

# 2010-2015年中国白酒市场 运营态势及投资前景预测报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2010-2015年中国白酒市场运营态势及投资前景预测报告》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.abaogao.com/b/baijiu/4410438715.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话： 400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真： 010-60343813

Email： sales@abaogao.com

联系人： 刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

内容简介：

白酒是中国传统蒸馏酒，工艺独特、历史悠久、享誉中外。中国白酒是世界著名的六大蒸馏酒之一（其余五种是白兰地、威士忌、郎姆酒、伏特加和金酒）。白酒是指以富含淀粉质的粮谷如高粱、大米等为原料，以中国酒曲即大曲、小曲或麸曲及酒母等为糖化发酵剂，采用固态（个别酒种为半固态或液态）发酵，经蒸煮、糖化、发酵、蒸馏、陈酿、贮存和勾调而制成的蒸馏酒。如：茅台酒、五粮液、汾酒、西凤酒、洋河大曲等。

2008年我国白酒制造业行业规模不断扩大，发展速度较上年有所加快。2008年1-11月，中国白酒制造行业实现累计工业总产值146,337,958,000元，比上年同期增长了29.82%；实现累计产品销售收入141,190,334,000元，比上年同期增长了29.94%；实现累计利润总额18,643,047,000元，比上年同期增长了36.79%。2008年我国白酒产量保持了较为迅速的增长。

2009年以来，白酒行业作为高端奢侈消费品的代表，在金融危机持续蔓延导致政府消费缩减、企业及个人消费能力下降、消费税从严征收、整治酒后驾车等负面因素的影响下，依然保持了良好的回升势头，尤其是进入2009年下半年行业回升态势更为明确，企业效益进一步提升。2009年1-11月我国白酒制造行业实现累计产品销售收入185,810,111,000元，比上年同期增长了30.46%；实现累计利润总额23,489,029,000元，比上年同期增长了25.73%；截至2009年11月底，全行业规模以上企业数量达到1434家。

未来8-10年中国白酒行业整体将进入一个稳定发展期，中国白酒业出口增长将达到5%至10%，利润将达到20%。预计2011-2015年我国白酒制造行业增长速度基本上比较稳健，2015年产值将达到8,688.4亿元；收入年均增长率约为27.7%，2015年收入将达到8,712.0亿元；利润年均增长率约为34.2%，2015年利润将达到1,550.8亿元。

发布的《2010-2015年中国白酒市场运营态势及投资前景预测报告》共十四章，首先介绍了白酒的定义、分类、特征、生产工艺等，接着分析了中国白酒产业的发展概况和市场运行情况，并对白酒制造行业的工业统计数据进行了详实的分析。然后具体介绍了高端白酒、不同香型白酒、中国白酒产业区域市场的发展。随后，报告对白酒市场做了重点企业经营状况分析、营销分析、企业发展策略分析、替代产品分析、包装分析和政策法规分析。最后对白酒行业的未来前景与发展趋势进行了科学的预测。您若想对白酒市场有个系统的了解或者想投资白酒酿造，本报告是您不可或缺的重要工具。

报告目录：

### 第一章 白酒行业相关介绍

#### 1.1 白酒的概念及历史

- 1.1.1 白酒的定义
- 1.1.2 白酒的起源
- 1.1.3 白酒的地位
- 1.2 白酒的分类及特征
  - 1.2.1 白酒的香型
  - 1.2.2 白酒的几种分类
  - 1.2.3 白酒的特点
- 1.3 白酒的其他知识
  - 1.3.1 白酒的度及其测定方法
  - 1.3.2 白酒的勾兑和调味
  - 1.3.3 白酒的各种成分
  - 1.3.4 白酒的营养物质及有害物质
- 1.4 新工艺白酒
  - 1.4.1 白酒工业正向新方向发展
  - 1.4.2 白酒新工艺的创新与发展
  - 1.4.3 新工艺白酒的探索
  - 1.4.4 固、液勾兑在新工艺白酒中的应用

## 第二章 中国白酒产业的发展

- 2.1 中国白酒行业的发展回顾
  - 2.1.1 2004-2005年白酒行业发展的基本状况
  - 2.1.2 2006年白酒行业的发展状况
  - 2.1.3 中国白酒行业取得的重要变化进展
- 2.2 中国白酒产业结构分析
  - 2.2.1 从白酒产量看行业结构
  - 2.2.2 从白酒销售收入、利税看行业结构
  - 2.2.3 从香型、酒度、酒质看行业结构
  - 2.2.4 从白酒企业数量及企业结构看行业结构
- 2.3 2007年中国白酒行业的发展
  - 2.3.1 2007年白酒行业发展基本状况
  - 2.3.2 2007年白酒行业的发展特点
  - 2.3.3 2007年白酒行业上演并购风潮
  - 2.3.4 2007年中国白酒业热点透析

