

# 2006年中国白酒市场研究报告

## 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《2006年中国白酒市场研究报告》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/fangzhi/2876228762.html>

报告价格：电子版: 5500元 纸介版：6500元 电子和纸介版: 6800

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

目录第一章	中国白酒行业发展现状分析	6第一节	白酒行业发展回顾
6一、我国白酒生产情况		6二、白酒行业经济效益情况	
7三、白酒骨干企业的生产和效益情况		7四、白酒的产品结构情况	7第二节
白酒行业发展现状分析	8一、白酒行业的概况	8二、白酒行业的主要特征	
8三、市场结构分析	9四、市场特性分析	10五、白酒行业的现状	101、产品缺乏创新
102、营销秩序混乱	113、地方过分保护	114、高端产品开始“滥”市	
125、中低端产品品牌化发展加速	12第三节	白酒行业存在的问题	
12一、白酒行业产品生产能力大于市场需求，即产大于销，市场竞争激烈			
12二、小酒厂盲目发展，数量众多，企业结构严重不合理的情况仍然存在			
12三、流通秩序混乱，假冒伪劣猖獗	12四、白酒企业集团化、规模化发展仍需引导		
13五、整体装备水平仍然较低	13六、“三废”治理仍需加强	13七、税收流失严重	
13八、行业集中度较低	13九、两极分化不断加剧	13十、税收流失比较严重	14第四节
白酒行业结构调整分析	14一、行业结构的调整	14二、企业结构的调整	
14三、产品结构的调整	15第五节	关于我国白酒产业的深层思考	
15一、白酒产业发展的状况	16二、白酒产业发展的困惑	16三、白酒产业发展的趋势	
17四、白酒产业发展的对策	18第六节	白酒市场消费分析	
19一、白酒仍为酒类消费的主力市场，消费目的主要集中于自用			
19二、品牌消费意识较强，营养价值与文化内涵成为白酒消费的重要特点			
20三、口感成为消费者评价白酒质量、选择品牌的主导因素			
20四、中档白酒市场看好，产品包装已成为白酒完整产品的重要组成部分			
20五、白酒购买及消费地点相对集中，促销活动及方式更倾向于实惠			20第二章
2004-2005年中国白酒行业发展状况及2006年预测			22第一节
2004年中国白酒行业总体情况分析	22一、产量	22二、销售收入	
23三、白酒骨干企业生产能力	24四、白酒行业产业结构性矛盾突出	24第二节	
2004年中国白酒行业发展存在的问题	25一、白酒行业和企业生产经营中存在的问题		
25二、政策和制度体系存在的问题	26第三节	2004年中国白酒行业各项经济指标分析	
27一、行业主要经济指标概述	27二、工业总产值情况	28三、企业评价指标	
30四、企业盈亏情况	30五、资产负债情况	33六、产销存情况	33七、财务费用情况
33第四节	2005年白酒工业经济运行情况	34一、2005年度白酒工业经济运行情况	
34二、促进白酒工业健康发展及2006年的几项重点工作			35第五节
2005年1-12月中国白酒制造主要经济指标分析	37一、行业规模	371、工业总产值	
372、企业单位数	383、全部从业人员平均人数	394、资产总计	405、负债总计
41二、行业效益	421、产品销售收入	422、利润总额	433、产值利税率
	444、资产负债率		

