



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国白酒市场分析 及投资策略研究报告

一、调研说明

《2016-2022年中国白酒市场分析及投资策略研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/281258.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

根据数据显示，2004至2014年，我国白酒产量由312万千升增长至1,257万千升，年复合增长率为16.75%。2012年末以来，国家相继出台了"八项规定"、"六项禁令"等政策严格限制"三公消费"，高档白酒的消费需求明显减少，白酒行业进入调整期。2013年和2014年，我国白酒产销量、白酒行业收入增长等均有所放缓。 2004-2014年我国白酒行业历史产量统计

未来，我国国内生产总值将继续保持合理增长、国民经济发展质量和效益将稳步提升，随着居民收入的持续增长及富裕阶层的人数不断增加，消费水平提升和消费结构升级仍将持续，白酒行业仍具有持续增长的空间。

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。

报告目录：

第一章 中国白酒行业发展概述 1

第一节 行业发展情况概述 1

一、基本情况介绍 1

酒是指含有乙醇（也就是酒精）成分的饮料，根据生产方法不同，可分为蒸馏酒、发酵酒、配制酒三大类；按酒精含量不同分，可分为高度酒（40度以上）、中度酒（40度以下20度以上）和低度酒（含酒精成分在20度以下）。

白酒为中国特有的一种蒸馏酒，是世界六大蒸馏酒（中国白酒Spirit、白兰地Brandy、威士忌Whisky、伏特加Vodka、金酒Gin、朗姆酒Rum）之一。白酒系以高粱等粮谷为主要原料，以大曲、小曲或麸曲及酒母等为糖化发酵剂，经蒸煮、糖化、发酵、蒸馏、陈酿、勾兑而制成的蒸馏酒产品。

白酒香味成分决定着白酒的风格，各种白酒中香味成分的种类基本相同，但其含量却差别较大，且影响着白酒的风格质量和口味，对白酒的发展具有深远的意义。

在1979年原轻工业部主持的第三届全国评酒会上，首次按香型、生产工艺和糖化剂、不同的地域、不同的工艺以及不同的酒体风格进行评比，科学地将中国白酒划分为不同的香型。随后各地相继对所属地域优质白酒的传统工艺进行科学总结，并在继承的基础上有所创新和

发展，白酒香型至今已具有大小12种香型：酱香、浓香、清香、凤香、米香、兼香、药香、特型、豉香、芝麻香、老白干香型及馥郁香型。

白酒香气成分研究为香型确定、提高质量、改进工艺提供了科学依据，推动了白酒生产的发展。主要的白酒香型类别包括：

二、发展特点分析 2

根据2015年10月29日公告的《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十三个五年规划的建议》，"十三五"期间要发挥消费对增长的基础作用，着力扩大居民消费，引导消费朝着智能、绿色、健康、安全方向转变，以扩大服务消费为重点，带动消费结构升级。

白酒作为快速消费品，与人们的社会生活密切相关，在商务、交友、聚会和居家饮食等日常活动中扮演着举足轻重的角色，在庆典、婚礼、社交等社会活动中较为重要。它在满足人民群众生活需求、提高大众生活质量方面发挥了积极的作用。经济的快速发展带来人均收入的提高，使得消费者的购买能力得到进一步的增强，这有助于提升白酒的总体消费，为白酒行业的发展奠定较为坚实的基础。

经济新常态下，消费对经济增长贡献明显加大。伴随着人们生活水平的不断提高，人们的消费观念逐步改变，消费不断升级。理性饮酒、健康饮酒的消费理念逐渐深入人心，在白酒消费的选择上，消费者的品牌意识逐步增强。企业影响力广、品牌知名度高、产品质量可靠和信誉优良的白酒产品得到了消费者的认可。

