158 2014年酒鬼酒股份有限公司主营业务收入分行业、产品、区域

图表159 2013-2014年酒鬼酒股份有限公司成长能力

图表160 2015年酒鬼酒股份有限公司成长能力

图表161 2013-2014年酒鬼酒股份有限公司短期偿债能力

图表162 2015年酒鬼酒股份有限公司短期偿债能力

图表163 2013-2014年酒鬼酒股份有限公司长期偿债能力

图表164 2015年酒鬼酒股份有限公司长期偿债能力

图表165 2013-2014年酒鬼酒股份有限公司运营能力

图表166 2015年酒鬼酒股份有限公司运营能力

图表167 2013-2014年酒鬼酒股份有限公司盈利能力

图表168 2015年酒鬼酒股份有限公司盈利能力

图表169 2013-2015年四川沱牌舍得酒业股份有限公司总资产和净资产

图表170 2013-2014年四川沱牌舍得酒业股份有限公司营业收入和净利润

图表171 2015年四川沱牌舍得酒业股份有限公司营业收入和净利润

图表172 2013-2014年四川沱牌舍得酒业股份有限公司现金流量

图表173 2015年四川沱牌舍得酒业股份有限公司现金流量

图表174 2014年四川沱牌舍得酒业股份有限公司主营业务收入分行业、产品

图表175 2014年四川沱牌舍得酒业股份有限公司主营业务收入分区域

图表176 2013-2014年四川沱牌舍得酒业股份有限公司成长能力

图表177 2015年四川沱牌舍得酒业股份有限公司成长能力

图表178 2013-2014年四川沱牌舍得酒业股份有限公司短期偿债能力

图表179 2015年四川沱牌舍得酒业股份有限公司短期偿债能力

图表180 2013-2014年四川沱牌舍得酒业股份有限公司长期偿债能力

图表181 2015年四川沱牌舍得酒业股份有限公司长期偿债能力

图表182 2013-2014年四川沱牌舍得酒业股份有限公司运营能力

图表183 2015年四川沱牌舍得酒业股份有限公司运营能力

图表184 2013-2014年四川沱牌舍得酒业股份有限公司盈利能力

图表185 2015年四川沱牌舍得酒业股份有限公司盈利能力

图表186 2013-2015年四川水井坊股份有限公司总资产和净资产

图表187 2013-2014年四川水井坊股份有限公司营业收入和净利润

图表188 2015年四川水井坊股份有限公司营业收入和净利润

图表189 2013-2014年四川水井坊股份有限公司现金流量

图表190 2015年四川水井坊股份有限公司现金流量

图表191 2014年四川水井坊股份有限公司主营业务收入分行业、产品

图表192 2014年四川水井坊股份有限公司主营业务收入分区域

图表193 2013-2014年四川水井坊股份有限公司成长能力

图表194 2015年四川水井坊股份有限公司成长能力

图表195 2013-2014年四川水井坊股份有限公司短期偿债能力

图表196 2015年四川水井坊股份有限公司短期偿债能力

图表197 2013-2014年四川水井坊股份有限公司长期偿债能力

图表198 2015年四川水井坊股份有限公司长期偿债能力

图表199 2013-2014年四川水井坊股份有限公司运营能力

图表200 2015年四川水井坊股份有限公司运营能力

图表201 2013-2014年四川水井坊股份有限公司盈利能力

图表202 2015年四川水井坊股份有限公司盈利能力

图表203 2015年白酒行业上市公司盈利能力指标分析

图表204 2014年白酒行业上市公司盈利能力指标分析

图表205 2013年白酒行业上市公司盈利能力指标分析

- 图表206 2015年白酒行业上市公司成长能力指标分析
- 图表207 2014年白酒行业上市公司成长能力指标分析
- 图表208 2013年白酒行业上市公司成长能力指标分析
- 图表209 2015年白酒行业上市公司营运能力指标分析
- 图表210 2014年白酒行业上市公司营运能力指标分析
- 图表211 2013年白酒行业上市公司营运能力指标分析
- 图表212 2015年白酒行业上市公司偿债能力指标分析
- 图表213 2014年白酒行业上市公司偿债能力指标分析
- 图表214 2013年白酒行业上市公司偿债能力指标分析
- 图表215 我国白酒企业渠道困境的表现
- 图表216 中国白酒市场渠道商状况
- 图表217 五粮液与茅台主营业务收入对比
- 图表218 2008-2014年我国啤酒产量及增长率
- 图表219 2008-2014年各大区啤酒市场（产量）变化
- 图表220 2008-2014年我国啤酒业销售收入变化表
- 图表221 2008-2014年我国啤酒业经济指标变化表
- 图表222 2008-2013年我国啤酒业企业及工厂数量变化表
- 图表223 2008-2014年我国啤酒业行业集中度变化图
- 图表224 2008-2013年我国啤酒产品包装结构变化
- 图表225 2007年和2013年啤酒产品包装结构图
- 图表226 2008-2014年我国啤酒进口量
- 图表227 2014年主要进口来源国瓶装葡萄酒均价
- 图表228 2011-2014年主要进口来源国瓶装葡萄酒历年价格趋势
- 图表229 2014年白酒相关政策
- 图表230 我国白酒行业重大税制变化
- 图表231 酒与酒精消费税调整前标准
- 图表232 白酒消费税方案的调整
- 图表233 政策的主要内容
- 图表234 白酒消费税实施可能存在的风险
- 图表235 我国白酒部分品牌的高端产品
- 图表236 观研网对2016-2022年中国白酒产量预测
- 图表237 观研网对2016-2022年中国白酒制造行业收入预测
- 图表238 观研网对2016-2022年中国白酒制造行业利润总额预测
- 图表239 白酒行业龙头优势及特点
- 图表详见正文•••••(GY XFT)

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiulei/243365243365.html>