455、资金利润率	466、成本费用利润率	477、产成品资金占用率	48三、其他经济指标
491、产成品	492、产品销售成本	503、产品销售费用	514、管理费用
525、财务费用	536、亏损企业单位数	547、亏损企业亏损总额	558、人均销售率
56第六节	2005年1-12月白酒制造分经济类型主要经济指标		
57一、	2005年1-12月白酒制造国有企业主要经济指标		
57二、	2005年1-12月白酒制造集体企业主要经济指标		
58三、	2005年1-12月白酒制造股份合作企业主要经济指标		
59四、	2005年1-12月白酒制造股份制企业主要经济指标		
61五、	2005年1-12月白酒制造私营企业主要经济指标		
62六、	2005年1-12月白酒制造外商和港澳台投资企业主要经济指标		64第七节
2005年2-12月白酒制造收入前十家企业	65第八节	2006年中国白酒行业发展预测	
70一、	产量继续趋稳紧缩		70二、
厂家越来越重视产品的营销模式		70三、	
新型渠道模式的开发受到更高的重视		70四、	
行业马太效应的持续		71五、	
品牌的资本性越发彰显		71六、	
高品质高度高端的“三高”白酒将会继续成为白酒主流		72七、	
白酒所面临的市场压力将继续加大		72八、	
区域地产白酒市场的突起成为主题		73九、	
新香型、多维度数等白酒创新不断		73十、	
一些大型名酒厂的贴牌酒势头将趋减		73十一、	
品牌的细分化市场策略更加明显		74十二、	
商业资本进入酒业的资本并购将继续		74第三章	
中国白酒行业区域市场发展分析		75第一节	
华北地区白酒市场分析		75第二节	
华中地区白酒市场分析		93第三节	
华东地区市场分析		101第四节	
华南地区白酒市场分析		143第五节	
西南地区白酒市场分析		160第六节	
西北地区白酒市场分析		170第七节	
东北白酒市场分析		181第四章	
中国白酒行业营销渠道及营销战略分析		185第一节	
白酒营销渠道分析		185一、	
白酒行业的营销环境分析		185二、	
现存的营销渠道分析		185三、	
终端渠道制定策略分析		187四、	
酒业终端市场营销管理策略分析		194第二节	
白酒终端建设的误区与管理		199一、	
终端建设的误区		199二、	
销售渠道的级数和渠道的建设与管理		201第三节	
白酒市场终端弱势分析		206第四节	
白酒市场营销模式的分析		208一、	
白酒的历史和营销模式的发展过程		208二、	
白酒的终端渠道		209三、	
终端渠道深度开发分析		209第五节	
白酒营销过程中的七块“死穴”分析		214第六节	
白酒高端产品选择经销商的误区分析		217第七节	
白酒营销战略分析		221一、	
中国酒业有效整合营销策略分析		221二、	
建立厂商的双赢模式分析		229第八节	
白酒市场推广策略分析		233一、	
产品导入分析		233二、	
产品的组合和产品线决策		236三、	
白酒城市市场推广策略		242四、	
白酒农村推广策略		258第九节	
简装白酒的品牌价值及营销策略		269一、	
简装白酒也可以使品牌升值、放大产品的商业价值		270二、	
精简简装酒分销渠道结构，使渠道商业利益最大化		271三、	
注重战术手段，多考虑采用战术性手段使产品营销利益增值		271第十节	