为了白酒行业的规范发展，政府出台了一系列的政策、法律和法规，从生产环节和市场流通体系环节，确保了生产准入和流通规范运行体系的建立和执行。这使得政府能够实现依法整顿和净化酒类市场，依法促进酒类产品以更优异的质量满足消费者需求，同时依法打击粗制滥造、存在质量隐患的劣质白酒产品，抑制不规范的小型白酒企业的生存空间。这是优质白酒生产企业发展较为有利的因素，未来优质白酒企业可通过不断的调整战略，把握政策、法律、法规和行业发展带来的机会，实现进一步发展壮大。

白酒作为我国独有的酒种，是我国传统的饮品之一，在中国具有悠久的历史地位和独特的文化底蕴，拥有广泛的消费群体和深厚的社会基础。经过历史的沉淀，我国已经形成了独特的白酒饮用文化和习惯。

随着我国经济的快速发展，国际地位的不断提升，中国文化正在被越来越多的国家和人们所认同和推崇。而中国白酒作为传统的民族产业，其蒸馏技术和酿造方法在世界蒸馏酒中具备了独特的地位，它的酿造技艺是我国独有的且流传了上千年的文化遗产。在全球化不断推进和我国国际影响力不断加大的背景下，作为我国特产之一的白酒，将会被越来越多的世界各国人民了解和接受。

科学技术进步将有效推动白酒事业的发展。随着生物技术、分析技术的突破，人们对酿酒原理的认识将更加深刻。与此同时，部分生产环节可以通过先进的技术和机械化水平统一工艺标准，保证酒质的稳定性，提高成品酒的生产效率，从而有利于白酒产品的推广和产量的提升。

第二节 行业上下游产业链分析 4

一、产业链模型原理介绍 4

二、行业产业链分析 6

白酒行业的上游行业主要是包装材料行业、粮食种植业、白酒生产设备供应行业等；下游行业是白酒批发零售业等消费渠道或终端，主要包括经销商、酒店、商超、专卖店、团购等。白酒行业上下游关系：

1、上游行业

（1）包装印刷业

白酒产品配套的包装材料主要包括酒瓶、纸箱、纸盒、瓶盖、酒标等，包装的独特风格和文化内涵，对酒的销售起着一定的促进作用。随着白酒行业消费偏好的发展和演变，现代化、简约化、低碳环保和个性化是未来白酒包装发展主要方向。白酒生产企业一般通过竞标、比价等方式选择包装材料供应商。包装印刷业处于完全竞争状态，供应商充足，白酒生产企业可供选择的包装材料供应商范围较广。

（2）粮食种植业

酿造凤香型白酒所需的粮食种类主要为高粱、大麦、豌豆等。近年来，我国政府通过稳定粮食种植面积、加大投入、提高农业生产的科技含量等措施，保证了我国粮食的基本供应，粮食产量稳定增长。粮食的稳定供应为白酒行业的发展提供了充足的原材料保障。

在粮食供应价格方面，虽然最近几年粮食价格存在一定波动，但因粮食价格为关系国计民生的基础性物资，政府对粮食价格进行严格的调控；尤其我国政府近几年对农业投入的加大，并对农产品种植进行补贴。因此，未来粮食价格产生明显波动的风险较小。同时，由于粮食成本占成品酒成本的比重较低，粮食价格波动对白酒企业的生产成本不会造成重大不利影响。

