

2016-2022年中国白酒行业 市场深度分析及市场前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2016-2022年中国白酒行业市场深度分析及市场前景研究报告》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/qtzzh1601/L316181717.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】2016-02-14

【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

白酒指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，酒精度（体积分数）在18%-68%的蒸馏酒。白酒是我国特有的酒种，与白兰地、威士忌、伏特加、朗姆酒、杜松子酒（又称金酒）、龙舌兰酒等并列为世界七大蒸馏酒。

世界七大蒸馏酒 品种 简介 白酒 一般以小麦、高粱等原料经发酵、蒸馏、陈酿制成 白兰地 特指以葡萄为原材料制成的蒸馏酒 威士忌 用预处理过的大麦、玉米、黑麦、小麦等谷物为主制造的蒸馏酒 伏特加 可以用任何可发酵的原料酿造，如马铃薯、大麦、黑麦、小麦、玉米、甜菜、葡萄甚至甘蔗 朗姆酒 是主要以甘蔗为原料，经发酵蒸馏制成 杜松子酒 又称金酒，用杜松子果浸于酒精中制成 龙舌兰 以植物龙舌兰为原料酿制的蒸馏酒

2010-2014年我国主要香型白酒销售收入表（亿元） 年份 酱香型 浓香型 清香型 兼香型 其他
2010年 352.71 1374.07 365.95 233.7 344.98 2011年 517.05 1810.11 531.99 260.82 626.7 2012年 536.31
2229.6 613 285.44 801.91 2013年 624.22 2596.7 632.45 293.71 870.93 2014年 799.3 2700.6 650.81
305.25 802.93

资料来源：国家统计局

报告目录：

第一部分 环境透视 1

第一章 白酒行业发展综述 1

第一节 白酒行业定义及分类 1

一、行业定义 1

二、行业主要产品分类 1

三、行业特性 3

节 白酒行业统计标准 5

一、统计部门和统计口径 5

二、行业主要统计方法介绍 5

三、行业涵盖数据种类介绍 5

第三节 最近3-5年中国白酒行业经济指标分析 7

一、赢利性 7

二、成长速度 8

三、附加值的提升空间 9

四、进入壁垒／退出机制 9

五、风险性	10
六、行业周期	10
七、竞争激烈程度指标	11
八、行业及其主要子行业成熟度分析	11
节 白酒行业产业链分析	12
一、产业链结构分析	12
二、主要环节的增值空间	13
三、与上下游行业之间的关联性	13
四、行业产业链上游相关行业分析	14
五、行业下游产业链相关行业分析	15
六、上下游行业影响及风险提示	15
第二章 白酒行业市场环境及影响分析（PEST）	17
第一节 白酒行业政治法律环境（P）	17
一、行业主要政策法规	17
二、政策环境对行业的影响	19
第二节 行业经济环境分析（E）	20
一、宏观经济形势分析	20
二、宏观经济环境对行业的影响分析	43
第三节 行业社会环境分析（S）	43
一、白酒产业社会环境	43
二、社会环境对行业的影响	52
第四节 行业技术环境分析（T）	53
一、白酒技术分析	53
二、行业主要技术发展	54
三、技术环境对行业的影响	54
第二部分 行业深度分析	56
第三章 我国白酒行业运行现状分析	56
第一节 我国白酒行业发展状况分析	56
一、我国白酒行业发展阶段	56
二、我国白酒行业发展总体概况	57
三、我国白酒行业发展特点分析	58
四、我国白酒行业商业模式分析	61

第二节 白酒行业发展现状 62

一、我国白酒行业市场规模 62

二、我国白酒行业发展分析 67

三、中国白酒企业发展分析 68

第三节 白酒市场情况分析 70

一、中国白酒市场总体概况 70

二、中国白酒产品市场发展分析 73

2010-2014年中国白酒市场规模情况（单位：亿元）

年份	需求量	进口量	出口量
2009	70.69	70.65	0.00
2010	89.08	89.03	0.01
2011	102.56	102.5	0.02
2012	115.32	115.22	0.02
2013	122.62	122.5	0.02
2014	125.71	125.59	0.01