白酒营销拒绝偶然成功	272	第十一节	我国白酒营销三大趋势	274	第五章
班超”白酒乌鲁木齐推广案例解析	276	一、	感悟等待的真谛	276	二、
277	三、	通吃终端馅饼	278	四、	一次另类的的整合
280	第六章	WTO与中国白酒业	285	第一节	加入WTO后白酒企业面临的机遇
285	第二节	加入WTO以后白酒企业面临的挑战	285	第三节	白酒企业应该如何面对WTO开拓世界市场
287	第七章	中国白酒业竞争格局分析	289	第一节	白酒竞争特点分析
289	第二节	地区竞争格局分析	291	第三节	中小白酒企业相对竞争力分析
293	一、	相对竞争力分析	293	二、	业务专注就是竞争力
294	三、	执行力就是竞争力	294	第四节	领先企业竞争格局分析
296	第八章	中国白酒业部分优势企业分析	298	第一节	五粮液股份有限公司
298	第二节	贵州茅台酒股份有限公司	310	第三节	四川全兴股份有限公司
318	第四节	泸州老窖股份有限公司	320	第五节	安徽古井贡酒股份有限公司
327	第六节	四川剑南春集团有限责任公司	332	第七节	四川沱牌曲酒股份有限公司
337	第八节	山西杏花村汾酒厂股份有限公司	342	第九节	湖南酒鬼酒股份有限公司
350	第九章	白酒业发展趋势分析	353	第一节	白酒业全球消费发展趋势
353	第二节	我国白酒生产与消费出现的新趋势	354	第三节	我国酒业发展的六大趋势
356	第十章	白酒行业发展策略分析	359	第一节	大型白酒企业集团的未来发展策略分析
359	一、	做好自身产业结构的调整	359	二、	要实行专业化和多元化并进的策略
359	第二节	对现行的白酒企业的多样化经营分析	361	一、	白酒企业多样化经营情况
361	二、	现行白酒行业多样化经营的方向	361	三、	全兴的多样化经营分析
361	第三节	我国白酒中小型企业发展的“五力模型”分析	363	一、	中小白酒企业发展之五力模型
364	1、	企业发展之竞争力	365	2、	企业发展之执行力
365	3、	企业发展之成长力	366	4、	企业发展之生命力
366	5、	企业发展之学习力	367	二、	总结：合适的才是最好的
368	第四节	对中小企业生产经营的建议	368	一、	细分化生存方式
368	二、	产品化生存方式	369	三、	区域化生存方式
370	四、	专业化生存方式	370	五、	个性化生存方式
370	第五节	白酒工业发展必须依靠科技的推动	371	第六节	白酒业，囚徒困境如何冲破樊笼
372	部分图表目录	图表	2001-2005年全国白酒产量变化图	图表	2001-2005年北京市白酒产量变化图
图表	2001-2005年天津市白酒产量变化图	图表	2001-2005年河北省白酒产量变化图	图表	2001-2005年山西省白酒产量变化图
图表	2001-2005年河南省白酒产量变化图	图表	2001-2005年湖北省白酒产量变化图	图表	2001-2005年湖南省白酒产量变化图
图表	2001-2005年上海市白酒产量变化图	图表	2001-2005年山东省白酒产量变化图	图表	2001-2005年浙江省白酒产量变化图
图表	2001-2005年江苏省白酒产量变化图	图表	2001-2005年江西省白酒产量变化图	图表	2001-2005年安徽省白酒产量变化图
图表	2001-2005年广东省白酒产量变化图	图表	2001-2005年福建省白酒产量变化图	图表	2001-2005年江西省白酒产量变化图
图表	2001-2005年安徽省白酒产量变化图	图表	2001-2005年广东省白酒产量变化图	图表	2001-2005年海南省白酒产量变化图
图表	2001-2005年广西白酒产量变化图	图表	2001-2005年海南省白酒产量变化图	图表	2001-2005年海南省白酒产量变化图

2001-2005年四川省白酒产量变化图图表	2001-2005年重庆市白酒产量变化图图表	
2001-2005年贵州省白酒产量变化图图表	2001-2005年云南省白酒产量变化图图表	
2001-2005年陕西省白酒产量变化图图表	2001-2005年甘肃省白酒产量变化图图表	
2001-2005年青海省白酒产量变化图图表	2001-2005年新疆白酒产量变化图图表	
2001-2005年辽宁省白酒产量变化图图表	2001-2005年黑龙江省白酒产量变化图图表	
2001-2005年吉林省白酒产量变化图图表		
2005年1-12月白酒制造国有企业主要经济指标图表		
2005年1-12月白酒制造集体企业主要经济指标图表		
2005年1-12月白酒制造股份合作企业主要经济指标图表		
2005年1-12月白酒制造股份制企业主要经济指标图表		
2005年1-12月白酒制造私营企业主要经济指标图表		
2005年1-12月白酒制造外商和港澳台投资企业主要经济指标图表		
2005年2月白酒制造收入前十家企业图表	2005年2月白酒制造收入前十家企业图表	
2005年3月白酒制造收入前十家企业图表	2005年4月白酒制造收入前十家企业图表	
2005年5月白酒制造收入前十家企业图表	2005年6月白酒制造收入前十家企业图表	
2005年7月白酒制造收入前十家企业图表	2005年8月白酒制造收入前十家企业图表	
2005年9月白酒制造收入前十家企业图表	2005年10月白酒制造收入前十家企业图表	
2005年11月白酒制造收入前十家企业图表	2005年12月白酒制造收入前十家企业图表	
2005年1-12月白酒制造累计工业总产值（当年价格）图表		
2005年1-12月白酒制造累计企业单位数图表		
2005年1-12月白酒制造累计全部从业人员平均人数图表		
2005年1-12月白酒制造累计资产总计图表	2005年1-12月白酒制造累计负债总计图表	
2005年1-12月白酒制造累计产品销售收入图表	2005年1-12月白酒制造累计利润总额图表	
2005年1-12月白酒制造产值利税率图表	2005年1-12月白酒制造资产负债率图表	
2005年1-12月白酒制造资金利润率图表	2005年1-12月白酒制造成本费用利润率图表	
2005年1-12月白酒制造产成品资金占用率图表	2005年1-12月白酒制造累计产成品图表	
2005年1-12月白酒制造累计产品销售成本图表		
2005年1-12月白酒制造累计产品销售费用图表	2005年1-12月白酒制造累计管理费用图表	
2005年1-12月白酒制造累计财务费用图表	2005年1-12月白酒制造累计亏损企业单位数图表	
2005年1-12月白酒制造累计亏损企业亏损总额图表	2005年1-12月白酒制造人均销售率图表	
2005年白酒全国合计图表	2005年白酒北京市合计图表	2005年天津白酒合计图表
2005年河北白酒产量图表	2005年山西白酒产量图表	2005年内蒙古白酒产量图表
2005年河南白酒产量图表	2005年湖北白酒产量图表	2005年湖南白酒产量图表
2005年上海白酒产量图表	2005年山东白酒产量图表	2005年江苏白酒产量图表
2005年浙江白酒产量图表	2005年福建白酒产量图表	2005年江西白酒产量图表