2、下游行业

白酒为快速消费品，下游主要为酒类经销商、酒店、商场和超市等批发零售商，经由上述渠道销售至终端消费者。

3、白酒行业出口的情况

白酒系我国特有的酒种。目前外国消费者尚未普遍接受，境外白酒市场仍处于培育开发阶

段。随着中国经济全球化步伐的加快和华人在海外数量的不断增加，境外白酒市场具备很大潜力。

第三节 行业生命周期分析 6

一、行业生命周期理论概述 6

二、行业所属的生命周期分析 8

第四节 行业经济指标分析 9

一、行业的赢利性分析 9

二、行业附加值的提升空间分析 10

三、行业进入壁垒与退出机制分析 10

1、政策壁垒

我国对白酒产业的发展一直实施较为谨慎的宏观政策和调控措施。根据国家发改委《产业结构调整指导目录》（国家发改委2013年第21号令），"白酒生产线"、"酒精生产线"为"限制类"项目。白酒生产企业仅能在现有生产能力范围内采取措施升级改造和技改，以满足产业结构优化、优胜劣汰、分类指导的要求。根据《国务院关于促进节约集约用地的通知》以及国土资源部、国家发改委关于《禁止用地项目目录》等法律法规的规定，白酒生产线和酒精生产线属于禁止用地类项目。国家的宏观调控和政策设置系白酒行业的进入壁垒。

2、资质壁垒

我国白酒行业从1999年开始实施生产许可制度，经过十多年的发展，在很大程度上规范了行业生产许可体系。目前，白酒生产企业由国家质检部门依据《白酒生产许可证审查细则》审查发放白酒生产许可证，该许可证有效期为3年。另外，国家质检总局于2004年12月发布的《食品质量安全市场准入审查通则》，规定了食品生产加工企业的必备条件。同时，为了遏制白酒行业的不正当竞争以及无序重复建设，国家对于白酒生产许可证的发放采取严格的控制措施。上述政策加大了其它企业进入本行业的难度。

3、品牌认知壁垒

白酒是中华优秀传统文化的重要载体之一，白酒消费不仅是一种酒精性饮料的物质消费，而且是一种凝合了仪庆元素、社交元素、养生元素的精神消费。白酒这种复合消费品的属性，决定了白酒品牌认知在消费过程中的重要性，具有悠久历史、能够集中反映一个地区的地域文化和酒文化特性并被广泛认同的品牌，才能有效承载白酒复合消费属性中的精神层面部分，从而得到消费者的认可，而不具备上述特点的品牌则难以在白酒行业中发展壮大。

4、资源壁垒

白酒作为我国特有的传统产品，其酿造与当地水质、土壤、空气等生态环境紧密相关，受到特定自然资源的制约。白酒在生产过程中的制曲、糖化发酵、陈化老熟等环节需要适宜的

气候、土壤和水资源条件，因此对水质、土壤、空气、气候以及生物多样性等有着严格要求和天然依赖性。白酒生产对生态资源的要求高于其它产业，因此进入白酒生产行业必须营造一个有利于酿酒微生物自然生长的良好生态环境，这些特定的要求需要白酒生产企业处于良好的地理位置。因此，能否拥有酿造高品质白酒的自然资源，是进入本行业的资源壁垒。

5、技术壁垒

白酒的生产工艺主要包括制曲、发酵、老熟、勾兑、包装等环节。领先白酒企业在传承传统白酒制造工艺的基础上，通过持续的研发投入和技术创新，在风味物质研究、微生物学研究、发酵工艺的研究、人工培养老窖、蒸馏技术的改进、白酒机械化生产等方面，以现代技术改进白酒酿造技术，不断提高白酒产品品质，建立技术壁垒。

6、人才壁垒

白酒企业的经营发展需要技术、管理和市场等多方面的专业人才。例如，在白酒生产过程的制曲、酿造、勾调等环节中，技术人员的经验判断和感官认知至关重要。从白酒行业的经验来看，高素质专业人才的培养，不仅需要经过理论的学习和长期的实践，也有赖于对地方白酒文化的深刻理解。因此，专业人才构成白酒行业的重要进入壁垒。

第二章 2015-2016年世界白酒行业市场发展现状分析 13

第一节 全球白酒行业发展历程回顾 13

第二节 全球白酒行业市场规模分析 14

第三节 全球白酒行业市场区域分布情况 15

第四节 2016-2022年全球白酒市场规模预测 20

第三章 2015-2016年中国白酒产业发展环境分析 21

第一节 我国宏观经济环境分析 21

第二节 中国白酒行业政策环境分析 29

1、行业主管部门

白酒行业的主管部门主要包括国家发改委、食药总局、质检总局、工商行政管理部门、卫计委委员会、国家及地方各级人民政府相应的职能部门等。

(1) 国家发改委

国家发改委对白酒生产和销售行业行使宏观管理职能，包括提出推进产业结构战略性调整、促进产业协调发展的重大思路 and 政策措施、产能和价格的调整、制定相关产业政策、指导产业投资及技术改造等。