- 2.4 2008年中国白酒行业的发展
  - 2.4.1 2008年白酒行业经济运行状况
  - 2.4.2 2008年白酒产业品牌建设初显成效
  - 2.4.3 2008年白酒行业热点分析
  - 2.4.4 2008年白酒行业的发展态势
  - 2.4.5 2008年地震对白酒行业的影响
- 2.5 2009-2010年中国白酒行业的发展
  - 2.5.1 2009年白酒行业运行状况分析
  - 2.5.2 2009年消费税大调整引发白酒行业震动
  - 2.5.3 2009年国庆黄金周白酒市场销量下滑
  - 2.5.4 2010年我国白酒市场发展形势分析
- 2.6 2008-2010年9月全国及重点省市白酒产量分析
  - 2.6.1 2008年1-12月全国及主要省份白酒产量分析
  - 2.6.2 2009年1-12月全国及主要省份白酒产量分析
  - 2.6.3 2010年1-9月全国及主要省份白酒产量分析
- 2.7 中国白酒行业的SWOT分析
  - 2.7.1 发展优势
  - 2.7.2 发展劣势
  - 2.7.3 发展机遇
  - 2.7.4 面临的威胁
- 2.8 中国白酒行业的问题
  - 2.8.1 白酒行业的主要问题
  - 2.8.2 白酒行业存在的不足
  - 2.8.3 白酒行业的环保问题
  - 2.8.4 白酒行业应重视的问题
- 2.9 中国白酒行业的发展策略及规划
  - 2.9.1 白酒行业的发展对策
  - 2.9.2 白酒产业结构调整策略
  - 2.9.3 白酒行业不同品牌的发展策略
  - 2.9.4 中国应积极发展低度白酒
  - 2.9.5 中国白酒产业的发展规划

### 第三章 中国白酒市场分析

- 3.1 中国白酒市场的影响因素
  - 3.1.1 宏观经济对白酒市场的影响
  - 3.1.2 国家政策对白酒市场的影响
  - 3.1.3 其他因素对白酒市场的影响
- 3.2 中国白酒市场格局
  - 3.2.1 中高档白酒市场
  - 3.2.2 流通渠道市场
  - 3.2.3 终端白酒市场
  - 3.2.4 促销白酒市场
  - 3.2.5 区域细分市场
- 3.3 中国白酒市场特点浅析
  - 3.3.1 中档酒是新生白酒品牌的最佳立足空间
  - 3.3.2 餐饮终端是白酒企业的竞争焦点
  - 3.3.3 渠道价值仍然不可低估
  - 3.3.4 促销方式以单纯产品促销为主
  - 3.3.5 地域市场品牌及商务用酒占消费主流
- 3.4 中国白酒终端市场的运作解析
  - 3.4.1 产品选择和客户管理
  - 3.4.2 公关和培训
  - 3.4.3 促销和服务客户
  - 3.4.4 激励政策和物流管理
  - 3.4.5 理货管理和回款管理
- 3.5 中国白酒消费市场分析
  - 3.5.1 白酒消费的三大模式
  - 3.5.2 白酒消费的五大特点
  - 3.5.3 白酒消费市场现状分析
  - 3.5.4 未来白酒消费四大趋势
- 3.6 中国白酒市场的同质化现象
  - 3.6.1 浓香型白酒占据较大市场份额
  - 3.6.2 品牌泛滥导致名酒形象淡化
  - 3.6.3 价格体系紊乱及终端不良竞争加剧
  - 3.6.4 白酒外包装雷同及广告宣传浮夸