2005年安徽白酒产量图表      2005年广东白酒产量图表      2005年广西白酒产量图表  
2005年海南白酒产量图表      2005年四川白酒产量图表      2005年重庆白酒产量图表  
2005年贵州白酒产量图表      2005年云南白酒产量图表      2005年月陕西白酒产量图表  
2005年月甘肃白酒产量图表      2005年青海白酒产量图表      2005年新疆白酒产量图表  
2005年辽宁白酒产量图表      2005年吉林白酒产量图表      2005年黑龙江白酒产量图表  
2004年白酒产量前10位的企业图表      2004年白酒行业销售收入前10位的企业图表  
2004年白酒制造累计工业总产值（当年价格）图表  
2004年白酒制造累计工业总产值（当年价格）比上年同期增长图表  
2004年白酒企业评价指标图表      2004年白酒企业盈亏情况图表  
2004年白酒制造累计亏损企业单位数图表      2004年白酒制造累计亏损企业亏损总额图表  
2004年白酒资产负债表图表      2004年白酒业产销存情况图表  
2004年白酒业财务费用情况图表      2004年白酒全国合计图表      2004年北京白酒产量图表  
2004年天津白酒产量图表      2004年河北白酒产量图表      2004年山西白酒产量图表  
2004年内蒙古白酒产量图表      2004年河南白酒产量图表      2004年湖北白酒产量图表  
2004年湖南白酒产量图表      2004年上海白酒产量图表      2004年山东白酒产量图表  
2004年江苏白酒产量图表      2004年浙江白酒产量图表      2004年福建白酒产量图表  
2004年江西白酒产量图表      2004年安徽白酒产量图表      2004年广东白酒产量图表  
2004年广西白酒产量图表      2004年海南白酒产量图表      2004年四川白酒产量图表  
2004年重庆白酒产量图表      2004年贵州白酒产量图表      2004年云南白酒产量图表  
2004年陕西白酒产量图表      2004年甘肃白酒产量图表      2004年青海白酒产量图表  
2004年新疆白酒产量图表      2004年辽宁白酒产量图表      2004年吉林白酒产量图表  
2004年黑龙江白酒产量图表      南京市民喝白酒的场合图表      南京市民购买白酒的用途图表  
南京市白酒市场占有率图表      南京市白酒包装评价图表  
南京消费者解决买到假冒伪劣白酒的方式图表      南京市民感兴趣的促销活动方式图表  
南京市民白酒消费心态状况图表      南京市民心目中的知名品牌图表      南京白酒广告效果评价  
图表      南京市场白酒综合评价图表      南京消费者对习惯饮用白酒的忠诚度图表  
广州市高档白酒主要商场 / 餐饮场所上架率图表      广州市消费者常喝高档白酒品牌图表  
广州市不同年龄消费者常喝品牌分布图表      广州市高档白酒购买主要考虑因素图表  
广西地区畅销品牌统计图表      成都地区白酒市场状况调查统计表图表  
成都各年龄段消费者饮白酒倾向图表      成都市民饮白酒频率分布图表  
成都白酒消费人群与消费档次分布图表      成都各年龄段经常饮用白酒度数图表  
西安白酒市场知名度图表      西安白酒市场渗透率图表      西安市民作为礼品购买的白酒品牌图表  
茅台集团公司产品组合宽度和产品线长度

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/2876228762.html>