(2) 食药总局

食药总局主要负责起草食品安全监督管理的法律法规草案、负责制定食品行政许可的实施办法并监督实施、建立食品安全隐患排查治理机制，制定全国食品安全检查年度计划、重大整顿治理方案并组织落实。负责建立食品安全信息统一公布制度，公布重大食品安全信息。参与制定食品安全风险监测计划、食品安全标准，根据食品安全风险监测计划开展食品安全风险监测工作。制定本行业行政许可等。

（3）质检总局

质检总局主管食品质量、计量、出入境商品检验、出入境卫生检疫、出入境动植物检疫、进出口食品安全和认证认可、标准化等工作，并行使行政执法职能。质监总局负责审查发放白酒的生产许可证件。

（4）工商行政管理部门

国家及地方工商行政管理部门承担监督管理流通领域商品质量和流通环节食品安全的责任，组织开展有关服务领域消费维权工作，按分工查处假冒伪劣等违法行为，负责酒类食品广告活动的监督检查，依法查处取缔无证无照酒类经营者。

（5）卫计委

卫计委负责组织拟订食品安全标准，组织开展食品安全风险监测、评估和交流，承担新食品原料、食品添加剂新品种、食品相关产品新品种的安全性审查，参与拟订食品安全检验机构资质认定的条件和检验规范。

（6）行业自律组织

白酒行业的全国性行业自律组织主要为中国酿酒工业协会白酒分会、中国食品工业协会白酒专业委员会、中国酒类流通协会。

2、行业监管体制

国务院于2004年9月发布《关于进一步加强食品安全工作的决定》（国发[2004]23号）规定：按照一个监管环节由一个部门监管的原则，采取分段监管为主、品种监管为辅的方式，进一步理顺食品安全监管职能，明确责任。农业部门负责初级农产品生产环节的监管；质检部门负责食品生产加工环节的监管，将现有卫生部门承担的食品生产加工环节的卫生监管职责划归质检部门；工商部门负责食品流通环节的监管；卫生部门负责餐饮业和食堂等消费环节的监管；食品药品监管部门负责对食品安全的综合监督、组织协调和依法组织查处重大事故。

2015年4月24日修订的《中华人民共和国食品安全法》规定：国务院设立食品安全委员会，其职责由国务院规定。国务院食品药品监督管理部门依照本法和国务院规定的职责，对食品生产经营活动实施监督管理。国务院卫生行政部门依照本法和国务院规定的职责，组织开展食品安全风险监测和风险评估，会同国务院食品药品监督管理部门制定并公布食品安全国

家标准。县级以上地方人民政府对本行政区域的食品安全监督管理工作负责，统一领导、组织、协调本行政区域的食品安全监督管理工作以及食品安全突发事件应对工作，建立健全食品安全全程监督管理工作机制和信息共享机制。县级以上地方人民政府依照本法和国务院的规定，确定本级食品药品监督管理、卫生行政部门和其他有关部门的职责。有关部门在各自职责范围内负责本行政区域的食品安全监督管理工作。

《食品流通许可证管理办法》自2009年7月由国家工商行政管理总局颁布施行。该办法规定：在流通环节从事食品经营的，应当依法取得食品流通许可。县级及其以上地方工商行政管理机关是食品流通许可的实施机关，具体工作由负责流通环节食品安全监管的职能机构承担。地方各级工商行政管理机关的许可管辖分工由省、自治区、直辖市工商行政管理局决定。

