

中国白酒产业调研及发展定位研究报告（2015-2020）

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国白酒产业调研及发展定位研究报告（2015-2020）》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/201346201346.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

中国报告网发布的《中国白酒产业调研及发展定位研究报告（2015-2020）》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。

报告目录

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 中国白酒行业的发展

一、白酒行业运行情况分析

二、中国白酒行业发展现状

三、消费税大调整引发白酒行业震动

四、中国白酒企业经营情况分析

第三节 中国白酒行业运行情况分析

- 一、白酒行业发展分析
- 二、全国白酒行业上市公司分析
- 三、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 中国白酒市场分析

第一节 中国白酒市场状况分析

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

第四章 中国白酒分区域市场分析

第一节 华北地区白酒市场

第二节 华东地区白酒市场

第三节 华南地区白酒市场

第四节 华中地区白酒市场

第五节 东北地区白酒市场

第五章 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、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”

第六章 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、中国白酒品牌战略营销思考

四、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

第七章 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

第八章 白酒替代品行业竞争分析

第一节 啤酒行业市场发展现状

第二节 葡萄酒行业市场发展现状

第三节 黄酒行业市场发展现状

第四节 烈性洋酒在中国的发展

第五节 保健酒行业市场发展现状

第九章 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

第十章 2015-2020年中国白酒行业发展环境与趋势分析

第一节 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、中国宏观经济发展预测分析

第二节 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 2015-2020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、2012年中国白酒业机遇与挑战并存
- 三、2012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 2015-2020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、2012年白酒业加速洗牌

图表详见正文•••••

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiulei/201346201346.html>