数据来源：国家统计局 中国海关

2014年我国白酒行业销售收入约5258.89亿元，进口约2.64亿元，出口约20.3亿元，国内表观市场规模约5241.23亿元。

2009-2014年我国白酒行业市场规模情况

资料来源：国家统计局

三、中国白酒产品市场供求分析 74

2009-2014年中国白酒产品供需平衡情况（单位：亿升）

年份	销售收入	进口金额	出口金额	市场规模
2010年	2671.41	0.93	5.84	2666.5
2011年	3746.67	1.4	15.82	3732.25
2012年	4466.26	3.17	22.59	4446.84
2013年	5018.01	3.3	15.78	5005.53
2014年	5258.89	2.64	20.3	5241.23

数据来源：国家统计局 中国海关

四、中国白酒产品市场进出口分析 74

2009-2014年中国白酒进出口情况

年份	产量	需求量	进口量	出口量
2009	70.69	70.65	0.00	0.04
2010	89.08	89.03	0.01	0.06
2011	102.56	102.5	0.02	0.08
2012	115.32	115.22	0.02	0.12
2013	122.62	122.5	0.02	0.14
2014	125.71	125.59	0.01	0.13

数据来源：中国海关

第四节 我国白酒市场价格走势分析 75

一、白酒市场定价机制组成 75

二、白酒市场价格影响因素 77

三、白酒产品价格走势分析 78

四、2016-2022年白酒产品价格走势预测 78

第四章 我国白酒行业整体运行指标分析 79

第一节 中国白酒行业总体规模分析 79

一、企业数量结构分析 79

二、人员规模状况分析 79

三、行业资产规模分析 80

四、行业市场规模分析 80

第二节 中国白酒行业产销情况分析 81

一、我国白酒行业工业总产值 81

二、我国白酒行业工业销售产值 81

三、我国白酒行业产销率 82

第三节 中国白酒行业财务指标总体分析 82

一、行业盈利能力分析 82

1、我国白酒行业销售利润率 82

2、我国白酒行业成本费用利润率 83

3、我国白酒行业亏损面 83

二、行业偿债能力分析 84

1、我国白酒行业资产负债率 84

2、我国白酒行业利息保障倍数 84

三、行业营运能力分析 85

1、我国白酒行业应收帐款周转率 85

2、我国白酒行业总资产周转率 85

3、我国白酒行业流动资产周转率 86

四、行业发展能力分析 86

1、我国白酒行业总资产增长率 86

2、我国白酒行业利润总额增长率 87

3、我国白酒行业主营业务收入增长率 87

4、我国白酒行业产值利税率 87

第三部分 市场供需分析调研 89

第五章 我国白酒细分市场分析 & 预测 89

第一节 不同香型产品市场分析 89

一、细分产品市场份额分析 89

二、浓香型白酒市场 90

1、浓香型白酒市场规模 90

2、浓香型白酒市场发展趋势 91

三、酱香型白酒市场 91

1、酱香型白酒市场规模 91

2、酱香型白酒市场发展趋势 93

四、清香型白酒市场 95

1、清香型白酒市场规模 95

2、清香型白酒市场发展趋势 96

五、兼香型白酒市场 96

1、兼香型白酒市场规模 96

2、兼香型白酒市场发展趋势 97

第二节 不同档次定位产品市场分析 98

一、高端白酒产品分析 98

1、高端白酒容量与行业地位 98

2、次高端白酒容量与行业占比 105

二、中低端白酒产品分析 105

1、中低端白酒市场规模分析 105

2、中低端白酒供需平衡分析 106

3、中低端白酒价格走势分析 107

4、中低端白酒市场投资机遇 117

第六章 我国白酒行业营销趋势及策略分析 119

第一节 白酒行业销售渠道分析 119

一、主要营销渠道分析 119

1、渠道构成 119

2、销售贡献比率 121

3、覆盖率 122

4、销售渠道效果 123

5、价值流程结构 124

6、渠道建设方向 125

二、白酒营销环境分析与评价 129

三、销售渠道存在的主要问题 132

四、营销渠道发展趋势与策略	132