3、行业主要法律法规及政策

第三节 中国白酒产业社会环境发展分析 29

一、人口环境分析 29

二、教育环境分析 31

三、文化环境分析 34

四、生态环境分析 35

五、消费观念分析 38

第四章 2015-2016年中国白酒产业运行情况 41

第一节 中国白酒行业发展状况情况介绍 41

一、行业发展历程回顾 41

白酒作为世界主要蒸馏酒品种之一，也是我国特有的传统酒种，我国也是世界上最早酿酒的国家之一。公元前10世纪的西周，酿酒业已经发展成为一个相当规模的手工业部门，国家设有专门掌管酿酒的官职。中国酿酒技术的发展历史也经历了从浊酒到清酒，再发展到蒸馏酒的过程。

在建国初期，许多地区在私人烧酒作坊基础上相继成立了地方国营酒厂，我国白酒产业发展从此进入了新的历史阶段，由私人经营的传统酿酒作坊逐渐向规模化工业企业演变。全国开展了总结传统经验为特征的大规模白酒试点研究，并逐步开展酿酒机械化改进，为白酒行业的规模化发展完成了基础的技术准备。在白酒品牌方面，国家自1952年开始陆续进行了多次名酒评选，评选出茅台、五粮液、泸州老窖、西凤等“中国名酒”产品，在一定程度上奠定了目前白酒产业格局的基石。但是，在计划经济体制下，我国白酒产业发展速度较为缓慢。在改革开放后，特别是近三十年以来，我国白酒行业快速发展并取得了巨大成就。白酒产业在发展过程中呈现出“螺旋式上升”的特点，在经历一段时间的快速发展后，也会随着国家宏

观经济发展周期和相关产业政策进入调整期。

（1）1985-1989 年：繁荣发展期

本时期白酒产业的供应量远不能满足我国居民的消费需求，为解决供求矛盾，国家按照"以放为主"的思路进行改革，不断减少价格控制，陆续放开了包括部分名酒在内的大多数农副产品购销价格，白酒行业进入市场化定价阶段。五粮液等白酒企业通过多次提价塑造了高端白酒形象，白酒行业第一阵营初步形成。同时，在价格上涨仍供不应求的背景下，一批名酒企业实施了产能的改扩建工程，白酒行业实现了繁荣发展。

（2）1989-1992 年：初遇调整期

为抑制1988年末逐渐开始显现的通货膨胀，国家从1989年开始对宏观经济进行"治理整顿"，实行适度从紧的货币政策。这一时期，白酒行业产量依然保持较低增长，但增速明显下降，初次遇到调整。

（3）1992-1997 年：快速发展期

1992年，邓小平同志的"南巡谈话"推动了新的改革发展热潮，白酒业进入新一轮快速发展期。全国性白酒品牌与区域优势白酒企业也得到了很好的发展。同时，白酒企业开始在竞争中着眼布局品牌形象和品牌价值，广告营销投入显著增加。

（4）1998-2003 年：再遇调整期

1997年爆发的亚洲金融危机，使白酒行业在宏观环境上面临较大的经营挑战。同时，国家在本时期出台了一系列白酒产业政策，如推出白酒生产许可制度、从价和从量复合计征白酒消费税、白酒广告宣传费不予在税前扣除等，对以中低端产品为主的企业造成了较大冲击。

为应对艰难局面，白酒企业主动开展生产经营模式创新。如五粮液集团在五粮醇买断经营模式基础上，推出多款买断产品，孕育出了五粮春、金六福、浏阳河、京酒等强势品牌；水井坊和国窖1573等超高档白酒产品的出现，体现了白酒市场竞争中价格的重要性，也形成了白酒企业多品牌运作的先河。

（5）2003-2012 年：黄金发展期

2003年至2012年，我国GDP从13.66万亿元增长至53.41万亿元，年复合增长率超过10%，在宏观经济的快速增长带动下，白酒行业实现了十年的"黄金"发展期。