## 第四章 中国白酒制造业财务状况

### 4.1 中国白酒制造业经济规模

#### 4.1.1 2007-2010年8月白酒制造业销售规模

#### 4.1.2 2007-2010年8月白酒制造业利润规模

#### 4.1.3 2007-2010年8月白酒制造业资产规模

### 4.2 中国白酒制造业盈利能力指标分析

#### 4.2.1 2007-2010年8月白酒制造业亏损面

#### 4.2.2 2007-2010年8月白酒制造业销售毛利率

#### 4.2.3 2007-2010年8月白酒制造业成本费用利润率

#### 4.2.4 2007-2010年8月白酒制造业销售利润率

### 4.3 中国白酒制造业营运能力指标分析

#### 4.3.1 2007-2010年8月白酒制造业应收账款周转率

#### 4.3.2 2007-2010年8月白酒制造业流动资产周转率

#### 4.3.3 2007-2010年8月白酒制造业总资产周转率

### 4.4 中国白酒制造业偿债能力指标分析

#### 4.4.1 2007-2010年8月白酒制造业资产负债率

#### 4.4.2 2009-2010年8月白酒制造业利息保障倍数

### 4.5 中国白酒制造业财务状况综合分析

#### 4.5.1 白酒制造业财务状况综合评价

#### 4.5.2 影响白酒制造业财务状况的经济因素分析

## 第五章 高端白酒的发展

### 5.1 中国高端白酒的发展综述

#### 5.1.1 高端白酒的崛起

#### 5.1.2 高端白酒市场特点分析

#### 5.1.4 高端白酒企业的格局分析

### 5.2 2007-2010年中国高端白酒的发展

#### 5.2.1 2007年高端白酒市场强势地位明显

#### 5.2.2 2008年高端白酒寡头格局基本形成

#### 5.2.3 2008年高端白酒与烈性洋酒博弈正式展开

#### 5.2.4 2008年高端白酒企业集体涨价

#### 5.2.5 2009年高端白酒行业景气度持续上涨

#### 5.2.6 2010年春节后高端白酒价格悄然下滑

## 5.3 高端白酒发展强劲的原因剖析

### 5.3.1 消费升级注入高端白酒持续动力

### 5.3.2 龙头企业具备品牌号召力

### 5.3.3 定价权优势是核心竞争力

### 5.3.4 抗通胀能力最强

## 5.4 高端白酒发展的问题及策略

### 5.4.1 高端白酒存在的主要问题

### 5.4.2 高端白酒发展中应注意的问题

### 5.4.3 高端白酒旺季实现赢利性增长的对策

### 5.4.4 高端白酒品牌的发展策略

## 第六章 中国主要香型白酒的发展

### 6.1 浓香型白酒

#### 6.1.1 浓香型白酒占据白酒行业主导地位

#### 6.1.2 浓香型白酒“淡雅”与“浓郁”流派的差异分析

#### 6.1.3 浓香型白酒正面临挑战

#### 6.1.4 浓香型白酒生产工艺方向的探索

### 6.2 清香型白酒

#### 6.2.1 清香型白酒进入快速发展阶段

#### 6.2.2 清香型白酒面临发展契机

#### 6.2.3 清香型白酒的复兴仍需漫长过程

#### 6.2.4 清香型白酒的复兴战略探索

### 6.3 酱香型白酒

#### 6.3.1 酱香型白酒是传统酿酒的典范

#### 6.3.2 酱香型白酒渐成市场趋势

#### 6.3.3 2009年《酱香型白酒》国家标准通过审定

#### 6.3.4 酱香型白酒市场混乱

## 第七章 主要地区的白酒行业

### 7.1 四川省

#### 7.1.1 2007年四川白酒产业的发展回顾

#### 7.1.2 2008年四川白酒市场发展动态

#### 7.1.3 2009年四川白酒行业再创新高

#### 7.1.4 2010年四川建设中国“白酒金三角”战略迈出重要步伐



- 7.1.5 四川省白酒业的发展优势
- 7.1.6 四川省白酒产业的发展规划
- 7.2 贵州省
  - 7.2.1 2007-2008年贵州白酒产业发展回顾
  - 7.2.2 2009年贵州白酒产业呈现良好态势
  - 7.2.3 2010年贵州着手申请注册“贵州白酒”集体商标
  - 7.2.4 塑造贵州白酒产业的后发优势
  - 7.2.5 贵州白酒企业复兴之路的探索
  - 7.2.6 贵州省白酒产业的发展规划
- 7.3 江苏省
  - 7.3.1 江苏白酒产业的发展现状
  - 7.3.2 江苏白酒产业竞争格局的发展态势
  - 7.3.3 江苏白酒市场的回归现象
  - 7.3.4 2009年江苏白酒行业稳步发展
  - 7.3.5 江苏白酒行业的发展策略
  - 7.3.6 江苏白酒行业值得借鉴的发展经验
- 7.4 安徽省
  - 7.4.1 安徽白酒产业的发展现状
  - 7.4.2 安徽白酒市场消费状况浅析
  - 7.4.3 安徽白酒行业的营销分析
  - 7.4.4 安徽白酒业遭遇发展瓶颈
- 7.5 河南省
  - 7.5.1 河南白酒产业的发展现状
  - 7.5.2 河南省白酒企业的发展策略
  - 7.5.3 河南白酒产业的发展战略
- 7.6 山东省
  - 7.6.1 山东省白酒产业的发展现状
  - 7.6.2 山东白酒市场的分析
  - 7.6.3 山东省白酒行业的发展策略
  - 7.6.4 山东省白酒行业的发展建议
  - 7.6.5 山东省白酒工业调整振兴指导意见（2009-2011年）
- 7.7 陕西省

- 7.7.1 陕西省白酒市场分析
- 7.7.2 陕西省白酒行业面临新“危机”
- 7.7.3 陕西省白酒行业存在的问题
- 7.7.4 陕西省白酒企业的发展策略
- 7.8 东北地区
  - 7.8.1 东北白酒产业的发展现状
  - 7.8.2 东北白酒行业的SWOT分析
  - 7.8.3 东北白酒产业存在的问题
  - 7.8.4 东北白酒产业的发展策略
- 7.9 其它地区
  - 7.9.1 河北省白酒产业的发展分析
  - 7.9.2 云南省白酒产业的发展分析
  - 7.9.3 广西省白酒产业的现状
  - 7.9.4 广州白酒市场的发展特点