第二节 白酒行业营销策略分析	132
一、中国白酒营销概况	132
二、白酒营销策略探讨	134
1、中国白酒产品营销策略浅析	134
2、白酒新产品的市场推广策略	135
3、白酒细分产品营销策略分析	137
第三节 白酒营销的发展趋势	141
一、未来白酒市场营销的出路	141
二、中国白酒营销的趋势预测	145
第四部分 竞争格局分析	147
章 白酒行业区域市场分析	147
第一节 行业总体区域结构特征及变化	147
第一节 行业总体区域结构特征及变化	147
一、行业区域结构总体特征	147
二、行业区域集中度分析	148
三、行业区域分布特点分析	150
四、行业规模指标区域分布分析	151
五、行业效益指标区域分布分析	153
六、行业企业数的区域分布分析	154
第二节 白酒区域市场分析	156
一、东北地区白酒市场分析	156
1、黑龙江省白酒市场分析	156
2、吉林省白酒市场分析	157
3、辽宁省白酒市场分析	158
二、华北地区白酒市场分析	159
1、北京市白酒市场分析	159
2、天津市白酒市场分析	160
3、河北省白酒市场分析	161
三、华东地区白酒市场分析	162
1、山东省白酒市场分析	162
2、上海市白酒市场分析	164

3、江苏省白酒市场分析	165
4、浙江省白酒市场分析	166
5、福建省白酒市场分析	167
6、安徽省白酒市场分析	168
四、华南地区白酒市场分析	169
1、广东省白酒市场分析	169
2、广西省白酒市场分析	170
3、海南省白酒市场分析	171
五、华中地区白酒市场分析	172
1、湖北省白酒市场分析	172
2、湖南省白酒市场分析	173
3、河南省白酒市场分析	174
六、西南地区白酒市场分析	175
1、四川省白酒市场分析	175
2、云南省白酒市场分析	177
3、贵州省白酒市场分析	178
七、西北地区白酒市场分析	179
1、甘肃省白酒市场分析	179
2、新疆自治区白酒市场分析	180
3、陕西省白酒市场分析	181
第八章 2014-2015年白酒行业竞争形势	183
第一节 行业总体市场竞争状况分析	183
一、白酒行业竞争结构分析	183
1、现有企业间竞争	183
2、潜在进入者分析	184
3、替代品威胁分析	185
4、供应商议价能力	185
5、客户议价能力	186
6、竞争结构特点总结	186
二、白酒行业企业间竞争格局分析	187
三、白酒行业集中度分析	188
四、白酒行业SWOT分析	188

1、白酒行业优势分析	188
2、白酒行业劣势分析	189
3、白酒行业机会分析	190
4、白酒行业威胁分析	191
第二节 中国白酒行业竞争格局综述	192
一、白酒行业竞争概况	192
1、中国白酒行业品牌竞争格局	192
2、白酒业未来竞争格局和特点	193
3、白酒市场进入及竞争对手分析	193
二、中国白酒行业竞争力分析	193
三、中国白酒产品竞争力优势分析	194
1、整体产品竞争力评价	194
2、产品竞争力评价结果分析	195
3、竞争优势评价及构建建议	195
四、白酒行业主要企业竞争力分析	196
第三节 白酒行业竞争格局分析	197
一、国内外白酒竞争分析	197
二、我国白酒市场竞争分析	197
三、我国白酒市场集中度分析	198
第四节 白酒行业并购重组分析	199
一、行业并购重组现状及其重要影响	199
二、跨国公司在华投资兼并与重组分析	200
三、本土企业投资兼并与重组分析	201
四、企业升级途径及并购重组风险分析	201
五、行业投资兼并与重组趋势分析	202
第九章 2014-2015年白酒行业领先企业经营形势分析	203
第一节 中国白酒企业总体发展状况分析	203
一、白酒企业主要类型	203
二、白酒企业资本运作分析	203
三、白酒企业创新及品牌建设	207
四、白酒企业国际竞争力分析	211
第二节 中国领先白酒企业经营形势分析	212

一、宜宾五粮液股份有限公司 212

- 1、企业发展概况分析 212
- 2、企业产品结构分析 214
- 3、企业产销能力分析 216
- 4、企业品牌及消费群分析 222
- 5、企业销售渠道与网络 223
- 6、企业竞争优势劣势分析 224
- 7、企业最新发展动向 225

