

# 中国白酒市场运营态势及市场定位分析报告（2012-2016）

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《中国白酒市场运营态势及市场定位分析报告（2012-2016）》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/139282139282.html>

报告价格：电子版: 7000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

中国报告网发布的《中国白酒市场运营态势及市场定位分析报告（2012-2016）》内容严谨、数据翔实，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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

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。

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？

### 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、2011年中国白酒业机遇与挑战并存
- 三、2011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

图表目录（部分）：

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

特别说明：本公司报告书中的数据和内容会随时间变化补充更新，报告出版年份对报告质量不会造成任何影响。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiulei/139282139282.html>