

# 2017-2022年中国白酒市场 前景研究与市场需求预测报告

## 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

《2017-2022年中国白酒市场前景研究与市场需求预测报告》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/Y16189KAJE.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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

2015年，白酒行业销售收入达到6032亿元，同比增长5.70%；利润总额达到727亿元，同比增长4.05%。白酒行业销售收入和利润总额的回升，主要动力源自于大众消费者购买力不断增强和消费水平持续升级，改变了白酒行业政商消费主导的局面。

近年来，随着我国城乡居民收入的增加，居民消费更注重食品的安全和品质，对于白酒的消费回归理性。农村白酒消费由低档向中低档过渡，城镇白酒则由中低档向中高端过渡。白酒行业消费结构的改进和消费需求进一步的释放，将给白酒行业的生产和销售拓展新的空间。

2011-2016年白酒行业销售收入及增长趋势数据来源：公开资料整理

2011-2016年白酒行业利润总额及增长趋势数据来源：公开资料整理

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国白酒市场前景研究与市场需求预测报告》共十六章。首先介绍了白酒行业市场发展环境、白酒整体运行态势等，接着分析了白酒行业市场运行的现状，然后介绍了白酒市场竞争格局。随后，报告对白酒做了重点企业经营状况分析，最后分析了白酒行业发展趋势与投资预测。您若想对白酒产业有个系统的了解或者想投资白酒行业，本报告是您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 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 2014-2016年中国白酒产业发展总体分析

- 2.1 中国白酒行业发展综述
  - 2.1.1 中国白酒行业的发展阶段
  - 2.1.2 我国白酒行业地域分布特征
  - 2.1.3 我国白酒行业的竞争格局
  - 2.1.4 我国白酒行业并购潮来袭
- 2.2 2014年中国白酒行业的发展
  - 2.2.1 白酒行业发展状况
  - 2.2.2 白酒行业热点回顾
  - 2.2.3 业外资本涌入白酒行业
- 2.3 2015年中国白酒行业的发展
  - 2.3.1 白酒行业运行状况
  - 2.3.2 白酒行业影响因素
  - 2.3.3 白酒行业经营状况
  - 2.3.4 白酒行业热点分析
- 2.4 2016年中国白酒行业的发展
  - 2.4.1 白酒行业呈现回暖迹象
  - 2.4.2 白酒行业主要发展特点
  - 2.4.3 白酒业与互联网融合发展
  - 2.4.4 白酒收藏热度持续升温
  - 2.4.5 白酒酿造领域创新项目获批

