



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2008年中国白酒市场研究及发展趋势报告

## 一、调研说明

《2008年中国白酒市场研究及发展趋势报告》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/56400.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

### 第一部分 行业环境1

#### 第一章 2007年中国经济及人口环境分析1

##### 第一节 2007年中国宏观经济环境分析及2008年我国经济发展走势1

###### 一、经济全球化分析1

###### 二、2006中国经济发展状况分析4

###### 三、2007年我国经济运行分析及2008年我国经济发展走势9

##### 第二节 2007年中国人口统计及居民收入分析21

###### 一、中国主要人文统计分析21

###### 二、2007年城镇居民收入25

###### 三、中国城乡恩格尔系数变化26

##### 第三节 2007-2008年中国白酒行业政策环境分析27

###### 一、产业政策对白酒行业的影响分析27

###### 二、白酒相关税收政策分析28

###### 三、白酒消费税政策的建议与对策30

### 第二部分 市场现状33

#### 第一章 中国白酒行业特点分析33

##### 第一节 白酒行业的定义与分类33

###### 一、我国对白酒的相关定义与分类33

###### 二、中国白酒起源与发展36

##### 第二节 白酒行业的特点39

###### 一、行业盈利性分析39

###### 二、白酒行业的淡旺季特点与年度轮转现象41

##### 第三节 白酒行业原材料及生产工艺分析42

###### 一、我国白酒产品的原料42

###### 二、粮食涨价对白酒行业的影响分析44

#### 第二章 中国白酒市场总体情况分析46

##### 第一节 2006年白酒工业的总体情况46

###### 一、全国白酒总产量增长46

- 二、销售收入平稳增加48
- 三、白酒骨干企业基础建设投入加大，生产能力进一步提高。 49
- 四、酒行业的产量、销售额、利润和税金增长比例失调49
- 五、2006年白酒工业运行中的主要问题50
- 第二节 2007年中国白酒市场特点53
- 第三节 2008年中国白酒市场预测56
  - 一、2008年中国白酒行业发展趋势56
  - 二、2008年中国白酒企业市场对策58

### 第三章 白酒制造业发展分析61

- 第一节 白酒行业发展特点61
  - 一、行业主要经济指标概述61
  - 二、白酒行业快速增长61
  - 三、生产市场需求随季节变化明显63
  - 四、区域市场发展不平衡63
  - 五、高档白酒价格涨幅波动较大64
  - 六、白酒从量税64
  - 七、国家政策影响巨大66
- 第二节 白酒制造业发展中存在的问题分析66

### 第四章 2007年中国白酒区域市场分析69

- 第一节 北京白酒市场分析69
  - 一、北京市白酒市场69
  - 二、北京市白酒消费与市场70
  - 三、北京白酒品牌点评与竞争分析70
- 第二节 上海白酒需求分析72
  - 一、上海白酒消费市场的振兴之道72
  - 二、上海市白酒市场概况74
  - 三、上海市白酒消费分析75
  - 四、品牌简评与竞争分析75
- 第三节 广州白酒市场分析77
  - 一、广州白酒市场77