二、贵州茅台酒股份有限公司 227

- 1、企业发展概况分析 227
- 2、企业产品结构分析 229
- 3、企业产销能力分析 229
- 4、企业品牌及消费群分析 237
- 5、企业销售渠道与网络 238
- 6、企业竞争优势劣势分析 239
- 7、企业最新发展动向 240

三、泸州老窖股份有限公司 240

- 1、企业发展概况分析 240
- 2、企业产品结构分析 242
- 3、企业产销能力分析 243
- 4、企业品牌及消费群分析 250
- 5、企业销售渠道与网络 250
- 6、企业竞争优势劣势分析 251
- 7、企业最新发展动向 252

四、江苏洋河酒厂股份有限公司 252

- 1、企业发展概况分析 252
- 2、企业产品结构分析 253
- 3、企业产销能力分析 255
- 4、企业品牌及消费群分析 262
- 5、企业销售渠道与网络 263
- 6、企业竞争优势劣势分析 264
- 7、企业最新发展动向 265

五、湖北稻花香酒业股份有限公司 266

- 1、企业发展概况分析 266
- 2、企业产品结构分析 266
- 3、企业产销能力分析 267
- 4、企业品牌及消费群分析 267
- 5、企业销售渠道与网络 268
- 6、企业竞争优势劣势分析 268
- 7、企业最新发展动向 269

六、湖北枝江酒业股份有限公司 269

- 1、企业发展概况分析 269
- 2、企业产品结构分析 270
- 3、企业产销能力分析 271
- 4、企业品牌及消费群分析 272
- 5、企业销售渠道与网络 273
- 6、企业竞争优势劣势分析 274
- 7、企业最新发展动向 274

七、四川剑南春（集团）有限责任公司 275

- 1、企业发展概况分析 275
- 2、企业产品结构分析 275
- 3、企业产销能力分析 276
- 4、企业品牌及消费群分析 276
- 5、企业销售渠道与网络 277
- 6、企业竞争优势劣势分析 278
- 7、企业最新发展动向 279

八、江苏双沟酒业股份有限公司 279

- 1、企业发展概况分析 279
- 2、企业产品结构分析 281
- 3、企业产销能力分析 283
- 4、企业品牌及消费群分析 284
- 5、企业销售渠道与网络 286
- 6、企业竞争优势劣势分析 286
- 7、企业最新发展动向 287

九、四川郎酒集团有限责任公司 288

- 1、企业发展概况分析 288
- 2、企业产品结构分析 289
- 3、企业产销能力分析 291
- 4、企业品牌及消费群分析 291
- 5、企业销售渠道与网络 291
- 6、企业竞争优势分析 292
- 7、企业最新发展动向 292

十、山西杏花村汾酒厂股份有限公司 293

- 1、企业发展概况分析 293
- 2、企业产品结构分析 294
- 3、企业产销能力分析 294
- 4、企业品牌及消费群分析 300
- 5、企业销售渠道与网络 301
- 6、企业竞争优势分析 302
- 7、企业最新发展动向 303

第五部分 发展展望 305

章 2016-2022年白酒行业前景及投资价值 305

第一节 白酒行业五年规划现状及未来预测 305

- 一、“十二五”期间白酒行业运行情况 305
- 二、“十二五”期间白酒行业发展成果 312
- 三、白酒行业“十三五”发展方向预测 312

第二节 2016-2022年白酒市场趋势预测 314

- 一、2016-2022年白酒市场发展潜力 314
- 二、2016-2022年白酒市场趋势预测展望 315
- 三、2016-2022年白酒细分行业趋势预测分析 315

第三节 2016-2022年白酒市场发展趋势预测 316

- 一、2016-2022年白酒行业发展趋势 316
- 二、2016-2022年白酒市场规模预测 317
 - 1、白酒行业市场容量预测 317
 - 2、白酒行业销售收入预测 317
- 三、2016-2022年细分市场发展趋势预测 318