## 2.5 2014-2016年中国白酒产量数据分析

### 2.5.1 2014-2016年全国白酒产量趋势

### 2.5.2 2014年全国白酒产量情况

### 2.5.3 2015年全国白酒产量情况

### 2.5.4 2015年白酒产量分布情况

## 2.6 中国白酒行业存在的问题分析

### 2.6.1 白酒行业的主要问题

### 2.6.2 制约白酒行业发展的瓶颈

### 2.6.3 中国白酒行业集中度较低

## 2.7 促进中国白酒行业发展的措施建议

### 2.7.1 白酒行业的发展对策

### 2.7.2 实现白酒业有序发展的策略

### 2.7.3 国内白酒企业发展壮大的途径

### 2.7.4 白酒行业不同品牌的发展策略

### 2.7.5 中国应积极发展低度白酒

## 第三章 2014-2016年中国白酒市场分析

### 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 2014-2016年中国白酒市场格局

#### 3.2.1 流通渠道市场

#### 3.2.2 终端白酒市场

#### 3.2.3 促销白酒市场

#### 3.2.4 区域细分市场

### 3.3 2014-2016年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 2014-2016年中国白酒消费市场分析
  - 3.4.1 白酒消费的三大模式
  - 3.4.2 白酒消费的特点
  - 3.4.3 白酒市场进入个性消费时代
  - 3.4.4 白酒市场消费者调查分析
  - 3.4.5 未来白酒消费的趋势
- 3.5 中国白酒消费价值取向分析
  - 3.5.1 消费价值概述
  - 3.5.2 研究白酒消费价值的意义
  - 3.5.3 白酒消费者的消费价值取向
  - 3.5.4 中国潜在白酒消费者的消费价值取向
- 3.6 中国白酒终端市场的运作解析
  - 3.6.1 产品选择和客户管理
  - 3.6.2 公关和培训
  - 3.6.3 促销和服务客户
  - 3.6.4 激励政策和物流管理
  - 3.6.5 理货管理和回款管理
- 3.7 中国白酒市场的同质化现象分析
  - 3.7.1 浓香型白酒占据较大市场份额
  - 3.7.2 品牌泛滥导致名酒形象淡化
  - 3.7.3 价格体系紊乱及终端不良竞争加剧
  - 3.7.4 白酒外包装雷同及广告宣传浮夸

#### 第四章 2011-2015年中国白酒制造行业财务状况分析

- 4.1 中国白酒制造行业经济规模
  - 4.1.1 2011-2015年白酒制造业销售规模
  - 4.1.2 2011-2015年白酒制造业利润规模
  - 4.1.3 2011-2015年白酒制造业资产规模
- 4.2 中国白酒制造行业盈利能力指标分析
  - 4.2.1 2011-2015年白酒制造业亏损面
  - 4.2.2 2011-2015年白酒制造业销售毛利率
  - 4.2.3 2011-2015年白酒制造业成本费用利润率

- 4.2.4 2011-2015年白酒制造业销售利润率
- 4.3 中国白酒制造行业营运能力指标分析
  - 4.3.1 2011-2015年白酒制造业应收账款周转率
  - 4.3.2 2011-2015年白酒制造业流动资产周转率
  - 4.3.3 2011-2015年白酒制造业总资产周转率
- 4.4 中国白酒制造行业偿债能力指标分析
  - 4.4.1 2011-2015年白酒制造业资产负债率
  - 4.4.2 2011-2015年白酒制造业利息保障倍数
- 4.5 中国白酒制造行业财务状况综合评价
  - 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 2014-2016年中国白酒进出口数据分析

- 5.1 中国白酒进出口总量数据分析
  - 5.1.1 2014-2016年中国白酒进口分析
  - 5.1.2 2014-2016年中国白酒出口分析
  - 5.1.3 2014-2016年中国白酒贸易现状分析
  - 5.1.4 2014-2016年中国白酒贸易顺逆差分析
- 5.2 2014-2016年主要贸易国白酒进出口情况分析
  - 5.2.1 2014-2016年主要贸易国白酒进口市场分析
  - 5.2.2 2014-2016年主要贸易国白酒出口市场分析
- 5.3 2014-2016年主要省市白酒进出口情况分析
  - 5.3.1 2014-2016年主要省市白酒进口市场分析
  - 5.3.2 2014-2016年主要省市白酒出口市场分析

## 第六章 2014-2016年高端白酒市场的发展

- 6.1 2014-2016年中国高端白酒的发展
  - 6.1.1 高端白酒的崛起
  - 6.1.2 高档白酒发展态势回顾
  - 6.1.3 高端白酒品牌开拓国际市场
  - 6.1.4 高端白酒市场呈现复苏迹象
  - 6.1.5 高端白酒市场迎来触底反弹