## 第八章 重点企业

- 8.1 四川省宜宾五粮液集团有限公司
  - 8.1.1 公司简介
  - 8.1.2 2008年1-12月五粮液经营状况分析
  - 8.1.3 2009年1-12月五粮液经营状况分析
  - 8.1.4 2010年1-9月五粮液经营状况分析
- 8.2 贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司
  - 8.2.1 公司简介
  - 8.2.2 2008年1-12月贵州茅台经营状况分析
  - 8.2.3 2009年1-12月贵州茅台经营状况分析
  - 8.2.4 2010年1-9月贵州茅台经营状况分析
- 8.3 泸州老窖集团有限责任公司
  - 8.3.1 公司简介
  - 8.3.2 2008年1-12月泸州老窖经营状况分析
  - 8.3.3 2009年1-12月泸州老窖经营状况分析
  - 8.3.4 2010年1-9月泸州老窖经营状况分析
- 8.4 山西杏花村汾酒集团有限责任公司
  - 8.4.1 公司简介

- 8.4.2 2008年1-12月山西汾酒经营状况分析
- 8.4.3 2009年1-12月山西汾酒经营状况分析
- 8.4.4 2010年1-9月山西汾酒经营状况分析
- 8.5 酒鬼酒股份有限公司
  - 8.5.1 公司简介
  - 8.5.2 2008年1-12月酒鬼酒经营状况分析
  - 8.5.3 2009年1-12月酒鬼酒经营状况分析
  - 8.5.4 2010年1-9月酒鬼酒经营状况分析
- 8.6 四川沱牌集团有限公司
  - 8.6.1 公司简介
  - 8.6.2 2008年1-12月沱牌曲酒经营状况分析
  - 8.6.3 2009年1-12月沱牌曲酒经营状况分析
  - 8.6.4 2010年1-9月沱牌曲酒经营状况分析
- 8.7 安徽古井集团有限责任公司
  - 8.7.1 公司简介
  - 8.7.2 2008年1-12月古井贡酒经营状况分析
  - 8.7.3 2009年1-12月古井贡酒经营状况分析
  - 8.7.4 2010年1-9月古井贡酒经营状况分析
- 8.8 上市公司财务比较分析
  - 8.8.1 盈利能力分析
  - 8.8.2 成长能力分析
  - 8.8.3 营运能力分析
  - 8.8.4 偿债能力分析
- 第九章 中国白酒行业的营销分析
  - 9.1 中国白酒营销的发展状况
    - 9.1.1 中国白酒营销的发展阶段
    - 9.1.2 中国白酒营销模式分析
    - 9.1.3 中国白酒营销的“产品化运动”分析
    - 9.1.4 中国白酒营销存在的问题
  - 9.2 中国白酒渠道营销途径状况分析
    - 9.2.1 白酒企业的渠道困境
    - 9.2.2 白酒市场渠道商状况

- 9.2.3 白酒渠道商之间的博弈
- 9.2.4 造成白酒渠道困境的根本原因
- 9.3 中国白酒市场的分层化营销分析
  - 9.3.1 分层营销终结盘中盘模式
  - 9.3.2 高档酒营销产地化
  - 9.3.3 低档酒营销大市场化
  - 9.3.4 中档酒区域化布局及产地化加市场化营销
- 9.4 白酒文化营销的探析
  - 9.4.1 酒文化是白酒行业的核心竞争力
  - 9.4.2 白酒文化营销的现存方式
  - 9.4.3 白酒文化营销的不成熟表现
  - 9.4.4 白酒文化营销的误区及对策
- 9.5 中国白酒行业营销策略
  - 9.5.1 白酒行业营销误区的对策
  - 9.5.2 白酒营销的创新策略
  - 9.5.3 白酒行业淡季营销策略分析
  - 9.5.4 白酒营销的盈利模式探索
- 9.6 区域强势白酒品牌的营销战略
  - 9.6.1 以根据地市场为圆心勾画新的市场版图
  - 9.6.2 打造声誉产品提升企业的整体产品声誉
  - 9.6.3 强化营销的组织功能建设
  - 9.6.4 突破传统的厂商合作模式
  - 9.6.5 营销管理的两大转变
- 9.7 中低端白酒农村市场营销的攻略
  - 9.7.1 战略抉择以市场份额为导向
  - 9.7.2 产品细分有所为有所不为
  - 9.7.3 市场细分形成区域为王
  - 9.7.4 以声誉产品塑造品牌声誉
  - 9.7.5 建设适合农村市场营销的模式
- 第十章 中国白酒企业的发展策略分析
  - 10.1 白酒企业的利润点
    - 10.1.1 高端市场的利润点