在这一时期，全国性白酒品牌和地方区域名酒企业均获得了快速发展，白酒企业普遍采用双品牌策略，中高档白酒销量及占比不断提高。在白酒市场量价齐升的背景下，白酒企业的销售收入及利润总额获得了快速增长。

（6）2013年至今：深度调整期

这一时期，中国宏观经济再次进入结构调整期，同时国家相继推出"八项规定"、"六项禁令"等一系列限制"三公"消费的政策，严格禁止公款消费高档酒。商务消费和政务消费等消费情

景受限，极大影响了高档白酒的销售，导致高档白酒产品的销量快速下降，价格体系受到较大冲击。消费需求在短期内快速下降，使得白酒行业存在的产能过剩矛盾凸显，行业进入深度调整期。白酒企业为应对新局面，纷纷推出价位较低、更为适合大众消费的产品。2014年以来，高端白酒企业也在调整经营策略，开始抢占中档白酒市场，导致中档白酒市场的竞争进一步加剧，区域优势白酒企业的发展正在面临更大挑战。

未来，大众市场消费观念的改变和消费档次的提升是白酒行业发展的主要推动力量。白酒企业需要充分把握大众消费升级的黄金机遇，通过品质提升、市场细分和产品创新等手段，更好的满足大众市场的消费需求，推动产品结构的转型与升级。

二、行业技术现状分析 42

1、白酒行业工艺类别

白酒是我国特有的蒸馏酒。白酒主要有固态发酵法、固液结合发酵法、液态发酵法3种生产工艺。各工艺的基本情况如下：

（1）固态发酵法

固态发酵法白酒是我国大多数名优白酒的传统生产方式，是指其生产过程中的糖化、发酵及蒸馏工序都通过固态形式进行传统工艺而酿制的白酒，即固态配料、发酵和蒸馏的白酒。固态法发酵白酒所用到的原材料主要为高粱，与此同时也需要搭配不同比例的谷壳和麦麸，其酒醅含水分60%左右，大曲白酒、麸曲白酒和部分小曲白酒均采用此法生产。不同的发酵和操作条件，产生不同香味成分，因而固态法白酒的种类最多，产品风格各异。

（2）固液结合发酵法

固液结合发酵法白酒是小曲酒的传统生产方式之一，包括先培菌糖化后发酵工艺和边糖化边发酵工艺两种。这两种方法都以大米为主要原料，在生产过程中，糖化过程为前期的固态过程，后期是半液态发酵过程。其产品米香纯正、入口绵甜。

（3）液态发酵法

液态发酵法白酒采用与酒精生产相似的方式，即液态配料、液态糖化发酵和蒸馏的白酒，具有机械化程度高、劳动生产率高、淀粉出酒率高、原料适应性强、改善劳动环境、辅料用量少等特点。但是全液态法白酒的口味欠佳，必须与传统固态法白酒工艺有机的结合起来，才能形成白酒应有的风味质量。目前，对液态发酵的研究主要是在糖化过程中各种原料的比例和整体工艺的集成方面。

2、白酒行业工艺发展趋势

目前，白酒行业的生产在沿用传统酿造工艺的基础上，逐步融合了现代科学技术研究成果，尤其是在检测和包装等工艺环节上较多的运用了现代化的机械仪器设备。采用微生物学、分子酶学、分子生物学等现代生物技术手段，围绕白酒产业共性的、关键的科学与技术问题

进行创新性研究，建立了风味化学物定向的微生物和酶技术的平台，对白酒年份酒、白酒中微量成分、白酒中风味化合物、白酒中异味化合物及白酒风味定向功能微生物方面的研究都取得了巨大突破。在研究的组织上，合作创新将会被进一步完善和采用。白酒的科研院校主要有江南大学等。2007 年由中国酿酒工业协会牵头组织，相关院校、研究单位和企业共同开展了基础研究课题"中国白酒169 计划"；西凤酒股份和江南大学共同承担该计划"凤香型西凤酒特征风味物质研究"项目，该项目于2014 年成果通过了专家鉴定，鉴定委员会专家组认为该项目技术成果达到了国际先进水平，该项目在西凤酒生产、新产品开发、工艺创新等方面具有较高的应用价值。