## 6.2 高端白酒发展强劲的原因剖析

### 6.2.1 消费升级注入高端白酒持续动力

### 6.2.2 龙头企业具备品牌号召力

### 6.2.3 定价权优势是核心竞争力

### 6.2.4 抗通胀能力最强

## 6.3 高端白酒发展的问题及策略

### 6.3.1 高端白酒存在的主要问题

### 6.3.2 高端白酒发展中应注意的问题

### 6.3.3 高端白酒旺季实现赢利性增长的对策

### 6.3.4 高端白酒品牌的发展策略

### 6.3.5 新形势下我国高端白酒的发展思路

## 第七章 2014-2016年中国主要香型白酒的发展

### 7.1 浓香型白酒

#### 7.1.1 浓香型白酒占据白酒行业主导地位

#### 7.1.2 浓香型白酒“淡雅”与“浓郁”流派的差异分析

#### 7.1.3 浓香型白酒正面临挑战

#### 7.1.4 浓香型白酒知名品牌创建示范区通过验收

#### 7.1.5 “国家浓香型白酒标准样品”落户林河

#### 7.1.6 浓香型白酒生产工艺方向的探索

### 7.2 清香型白酒

#### 7.2.1 清香型白酒的复兴发展

#### 7.2.2 2015年云南小曲清香型白酒地标通过审定

#### 7.2.3 清香型白酒未来发展优势将更明显

#### 7.2.4 清香型白酒的复兴战略探索

### 7.3 酱香型白酒

#### 7.3.1 酱香型白酒是传统酿酒的典范

#### 7.3.2 酱香型白酒渐成市场趋势

#### 7.3.3 酱香型白酒成为健康消费的选择

#### 7.3.4 2014年《贵州酱香型白酒技术标准体系》实施

## 第八章 2014-2016年中国白酒行业区域发展分析



## 8.1 四川省

### 8.1.1 四川省白酒业的发展优势

### 8.1.2 2014年四川白酒业发展回顾

### 8.1.3 2015年四川白酒业运行情况

### 8.1.4 2015年四川白酒业新政出台

### 8.1.5 四川白酒网络营销分析

## 8.2 贵州省

### 8.2.1 2014年贵州白酒业发展回顾

### 8.2.2 2015年贵州白酒业发展动态

### 8.2.3 2015年贵州加强白酒加工小作坊监管

### 8.2.4 贵州重视白酒产业科技创新

## 8.3 江苏省

### 8.3.1 江苏白酒产业的崛起

### 8.3.2 2014年江苏白酒业运行回顾

### 8.3.3 2015年江苏白酒业发展概况

### 8.3.4 江苏白酒业面临内外挑战

### 8.3.5 江苏白酒业发展的策略建议

## 8.4 安徽省

### 8.4.1 安徽白酒产业的发展概述

### 8.4.2 2014年安徽白酒业发展概况

### 8.4.3 安徽白酒业本土企业发展概况

### 8.4.4 安徽白酒企业改制模式浅析

### 8.4.5 安徽白酒市场消费状况浅析

## 8.5 河南省

### 8.5.1 河南白酒产业的发展特点

### 8.5.2 河南试水白酒产品证券化

### 8.5.3 2014年河南白酒业发展现状

### 8.5.4 河南白酒企业开启混改模式

### 8.5.5 河南白酒产业的发展战略

### 8.5.6 河南白酒产业发展机会分析

## 8.6 山东省

### 8.6.1 2014年山东白酒业运行现状

- 8.6.2 山东白酒产业的发展优势
- 8.6.3 山东白酒产业的发展特点
- 8.6.4 山东白酒市场消费分析
- 8.6.5 山东白酒产业面临的挑战
- 8.6.6 山东白酒产业的发展对策
- 8.7 陕西省
  - 8.7.1 陕西省白酒行业发展概述
  - 8.7.2 陕西白酒业经济运行概况
  - 8.7.3 陕西白酒企业积极应对市场风险
  - 8.7.4 2015年陕西白酒名企发力电商
  - 8.7.5 陕西省白酒行业存在的问题
- 8.8 东北地区
  - 8.8.1 东北白酒产业发展综述
  - 8.8.2 东北白酒行业的SWOT分析
  - 8.8.3 东北白酒业的发展态势分析
  - 8.8.4 东北白酒产业存在的问题
  - 8.8.5 东北白酒产业的发展策略
- 8.9 其它地区
  - 8.9.1 河北省白酒产业的发展分析
  - 8.9.2 广东省白酒行业发展概况
  - 8.9.3 湖北省白酒产业发展计划
  - 8.9.4 江西省白酒产业发展分析
  - 8.9.5 云南省白酒产业的发展分析
  - 8.9.6 广西省白酒产业的现状

## 第九章 2014-2016年中国白酒行业重点企业经营状况

- 9.1 宜宾五粮液股份有限公司
  - 9.1.1 企业发展概况
  - 9.1.2 经营效益分析
  - 9.1.3 业务经营分析
  - 9.1.4 财务状况分析
  - 9.1.5 未来前景展望

