

2006年中国白酒市场研究报告

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《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/2878428784.html>

报告价格：电子版: 5200元 纸介版：5700元 电子和纸介版: 6200

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

引言2005年白酒总产量349.37万千升，同比增长15.03%，实现了自上世纪90年代中期以来最大的增长幅度。2005年规模以上白酒企业，实现销售收入722.65亿元，同比增长22.34%。

。研究市场行情：研究社会经济发展所产生的饮食结构变化，消费观念变化，人际交往形式变化，以及酒后社交的文明要求成为企业营销策划、组织生产的定位基础，认真分析不同地区消费的酒度区间、口味的偏好等等，彻底跳出传统的香型和风格限制，加强理性生产意识，是销售收入增加的最主要原因。2005年规模以上白酒企业，税金总额为117.58亿元，同比增长17.62%；利润总额为73.19亿元，同比增长25.69%。规模以上企业销售收入、税利的增加，亏损地区和亏损额同步减少，骨干企业利润和税收同步增长，可以说白酒业经济运行总体形势已经好转。也证明了国家利益，行业利益和骨干企业利益的一致性。这一良好的势态，也必然推动国家加强管理、规范竞争游戏规则，出台合理经济政策，扶持规范经营企业的一系列措施。行业集中度进一步提高。2005年行业排名前50家企业，销售收入为472.76亿元，占行业规模以上企业总销售收入65.42%；税金总额84.50亿元，占全行业71.87%；利润总额67.63亿元，占全行业92.40%。利润总额2005年超亿元的企业，有五粮液、茅台、剑南春、杏花村、全兴、泸州、河套、伊力特8家企业，利润达到了55.58亿元，占全行业规模以上企业的75.94%。国家经济平稳较快发展和人民生活进一步改善，拉动了白酒消费

政府工作报告公布了2005年全年国内生产总值，比上年增长9.9%，城镇居民人均可支配收入和农村居民人均收入，扣除价格因素分别增长9.6%和6.2%。国家经济平稳较快发展和人民生活水平进一步改善，拉动了白酒消费。选择品牌、消费高质量、高档次的白酒，是规模以上白酒产量、销售收入税、利增长的最主要原因之一。本研究报告依据国家统计局、国家海关总署、国家经贸委、国务院发展研究中心、国家信息中心、中国食品工业协会以及白酒行业专业研究单位等公布和提供的大量资料，结合我公司对重点区域市场的最新调研数据资料，在大量的数据和分析的基础上，对我国白酒行业生产销售现状、主要品牌及市场占有率、主要制造商及其市场占有率、市场的竞争状况、进出品形势以及未来市场发展变化作了全方位的剖析，针对整个白酒行业及白酒企业提出了大量的建设性的建议和发展方案。全面分析了行业竞争状况。是白酒生产企业、科研单位、销售企业准确了解白酒行业发展动态，把握市场机会，作出正确的企业定位和明确企业发展方向不可多得的精品。

目 录第一章
2005-2006年中国白酒行业发展环境分析第一节2005-2006年中国宏观经济环境分析一、2005年我国经济总体运行状况分析二、2006年1季度我国经济总体运行状况分析第二节
2005-2006年白酒行业政策环境分析第三节 2005年中国制酒饮料行业运行情况一、2005年总体运行情况二、2005年市场供需分析三、2005年主要企业经营情况第四节 替代产品发展对白酒的影响分析一、啤酒、葡萄酒、黄酒的发展态势分析二、替代产品的发展对白酒行业产生的影响第二章 中国白酒行业发展现状分析第一节 中国白酒行业特性分析第二节
白酒行业发展现状分析 一、白酒行业的概况 二、白酒行业的主要特征第三节