三、行业发展特点分析 44

白酒行业生产企业众多，属于充分竞争行业，并呈现地域性分散经营的特点，单一企业的市场占有率均未形压倒性的竞争优势。

第二节 行业市场规模分析 45

第三节 白酒行业市场供需情况分析 46

一、行业产能情况分析 46

二、行业产值分析 47

三、行业产量统计与分析 48

四、行业需求量分析 48

第四节 白酒行业发展趋势分析 49

第五章 2015-2016年中国白酒市场格局分析 51

第一节 中国白酒行业竞争现状分析 51

我国白酒生产企业众多，根据数据，全国酿酒行业规模以上企业总计2,602 家，2014 年度，全国酿酒行业规模以上企业完成酿酒总产量7,528.27 万千升，规模以上企业累计完成产品销售收入8,778.05 亿元。

白酒行业属于完全竞争性行业，行业的市场化程度高、市场竞争激烈，行业调整不断深化。从全国市场来看，企业竞争优势来源于自身品牌的影响力、产品风格以及营销运作模式。在单一区域市场，企业的竞争优势则取决于企业在该区域的品牌影响力、区域消费者的认同度和综合营销能力。

目前国内白酒主要香型的市场竞争格局为：浓香型白酒继续保持主导的市场地位，酱香、清香、凤香和兼香白酒具有各自的消费群体和市场。由于浓香型白酒历史悠久，风格特点在广大白酒消费群体中有较高的接受度，加之浓香型白酒的名优酒较多，产品供应充足，市场普及度较高，因此，浓香型白酒依然占据白酒市场的主导地位。

受行业环境的影响，白酒行业产品结构开始出现调整。公务消费和商务消费明显减少，高档白酒需求量的降低难以在短期内恢复；同时婚庆和宴请等大众消费仍保持稳定增长，消费升级趋势明显。随着部分白酒企业下调高档白酒产品的零售指导价格，越来越多的白酒产品加入到中档白酒市场的竞争，白酒行业的竞争趋于激烈。