- 10.1.2 终端渠道的利润点
- 10.1.3 酒文化的利润点
- 10.1.4 品牌是实在的利润点
- 10.2 白酒企业发展的差异化策略
  - 10.2.1 产品差异化
  - 10.2.2 形象差异化
  - 10.2.3 市场差异化
  - 10.2.4 服务差异化
- 10.3 白酒企业的招商策略
  - 10.3.1 品牌规划策略
  - 10.3.2 市场规划策略
  - 10.3.3 招商启动策略
  - 10.3.4 白酒企业招商应注意的问题
- 10.4 中国两大白酒企业集团品牌战略的比较与分析
  - 10.4.1 五粮液、茅台品牌战略的比较
  - 10.4.2 五粮液、茅台品牌战略成果的评价
  - 10.4.3 五粮液、茅台品牌战略的风险分析
  - 10.4.4 遏制风险的对策建议
- 10.5 二线白酒企业突围的关键要素
  - 10.5.1 战略企图
  - 10.5.2 声誉产品
  - 10.5.3 市场板块
  - 10.5.4 团队整合
  - 10.5.5 资源匹配度
- 10.6 中小白酒企业的发展策略
  - 10.6.1 中小白酒企业的发展力模型
  - 10.6.2 中小型白酒企业新品上市的策略
  - 10.6.3 中小型白酒企业的市场推广策略
  - 10.6.4 中小型白酒企业发展的聚焦化战略
- 第十一章 白酒替代产品分析
  - 11.1 啤酒
    - 11.1.1 中国啤酒品牌市场探究

- 11.1.2 中国啤酒业的发展特点
- 11.1.3 经济危机对我国啤酒行业影响不大
- 11.1.4 2009年全国及主要省份啤酒产量分析
- 11.1.5 透视啤酒市场竞争行为的演化方向
- 11.1.6 未来中国啤酒行业发展趋势预测
- 11.2 葡萄酒
  - 11.2.1 中国葡萄酒行业发展特点
  - 11.2.2 葡萄酒行业发展空间巨大
  - 11.2.3 2009年全国及主要省份葡萄酒产量分析
  - 11.2.4 2011年我国葡萄酒消费量预测
  - 11.2.5 中国葡萄酒产业的发展趋势分析
- 11.3 黄酒
  - 11.3.1 黄酒扩张颠覆酒业市场格局
  - 11.3.2 中国黄酒业发展概况
  - 11.3.3 2008年全国黄酒产量分析
  - 11.3.4 2009年中国黄酒行业发展整体向上
  - 11.3.5 中国黄酒市场的发展对策分析
  - 11.3.6 黄酒业复兴“文化牌”很重要

## 第十二章 白酒包装现状与发展

- 12.1 中国白酒包装现状
  - 12.1.1 简述白酒包装发展历程
  - 12.1.2 浅谈国内白酒的包装设计现状
  - 12.1.3 白酒酒盒包装存在的弊端
  - 12.1.4 浅析激光全息材料在白酒纸包装上的应用
  - 12.1.5 白酒的软包装印刷剖析
- 12.2 白酒包装建议
  - 12.2.1 白酒包装需下大功夫
  - 12.2.2 白酒包装应打响品牌
  - 12.2.3 白酒包装需要推陈出新
  - 12.2.4 白酒包装应该以实用为风向标
  - 12.2.5 解析超高端白酒的包装法则
- 12.3 白酒包装趋势分析

- 12.3.1 追求高档化
- 12.3.2 崇尚个性化
- 12.3.3 包装材料的变化
- 12.3.4 包装色调上的变化
- 12.3.5 容量上的变化

### 第十三章 中国白酒行业的政策法规分析

- 13.1 中国白酒行业政策环境总述
  - 13.1.1 中国白酒产业的政策导向
  - 13.1.2 中国白酒产业政策概述
  - 13.1.3 中国《白酒法》的制定刻不容缓
- 13.2 白酒行业税收政策分析
  - 13.2.1 白酒行业税收政策的变化
  - 13.2.2 2006年白酒行业消费税调整的影响分析
  - 13.2.3 2008年新所得税法对白酒行业的影响
  - 13.2.4 2009年白酒税收调整促使行业发展规范化
- 13.3 2008年白酒产业政策法规动向
  - 13.3.1 2008年白酒生产许可证有新规定
  - 13.3.2 2008年白酒制造业清洁生产标准实施
  - 13.3.3 2008年25种白酒国家标准样品通过鉴定
  - 13.3.4 2008年董酒“董香型”标准通过审定
- 13.4 2009年白酒消费税调整方案解读
  - 13.4.1 白酒消费税调整方案出台背景
  - 13.4.2 政策的主要内容
  - 13.4.3 政策的主要影响解析
  - 13.4.4 政策出台对一线品牌的影响
- 13.5 其他白酒政策文件解读
  - 13.5.1 《食品质量认证实施规则——酒类》解析
  - 13.5.2 2006年浓香型白酒新标准解析
  - 13.5.3 2007年白酒分析方法解析

### 第十四章 白酒行业的发展前景及趋势

- 14.1 中国白酒行业的前景分析
  - 14.1.1 中国白酒业将进入稳定发展期

- 14.1.2 全国和地方性品牌共生的局面长期存在
- 14.1.3 白酒产业结构会进一步整合及优化
- 14.1.4 2010-2015年中国白酒制造行业预测分析
- 14.2 未来中国白酒行业发展的趋势
  - 14.2.1 白酒行业的总体发展趋势分析
  - 14.2.2 中国白酒业未来或将分化为四种资本重组模式
  - 14.2.3 行业龙头领先优势将进一步加剧
  - 14.2.4 高度白酒仍将是市场主流
  - 14.2.5 高端白酒向更高端挺进