第四节 2016-2022年中国白酒行业供需预测	318
一、2016-2022年中国白酒行业供给预测	318
二、2016-2022年中国白酒行业产量预测	318
三、2016-2022年中国白酒市场销量预测	319
四、2016-2022年中国白酒行业需求预测	319
五、2016-2022年中国白酒行业供需平衡预测	320
第五节 影响企业生产与经营的关键趋势	320
一、市场整合成长趋势	320
二、需求变化趋势及新的商业机遇预测	321
三、企业区域市场拓展的趋势	321
四、科研开发趋势及替代技术进展	322
五、影响企业销售与服务方式的关键趋势	322
第六节 白酒行业投资特性分析	323
一、白酒行业进入壁垒分析	323
二、白酒行业盈利因素分析	324
三、白酒行业盈利模式分析	324
第七节 2016-2022年白酒行业发展的影响因素	325
一、有利因素	325
二、不利因素	325
第八节 2016-2022年白酒行业投资价值评估分析	326
一、行业投资效益分析	326
1、行业活力系数比较及分析	326
2、行业投资收益率比较及分析	326
3、行业投资效益评估	327
二、产业发展的空白点分析	327
三、投资回报率比较高的投资方向	327
四、新进入者应注意的障碍因素	328
第十一章 2016-2022年白酒行业投资机会与风险防范	329
第一节 白酒行业投融资情况	329
一、行业资金渠道分析	329
二、固定资产投资分析	329
三、兼并重组情况分析	330

四、白酒行业投资现状分析	334
第二节 2016-2022年白酒行业投资机会	336
一、产业链投资机会	336
二、细分市场投资机会	337
三、重点区域投资机会	340
四、白酒行业投资机遇	340
第三节 2016-2022年白酒行业投资前景及防范	341
一、政策风险及防范	341
二、技术风险及防范	341
三、供求风险及防范	342
四、宏观经济波动风险及防范	342
五、关联产业风险及防范	343
六、产品结构风险及防范	343
七、其他风险及防范	344
第四节 中国白酒行业投资建议	344
一、白酒行业未来发展方向	344
二、白酒行业主要投资建议	346
三、中国白酒企业融资分析	348
第六部分 发展战略研究	351
第十二章 白酒行业发展战略研究	351
第一节 白酒行业发展战略研究	351
一、战略综合规划	351
二、技术开发战略	351
三、业务组合战略	351
四、区域战略规划	351
五、产业战略规划	352
六、营销品牌战略	353
七、竞争战略规划	354
第二节 对我国白酒品牌的战略思考	354
一、白酒品牌的重要性	354
二、白酒实施品牌战略的意义	357
三、白酒企业品牌的现状分析	357

四、我国白酒企业的品牌战略 360

五、白酒品牌战略管理的策略 360

第三节 白酒经营策略分析 362

一、白酒市场细分策略 362

二、白酒市场创新策略 363

三、品牌定位与品类规划 364

四、白酒新产品差异化战略 364

第四节 白酒行业投资规划建议研究 366

一、2016-2022年白酒行业投资规划建议 366

二、2016-2022年细分行业投资规划建议 367

第十三章 研究结论及发展建议 369

第一节 白酒行业研究结论及建议 369

第二节 白酒关联行业研究结论及建议 374

第三节 白酒行业发展建议 376

一、行业投资策略建议 376

二、行业投资方向建议 376

三、行业投资方式建议 377

图表目录：

图表：2013-2015年国内生产总值及其增长速度

图表：2013-2015年国内生产总值增长速度（累计同比）

图表：2013-2015年全社会固定资产投资及其增长速度

图表：2015年我国居民消费价格上涨情况（月度同比）

图表：2013-2015年我国城镇居民人均可支配收入实际增长速度

图表：2013-2015年我国农村居民人均收入实际增长速度（累计同比）

图表：2013-2015年公共财政收入及其增长速度

图表：2015年末全部金融机构本外币存贷款余额及其增长速度

图表：2015年我国汇率变化情况

图表：我国人民币存贷款基准利率历次调整一览表

图表：2013-2015年我国存款准备金率调整一览表

图表：2008-2015年社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2013-2015年我国货物进出口总额

图表：2015年末人口数及其构成

图表：2013-2015年城镇新增就业人数

图表：2013-2015年国内生产总值与全部就业人员比率

图表：2013-2015年农村居民人均纯收入

图表：2013-2015年城镇居民人均可支配收入

图表：2013-2015年高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qtzzh1601/L316181717.html>