第二节 中国白酒行业集中度分析 52

一、行业市场集中度分析 52

二、行业企业集中度分析 53

三、行业区域集中度分析 54

第三节 行业存在的问题 55

第六章 2015-2016年中国白酒行业竞争情况 56

第一节 行业竞争结构分析 56

一、现有企业间竞争 56

二、潜在进入者分析 56

三、替代品威胁分析 57

四、供应商议价能力 57

五、客户议价能力 57

第二节 行业SWOT分析 58

一、行业优势分析 58

二、行业劣势分析 58

三、行业机会分析 59

四、行业威胁分析 59

第三节 行业竞争力优势分析 60

第七章 2015-2016年白酒制造所属行业数据监测 62

第一节 中国白酒所属行业规模分析 62

一、企业数量分析 62

二、资产规模分析 62

三、销售规模分析 63

四、利润规模分析 63

第二节 中国白酒所属行业产值分析 64

第三节 中国白酒所属行业成本费用分析 64

第四节 中国白酒所属行业运营效益分析 64

第八章 2015-2016年白酒行业重点生产企业分析 67

第一节 泸州老窖股份有限公司 67

一、企业概况 67

二、企业主要经济指标分析 67

三、企业盈利能力分析 68

四、企业偿债能力分析 68

五、企业运营能力分析 68

六、企业成长能力分析 68

第二节 安徽古井贡酒股份有限公司69

一、企业概况 69

二、企业主要经济指标分析 69

三、企业盈利能力分析 70

四、企业偿债能力分析 70

五、企业运营能力分析 70

六、企业成长能力分析 71

第三节 山西杏花村汾酒厂股份有限公司 71

一、企业概况 71

二、企业主要经济指标分析 72

三、企业盈利能力分析 73

四、企业偿债能力分析 74

五、企业运营能力分析 75

六、企业成长能力分析 75

第四节 四川郎酒集团有限责任公司 76

一、企业概况 76

二、企业主要经济指标分析 76

三、企业盈利能力分析 77

四、企业偿债能力分析 77

五、企业运营能力分析 77

六、企业成长能力分析 78

第五节 四川剑南春（集团）有限责任公司 78

一、企业概况	78
二、企业主要经济指标分析	79
三、企业盈利能力分析	79
四、企业偿债能力分析	80
五、企业运营能力分析	80
六、企业成长能力分析	80
第六节 陕西西凤酒股份有限公司	81

。 。 。 。 。 。

第九章 2016-2022年中国白酒行业发展前景分析与预测 81

第一节 2016-2022年白酒行业未来发展前景分析 81

一、2016-2022年白酒行业国内投资环境分析	81
二、2016-2022年白酒行业市场机会分析	82
三、2016-2022年白酒行业投资增速预测	82

第二节 2016-2022年白酒行业未来发展趋势预测 84

第三节 2016-2022年白酒行业市场发展预测 84

一、2016-2022年白酒行业市场规模预测	84
二、2016-2022年白酒行业市场规模增速预测	85
三、2016-2022年白酒行业产值规模预测	85
四、2016-2022年白酒行业产值增速预测	86

第四节 2016-2022年白酒行业盈利走势预测 87

一、2016-2022年白酒行业毛利润同比增速预测	87
二、2016-2022年白酒行业利润总额同比增速预测	87

第十章 2016-2022年白酒行业投资风险与营销分析 89

第一节 2016-2022年白酒行业进入壁垒分析 89

一、技术壁垒分析	89
二、规模壁垒分析	89
三、品牌壁垒分析	89
四、其他壁垒分析	90

第二节 2016-2022年白酒行业投资风险分析 90

一、政策风险分析	90
----------	----

二、技术风险分析	90
三、竞争风险分析	90
四、其他风险分析	90

第十一章 2016-2022年白酒行业发展策略及投资建议 92

第一节 2016-2022年白酒行业市场的关键客户战略实施 92

一、实施关键客户战略的必要性	92
二、合理确立关键客户	93
三、对关键客户的营销策略	94
四、强化关键客户的管理	94
五、实施关键客户战略要重点解决的问题	94

第二节 2016-2022年白酒行业发展策略分析 96

第三节 2016-2022年白酒投资建议 96

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：2015年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）
图表：2015年房地产开发投资同比增速（%）
图表：2016-2022年中国GDP增长预测
图表：国内外知名机构对2016-2022年中国GDP增速预测
图表：白酒行业产业链
图表：2011-2015年我国白酒行业企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年我国白酒行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年我国白酒行业从业人数增长趋势图

图表：2011-2015年我国白酒行业资产规模增长趋势图

图表：2011-2015年我国白酒行业产成品增长趋势图

图表：2011-2015年我国白酒行业工业销售产值增长趋势图

图表：2011-2015年我国白酒行业销售成本增长趋势图

图表：2011-2015年我国白酒行业费用使用统计图

图表：2011-2015年我国白酒行业主要盈利指标统计图

图表：2011-2015年我国白酒行业主要盈利指标增长趋势图

图表：企业1

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业2

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业3

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业4

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业5

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业6

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：其他企业……

图表：主要经济指标走势图

图表：2011-2015年白酒行业市场供给

图表：2011-2015年白酒行业市场需求

图表：2011-2015年白酒行业市场规模

图表：白酒所属行业生命周期判断

图表：白酒所属行业区域市场分布情况

图表：2016-2022年中国白酒行业市场规模预测

图表：2016-2022年中国白酒行业供给预测

图表：2016-2022年中国白酒行业需求预测

图表：2016-2022年中国白酒行业价格指数预测

图表：……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/281258.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景；

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴；

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等；

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。