## 附录

附录一：白酒消费税最低计税价格核定管理办法（试行）（2009）

附录二：白酒检验规则和标志、包装、运输、贮存

附录三：白酒产品质量监督抽查实施规范

附录四：白酒生产许可证审查细则

附录五：全国白酒行业纯粮固态发酵白酒行业规范

附录六：纯粮固态发酵白酒审定规则

附录七：清洁生产标准 白酒制造业

附录八：蒸馏酒及配制酒卫生标准

附录九：食品质量认证实施规则&mdash;&mdash;酒类

附录十：酒类流通管理办法

附录十一：酒类商品零售经营管理规范

附录十二：酒类商品批发经营管理规范

## 图表目录：

图表 各香型白酒不同的风格特征

图表 白酒行业利税总额前10位企业

图表 1992-2006年我国白酒产量走势

图表 2006年主要白酒企业财务指标

图表 2006年主要白酒公司广告费支出及其占收入的比重

图表 2006年高档白酒销量、收入、净利润情况

图表 1949-1991年中国白酒行业产量变化

图表 1992-2007年中国白酒行业产量变化

图表 1999-2006我国白酒行业相关统计数据



图表 1999-2007年我国白酒企业情况

图表 2001-2006年我国白酒企业结构情况

图表 2007年全国各区域白酒产量情况

图表 2007年白酒行业分企业产量前20名统计（折65度，商品量）

图表 1992-2007年我国白酒销量变化情况

图表 2007年我国白酒制造业累计工业总产值合计

图表 2003-2008年我国白酒收入、利润总额增长率及毛利率走势情况

图表 1996-2007年A股白酒类上市公司的平均利润

图表 2005-2007年中国酒饮料利润对比

图表 2007年A股白酒行业公司销售额和净利润

图表 2007年A股白酒类上市公司表现

图表 2001-2007年白酒产量与销售价格变化趋势

图表 2007年主要产区白酒销售价格排名

图表 白酒类上市公司与剑南春直接受损情况

图表 2006年四川酒在全国白酒业的份额

图表 2005年德阳、绵阳和绵竹在四川和全国白酒业的份额

图表 2007年4月至2008年5月白酒板块指数相对沪深300走势

图表 2008年1-12月全国白酒产量数据

图表 2008年1-12月四川省白酒产量数据

图表 2008年1-12月山东省白酒产量数据

图表 2008年1-12月河南省白酒产量数据

图表 2008年1-12月辽宁省白酒产量数据

图表 2008年1-12月湖北省白酒产量数据

图表 2008年1-12月江苏省白酒产量数据

图表 2008年1-12月安徽省白酒产量数据

图表 2009年1-12月全国白酒（折65度，商品量）产量数据

图表 2009年1-12月四川省白酒（折65度，商品量）产量数据

图表 2009年1-12月山东省白酒（折65度，商品量）产量数据

图表 2009年1-12月河南省白酒（折65度，商品量）产量数据

图表 2009年1-12月辽宁省白酒（折65度，商品量）产量数据

图表 2009年1-12月湖北省白酒（折65度，商品量）产量数据

图表 2009年1-12月吉林省白酒（折65度，商品量）产量数据

图表 2009年1-12月内蒙古自治区白酒（折65度，商品量）产量数据

图表 2010年1-9月全国白酒（折65度，商品量）产量数据

图表 2010年1-9月四川省白酒（折65度，商品量）产量数据

图表 2010年1-9月山东省白酒（折65度，商品量）产量数据

图表 2010年1-9月河南省白酒（折65度，商品量）产量数据

图表 2010年1-9月辽宁省白酒（折65度，商品量）产量数据

图表 2010年1-9月湖北省白酒（折65度，商品量）产量数据

图表 2010年1-9月吉林省白酒（折65度，商品量）产量数据

图表 中国白酒品牌波士顿矩阵示意图

图表 2007年我国饮料酒的市场份额

图表 2000-2007年A股白酒类上市公司的主营业务收入与利润增长变化对比

图表 2007-2010年8月中国白酒制造业销售收入

图表 2007-2009年中国白酒制造业销售收入增长趋势图

图表 2009-2010年8月中国白酒制造业不同规模企业销售额

图表 2010年1-8月中国白酒制造业不同规模企业销售额对比图

图表 2009年1-11月中国白酒制造业不同规模企业销售额对比图

图表 2009-2010年8月中国白酒制造业不同所有制企业销售额

图表 2010年1-8月中国白酒制造业不同所有制企业销售额对比图

图表 2009年1-11月中国白酒制造业不同所有制企业销售额对比图

图表 2007-2010年8月中国白酒制造业利润总额

图表 2007-2009年中国白酒制造业利润总额增长趋势图

图表 2009-2010年8月中国白酒制造业不同规模企业利润总额

图表 2010年1-8月中国白酒制造业不同规模企业利润总额对比图

图表 2009年1-11月中国白酒制造业不同规模企业利润总额对比图

图表 2009-2010年8月中国白酒制造业不同所有制企业利润总额