白酒行业存在的问题第四节 白酒行业结构调整分析 一、行业结构的调整
二、企业结构的调整 三、产品结构的调整第三章
2005-2006年中国白酒行业运行状况分析第一节2005年中国白酒工业运行综合分析一、2005年度白酒工业经济运行情况二、2005年中国白酒行业运行特点分析（一）酒业产销趋向规范（二）产业、产品结构日趋完善（三）行业集中度进一步提高,消费向名优品牌集中（四）地方品牌酒的区域市场竞争更加激烈（五）终端营销态势趋向多元化（六）外资进入中国酒业的步伐加快（七）高端市场仍是竞争重点第二节 2005年中国白酒市场分析一、产销状况二、主要经济指标三、白酒产量的地区分布情况第三节2006年1季度中国白酒市场分析一、产销状况二、主要经济指标三、白酒产量的地区分布情况第四节 2005年中国白酒行业各项经济指标分析一、行业主要经济指标概述二、工业总产值情况三、企业评价指标四、企业盈亏情况五、资产负债情况六、产销存情况七、财务费用情况第四章
2005-2006年中国白酒行业区域市场发展分析第一节 华北地区白酒市场分析第二节 华中地区白酒市场分析第三节 华东地区市场分析第四节 华南地区白酒市场分析第五节 西南地区白酒市场分析第六节 西北地区白酒市场分析第七节 东北白酒市场分析第五章
2005-2006年中国白酒行业营销渠道及营销战略分析第一节白酒营销渠道分析一、白酒行业的营销环境分析二、现存的营销渠道分析三、终端渠道制定策略分析四、酒业终端市场营销管理策略分析第二节
白酒营销战略分析一、中国酒业有效整合营销策略分析二、建立厂商的双赢模式分析第三节
白酒市场推广策略分析 一、产品导入分析二、产品的组合和产品线决策三、白酒城市市场推广策略四、白酒农村推广策略第四节 中国白酒品牌竞争力分析一、白酒行业的战略发展契机二、中国白酒品牌营销过程中存在的六种错误假设三、如何建立强大的白酒品牌四、中国白酒品牌国际化分析第六章 2004-2005年白酒业广告投放及消费者分析第一节 白酒业广告投放分析第二节 白酒业消费者分析一、白酒消费目的主要集中于自用二、品牌消费意识较强三、口感成为消费者评价白酒质量、选择品牌的主导因素四、中档白酒市场看好第七章 WTO与中国白酒业 第一节 加入WTO后白酒企业面临的机遇第二节 加入WTO以后白酒企业面临的挑战第三节白酒企业应该如何面对WTO开拓世界市场第八章
2005-2006年中国白酒业竞争格局分析 第一节 白酒市场竞争现状分析第二节 白酒行业竞争趋势分析一、行业重组成必然,行业霸主呼之欲出二、大型白酒企业集团呈现跨行业发展趋势三、中国白酒走向世界第三节 白酒业“十一五”竞争新局第九章
中国白酒业部分优势企业分析 第一节 五粮液股份有限公司第二节
贵州茅台酒股份有限公司第三节 四川全兴股份有限公司第四节
泸州老窖股份有限公司第五节 安徽古井贡酒股份有限公司第六节
四川剑南春集团有限责任公司第七节 四川沱牌曲酒股份有限公司第八节
山西杏花村汾酒厂股份有限公司第九节 湖南酒鬼酒股份有限公司第十章
2006年白酒业发展趋势分析第一节 白酒业全球消费发展趋势第二节

白酒产量增长变化情况图表：2004-2006年江西省白酒产量增长变化情况图表：2004-2006年辽宁省白酒产量增长变化情况图表：2004-2006年内蒙古白酒产量增长变化情况图表：2004-2006年山东省白酒产量增长变化情况图表：2004-2006年山西省白酒产量增长变化情况图表：2004-2006年陕西省白酒产量增长变化情况图表：2004-2006年四川省白酒产量增长变化情况图表：各酒类替代品占消费者选择总量的比例图表：男性各年龄层、女性各年龄层最常饮用的场合图表：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：不同年龄消费者常喝品牌分布图表：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：饮白酒频率分布图表：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

2005年大型企业白酒制造全国合计图表 2005年中型企业白酒制造全国合计图表 2005年小型企业白酒制造全国合计图表：2002-2005年五粮液出口销售收入和销量图表：2005-2008年五粮液酒销量预测图表：2005-2008年贵州茅台销量、销价预测图表：2005-2008年贵州茅台销售收入结构预测图表：2004-2006年贵州茅台酒股份有限公司经营能力分析表图表：2004-2006年贵州茅台酒股份有限公司发展能力分析表图表：2004-2006年山西杏花村汾酒厂股份有限公司利润构成分析表图表：2004-2006年山西杏花村汾酒厂股份有限公司获利能力分析表图表：2004-2006年山西杏花村汾酒厂股份有限公司经营能力分析表图表：2004-2006年山西杏花村汾酒厂股份有限公司发展能力分析表图表：2004-2006年酒鬼酒股份有限公司利润构成分析表图表：2004-2006年酒鬼酒股份有限公司获利能力分析表图表：2004-2006年酒鬼酒股份有限公司发展能力分析表

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/2878428784.html>