二、广州市白酒消费分析78

三、品牌点评与竞争分析79

第四节 深圳市白酒市场分析81

一、深圳白酒市场81

二、深圳市白酒消费分析82

三、品牌点评与竞争分析82

第五节 河南白酒市场分析83

第六节 山西白酒市场分析87

第七节 四川白酒市场分析90

第八节 陕西白酒市场分析95

第九节 贵州白酒市场分析103

第十节 山东白酒需求分析105

一、白酒行业状况105

二、山东市场分析106

三、企业现状分析107

四、竞争品牌分析108

五、消费习惯分析110

六、促销分析110

七、宋河品牌的SWOT分析111

第十一节 江苏白酒市场分析113

第十二节 浙江白酒市场分析121

第十三节 辽宁白酒市场分析127

第十四节 黑龙江白酒市场分析131

第十五节 武汉市白酒市场135

一、武汉市白酒市场135

二、品牌透视与竞争分析137

第十六节 中国农村白酒市场139

第五章 白酒市场热点分析145

第一节 高端白酒市场分析145

一、高端白酒潮流145

二、高端白酒成为潮流的原因146

三、高端白酒何以制胜148

四、高端白酒的悖论150

五、高端白酒降温的三大理由151

第二节 高度酒市场152

第六章 消费者分析156

第一节 消费者的白酒需求分析及消费群体的构成156

一、消费需求趋稳156

二、产品分析156

第二节 消费者行为分析157

一、白酒消费者购买行为类型分析157

二、白酒消费者购买动机分析158

三、白酒消费者购买方式分析158

四、白酒消费者购买目分析159

五、白酒消费者对广告促销的态度分析160

第三部分 营销策略161

第一章 2007年中国白酒市场销售渠道分析161

第一节 2007年白酒销售渠道研究161

一、金叶神酒的金色烟草通道161

二、张弓——绿网撒向东西南北中164

第二节 白酒终端构成及发展166

一、终端建设166

二、终端管理170

第三节 白酒终端管理172

一、终端建设的误区172

二、案例分析：沧海一笑酒渠道战术设计174

第二章 中国白酒市场营销策略分析177

第一节 2007年中国白酒市场价格分析177

一、白酒市场价格走势分析177

二、高档白酒的价格定位方案分析178

## 第二节 2007白酒企业广告分析184

### 一、白酒广告法规184

### 二、2007年中国酒类广告投放分析187

### 三、白酒广告投放策略190

## 第三节 2007年主要白酒企业促销行为分析193

### 一、十八酒坊193

### 二、洋河中国年194

### 三、小型名酒文化节促团购195

## 第四节 白酒包装发展状况分析198

## 第三章 白酒市场的品牌策略分析202

### 第一节 现有企业采用的品牌策略分析202

#### 一、白酒品牌开发策略202

#### 二、白酒品牌市场导入策略205

#### 三、皖系白酒品牌策略分析209

#### 四、川酒品牌策略217

#### 五、黔酒品牌策略221

### 第二节 白酒品牌管理概要229

#### 一、白酒品牌建设的十条法则229

#### 二、白酒品牌如何攻克中型城市232

### 第三节 中小白酒生产企业营销策略分析236

#### 一、成功案例分析：山东省青州市云门春酒业237

#### 二、共性策略239

## 第四部分 行业竞争及行业趋势242

### 第一章 2007年中国白酒市场竞争局势分析242

#### 一、消费市场242

#### 二、竞争态势243

#### 三、龙头企业244

## 第二章 中国白酒重点企业分析248

### 第一节 五粮液集团有限公司248

- 一、基本情况248
- 二、2007年经营及财务状况分析249
- 三、企业发展分析257
- 第二节 贵州茅台258
  - 一、基本情况258
  - 二、2007年公司经营及财务状况分析258
  - 三、企业发展分析261
- 第三节 四川剑南春集团有限责任公司263
  - 一、基本情况263
- 第四节 泸州老窖股份有限公司264
  - 一、基本情况264
  - 二、2007年生产经营状况分析264
  - 三、企业发展分析267
- 第五节 安徽古井贡酒股份有限公司271
  - 一、基本情况271
  - 二、2007年生产经营状况分析271
  - 三、企业发展分析275

### 第三章 2008年白酒行业预测277

#### 第一节 2008年中国白酒行业发展预测分析277

- 一、白酒行业发展趋势277
- 二、白酒逆向营销策略的建议279

#### 第二节 2008年白酒业可能面临的问题及挑战282

- 一、疏于内部管理282
- 二、企业缺乏整体的形象规划283
- 三、缺乏经济观念285
- 四、行业诚信危机严重285

#### 第三节 我国酿酒行业“十一五”计划和2015年规划的主要内容286

- 一、关于行业发展的指导思想286
- 二、产品结构与产品质量287
- 三、技术结构和装备水平289
- 四、出口创汇291



五、原材料结构291

六、治理污染292

## 图表目录

2007年部分国家/地区国内生产总值（GDP）及人均值4

中国主要人文统计表21

中国城乡恩格尔系数变化26

2007年白酒行业盈利情况分析39

制曲原料的理化成分表42

原料理化要求43

2007年度全国白酒产量前10位的企业46

2007年度全国白酒行业销售收入前10位的企业47

2007年度全国白酒行业利税前10位的企业47

白酒子行业历年产量变化62

白酒上市公司和行业比较63

北京白酒市场产品情况69

上海白酒市场产品情况74

广州白酒市场产品情况77

深圳白酒市场产品情况81

河南省白酒制造业经济指标分析表84

河南白酒综合情况调查表86

山西白酒市场产品情况89

四川省白酒制造业经济指标分析表94

陕西省白酒制造业经济指标分析表101

贵州省白酒制造业经济指标分析表103

江苏省白酒制造业经济指标分析表113

南京市白酒市场占有率分析表116

南京市白酒包装评价分析表118

南京市民感兴趣的促销方式调查表118

南京市民白酒消费心态状况调查表119

南京市民心目中的知名品牌调查表119

南京白酒广告效果评价分析表120

南京市场白酒综合评价分析表120

南京消费者对习惯饮用白酒的忠诚度调查表121

浙江省白酒制造业经济指标分析表122

浙江省各地畅销白酒一览表124

辽宁省白酒制造业经济指标分析表127

黑龙江省白酒制造业经济指标分析表131

武汉市白酒市场产品情况136

白酒购买类型调查图157

影响消费者购买动机调查表158

白酒市场消费者购买方式调查分析图159

白酒市场消费者购买目的调查分析图159

消费者对广告和促销影响力的态度调查分析图160

2007年酒业报刊广告投放前5类产品187

2007年全国酒行业报刊广告投放前10媒体188

白酒常用促销手段分析197

2007年中国白酒企业10强246

五粮液股份有限公司利润表254

五粮液股份有限公司偿债能力分析254

五粮液股份有限公司盈利能力分析255

五粮液股份有限公司经营效率分析256

五粮液股份有限公司成长能力分析256

贵州茅台酒股份有限公司利润表259

贵州茅台酒股份有限公司偿债能力分析259

贵州茅台酒股份有限公司盈利能力分析260

贵州茅台酒股份有限公司经营效率分析261

贵州茅台酒股份有限公司成长能力分析261

泸州老窖股份有限公司利润表265

泸州老窖股份有限公司偿债能力分析265

泸州老窖股份有限公司盈利能力分析266

泸州老窖股份有限公司经营效率分析267

泸州老窖股份有限公司成长能力分析267

安徽古井贡酒股份有限公司利润表272

安徽古井贡酒股份有限公司偿债能力分析273  
安徽古井贡酒股份有限公司经营效率分析273  
安徽古井贡酒股份有限公司盈利能力分析274  
安徽古井贡酒股份有限公司成长能力分析275

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/56400.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](http://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。