图表 2007-2010年8月中国白酒制造业总资产

图表 2007-2009年中国白酒制造业总资产增长趋势图

图表 2009-2010年8月中国白酒制造业不同规模企业总资产

图表 2010年8月底中国白酒制造业不同规模企业总资产对比图

图表 2009-2010年8月中国白酒制造业不同所有制企业总资产

图表 2010年8月底中国白酒制造业不同所有制企业总资产对比图

图表 2007-2010年8月中国白酒制造业亏损面

图表 2007-2010年8月中国白酒制造业亏损企业亏损总额

图表 2007-2010年8月中国白酒制造业销售毛利率趋势图

图表 2007-2010年8月中国白酒制造业成本费用率

图表 2007-2010年8月中国白酒制造业成本费用利润率趋势图

图表 2007-2010年8月中国白酒制造业销售利润率趋势图

图表 2007-2010年8月中国白酒制造业应收账款周转次数

图表 2007-2010年8月中国白酒制造业流动资产周转次数

图表 2007-2010年8月中国白酒制造业总资产周转次数

图表 2007-2010年8月中国白酒制造业资产负债率

图表 2009-2010年8月中国白酒制造业利息保障倍数

图表 高端白酒产品的独特

图表 我国白酒行业发展模式的改变

图表 2006年我国白酒价格空间的市场需求分析

图表 2002-2007年四家名酒企业高档白酒销售收入变化

图表 2005-2007年A股前四名（茅台、五粮液、泸州老窖和汾酒）与白酒行业利润

图表 2007年中国高端白酒市场份额（以销售额计算）

图表 高档白酒主要消费渠道

图表 2007年3月白酒行业内的品牌活跃度表现

图表 2003-2007年贵州茅台、五粮液、泸州老窖的毛利率水平

图表 2007年4月-2008年4月重点高端品牌高度酒北京市场零售价变化

图表 2005-2007年四川省白酒产业的经济指标

图表 2007年四川省白酒行业“销售20强”企业

图表 2007年四川省白酒行业“十佳成长型”企业

图表 2008年1-12月五粮液主要财务数据

图表 2008年1-12月五粮液主要会计数据

图表 2006年-2008年五粮液主要财务指标

图表 2008年1-12月五粮液主营业务分行业情况

图表 2008年1-12月五粮液主营业务分产品情况

图表 2008年1-12月五粮液主营业务分地区情况

图表 2009年1-12月五粮液主要财务数据

图表 2009年1-12月五粮液主要会计数据

图表 2007年-2009年五粮液主要财务指标

图表 2009年1-12月五粮液主营业务分行业情况

图表 2009年1-12月五粮液主营业务分产品情况

图表 2009年1-12月五粮液主营业务分地区情况

图表 2010年1-9月五粮液主要会计数据及财务指标

图表 2010年1-9月五粮液非经常性损益项目及金额

图表 2008年1-12月贵州茅台主要财务数据

图表 2008年1-12月贵州茅台非经常性损益项目及金额

图表 2006年-2008年贵州茅台主要会计数据和主要财务指标

图表 2008年1-12月贵州茅台主营业务分行业、产品情况

图表 2008年1-12月贵州茅台主营业务分地区情况

图表 2009年1-12月贵州茅台主要财务数据

图表 2009年1-12月贵州茅台非经常性损益项目及金额

图表 2007年-2009年贵州茅台主要会计数据和主要财务指标

图表 2009年1-12月贵州茅台主营业务分行业、产品情况

图表 2009年1-12月贵州茅台主营业务分地区情况

图表 2010年1-9月贵州茅台主要会计数据及财务指标

图表 2010年1-9月贵州茅台非经常性损益项目及金额

图表 2008年1-12月泸州老窖主要财务数据

图表 2008年1-12月泸州老窖非经常性损益项目及金额

图表 2006年-2008年泸州老窖主要会计数据

图表 2006年-2008年泸州老窖主要财务指标

图表 2008年1-12月泸州老窖主营业务分行业、产品情况

图表 2008年1-12月泸州老窖主营业务分地区情况

图表 2009年1-12月泸州老窖主要财务数据

图表 2009年1-12月泸州老窖非经常性损益项目及金额

图表 2007年-2009年泸州老窖主要会计数据

图表 2007年-2009年泸州老窖主要财务指标

图表 2009年1-12月泸州老窖主营业务分行业、产品情况

图表 2009年1-12月泸州老窖主营业务分地区情况

图表 2010年1-9月泸州老窖主要会计数据及财务指标

图表 2010年1-9月泸州老窖非经常性损益项目及金额

图表 2008年1-12月山西汾酒主要财务数据

图表 2008年1-12月山西汾酒非经常性损益项目及金额

图表 2006年-2008年山西汾酒主要会计数据和主要财务指标

图表 2008年1-12月山西汾酒主营业务分行业、产品情况

图表 2008年1-12月山西汾酒主营业务分地区情况

图表 2009年1-12月山西汾酒主要财务数据

图表 2009年1-12月山西汾酒非经常性损益项目及金额

图表 2007年-2009年山西汾酒主要会计数据和主要财务指标

图表 2009年1-12月山西汾酒财务状况

图表 2009年1-12月山西汾酒主营业务分行业、产品情况

图表 2009年1-12月山西汾酒主营业务分地区情况

图表 2010年1-9月山西汾酒主要会计数据及财务指标

图表 2010年1-9月山西汾酒非经常性损益项目及金额

图表 2008年1-12月酒鬼酒主要财务数据

图表 2008年1-12月酒鬼酒非经常性损益项目及金额

图表 2006年-2008年酒鬼酒主要会计数据

图表 2006年-2008年酒鬼酒主要财务指标

图表 2008年1-12月酒鬼酒主营业务分行业、产品情况

图表 2008年1-12月酒鬼酒主营业务分地区情况

图表 2009年1-12月酒鬼酒非经常性损益项目及金额

图表 2007年-2009年酒鬼酒主要会计数据

图表 2007年-2009年酒鬼酒主要财务指标

图表 2009年1-12月酒鬼酒净资产收益率及每股收益

图表 2009年1-12月酒鬼酒主营业务分行业、产品情况

图表 2009年1-12月酒鬼酒主营业务分地区情况

图表 2010年1-9月酒鬼酒主要会计数据及财务指标

图表 2010年1-9月酒鬼酒非经常性损益项目及金额

图表 2008年1-12月沱牌曲酒主要财务数据

图表 2008年1-12月沱牌曲酒非经常性损益项目及金额

图表 2006年-2008年沱牌曲酒主要会计数据和主要财务指标

图表 2008年1-12月沱牌曲酒主营业务分行业、产品情况

图表 2008年1-12月沱牌曲酒主营业务分地区情况

图表 2009年1-12月沱牌曲酒主要财务数据

图表 2009年1-12月沱牌曲酒非经常性损益项目及金额

图表 2007年-2009年沱牌曲酒主要会计数据和主要财务指标

图表 2009年1-12月沱牌曲酒主营业务分行业、产品情况

图表 2009年1-12月沱牌曲酒主营业务分地区情况

图表 2010年1-9月沱牌曲酒主要会计数据及财务指标

图表 2010年1-9月沱牌曲酒非经常性损益项目及金额

图表 2006-2008年古井贡酒主要会计数据

图表 2006年-2008年古井贡酒主要财务指标

图表 2008年古井贡酒非经常性损益项目及金额

图表 2008年1-12月古井贡酒主营业务分行业、产品情况

图表 2008年1-12月古井贡酒主营业务分地区情况

图表 2009年1-12月古井贡酒主要财务数据

图表 2009年1-12月古井贡酒非经常性损益项目及金额

图表 2007年-2009年古井贡酒主要会计数据

图表 2007年-2009年古井贡酒主要财务指标

图表 2009年1-12月古井贡酒主营业务分行业、产品情况

图表 2009年1-12月古井贡酒主营业务分地区情况

图表 2010年1-9月古井贡酒主要会计数据及财务指标

图表 2010年1-9月古井贡酒非经常性损益项目及金额

图表 我国白酒企业渠道困境的表现

图表 中国白酒市场渠道商状况

图表 2004-2006年五粮液与茅台主营业务收入对比

图表 2007年我国啤酒企业的控股情况

图表 2009年1-12月全国啤酒产量数据

图表 2009年1-12月山东省啤酒产量数据

图表 2009年1-12月广东省啤酒产量数据

图表 2009年1-12月湖北省啤酒产量数据

图表 2009年1-12月浙江省啤酒产量数据

图表 2009年1-12月辽宁省啤酒产量数据

图表 2009年1-12月江苏省啤酒产量数据

图表 2009年1-12月全国葡萄酒产量数据

图表 2009年1-12月山东省葡萄酒产量数据

- 图表 2009年1-12月吉林省葡萄酒产量数据
- 图表 2009年1-12月河北省葡萄酒产量数据
- 图表 2009年1-12月河南省葡萄酒产量数据
- 图表 2009年1-12月天津市葡萄酒产量数据
- 图表 2009年1-12月辽宁省葡萄酒产量数据
- 图表 2009年1-12月甘肃省葡萄酒产量数据
- 图表 2008年1-12月全国黄酒产量数据
- 图表 1994-2008年我国白酒行业重大税制变化
- 图表 白酒消费税方案的调整
- 图表 政策的主要内容
- 图表 白酒消费税实施可能存在的风险
- 图表 我国白酒部分品牌的高端产品
- 图表 2003-2007年我国白酒平均吨价
- 图表 2007年1-11月我国白酒行业费用和负债比较
- 图表 2010-2015年中国白酒制造行业工业总产值预测
- 图表 2010-2015年中国白酒制造行业产品销售收入预测
- 图表 2010-2015年中国白酒制造行业累计利润总额预测
- 图表 2010-2015年中国白酒制造行业白酒产量预测
- 图表 白酒行业龙头优势及特点
- 图表 2001-2007年高/低度茅台酒销售额
- 图表 2008年6月成都市茅台、五粮液年份酒市场零售价

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/baijiu/4410438715.html>