## 9.2 贵州茅台酒股份有限公司

### 9.2.1 企业发展概况

### 9.2.2 经营效益分析

### 9.2.3 业务经营分析

### 9.2.4 财务状况分析

### 9.2.5 未来前景展望

## 9.3 泸州老窖股份有限公司

### 9.3.1 企业发展概况

### 9.3.2 经营效益分析

### 9.3.3 业务经营分析

### 9.3.4 财务状况分析

### 9.3.5 未来前景展望

## 9.4 山西杏花村汾酒厂股份有限公司

### 9.4.1 企业发展概况

### 9.4.2 经营效益分析

### 9.4.3 业务经营分析

### 9.4.4 财务状况分析

### 9.4.5 未来前景展望

## 9.5 酒鬼酒股份有限公司

### 9.5.1 企业发展概况

### 9.5.2 经营效益分析

### 9.5.3 业务经营分析

### 9.5.4 财务状况分析

### 9.5.5 未来前景展望

## 9.6 四川沱牌舍得酒业股份有限公司

### 9.6.1 企业发展概况

### 9.6.2 经营效益分析

### 9.6.3 业务经营分析

### 9.6.4 财务状况分析

### 9.6.5 未来前景展望

## 9.7 四川水井坊股份有限公司

### 9.7.1 企业发展概况

- 9.7.2 经营效益分析
- 9.7.3 业务经营分析
- 9.7.4 财务状况分析
- 9.7.5 未来前景展望
- 9.8 上市公司财务比较分析
  - 9.8.1 盈利能力分析
  - 9.8.2 成长能力分析
  - 9.8.3 营运能力分析
  - 9.8.4 偿债能力分析

## 第十章 2014-2016年中国白酒行业的营销分析

- 10.1 2014-2016年中国白酒营销的发展状况
  - 10.1.1 中国白酒营销的发展阶段
  - 10.1.2 中国白酒营销模式分析
  - 10.1.3 白酒行业电商渠道营销升温
  - 10.1.4 白酒新型营销模式快速发展
  - 10.1.5 个性化定制成白酒业营销战略
  - 10.1.6 中国白酒营销亟待解决的问题
- 10.2 中国白酒渠道营销途径状况分析
  - 10.2.1 白酒企业的渠道困境
  - 10.2.2 白酒市场渠道商状况
  - 10.2.3 白酒渠道商之间的博弈
  - 10.2.4 白酒渠道困境的根本原因
  - 10.2.5 白酒传统渠道区域合纵对策
- 10.3 中国白酒市场的分层化营销分析
  - 10.3.1 分层营销终结盘中盘模式
  - 10.3.2 高档酒营销产地化
  - 10.3.3 低档酒营销大市场化
  - 10.3.4 中档酒区域化布局及产地化加市场化营销
- 10.4 白酒文化营销的探析
  - 10.4.1 酒文化是白酒行业的核心竞争力
  - 10.4.2 白酒文化营销的现存方式

- 10.4.3 白酒文化营销的不成熟表现
- 10.4.4 白酒文化营销的误区及对策
- 10.5 中国白酒行业营销策略
  - 10.5.1 白酒行业营销误区的对策
  - 10.5.2 白酒营销的创新策略
  - 10.5.3 白酒行业淡季营销策略分析
  - 10.5.4 白酒营销的盈利模式探索
- 10.6 区域强势白酒品牌的营销战略
  - 10.6.1 以根据地市场为圆心勾画新的市场版图
  - 10.6.2 打造声誉产品提升企业的整体产品声誉
  - 10.6.3 强化营销的组织功能建设
  - 10.6.4 突破传统的厂商合作模式
  - 10.6.5 营销管理的两大转变
- 10.7 中低端白酒农村市场营销的攻略
  - 10.7.1 战略抉择以市场份额为导向
  - 10.7.2 产品细分有所为有所不为
  - 10.7.3 市场细分形成区域为王
  - 10.7.4 以声誉产品塑造品牌声誉
  - 10.7.5 建设适合农村市场营销的模式
- 10.8 白酒新品牌进入市场的基本营销策略
  - 10.8.1 明确企业定位及目标
  - 10.8.2 制定有针对性的新品开发策略
  - 10.8.3 寻找适合新品牌成长的土壤
  - 10.8.4 从基础做起，从餐饮渠道开始
  - 10.8.5 建立营销队伍和培训机制

## 第十一章 中国白酒企业的发展策略研究分析

- 11.1 白酒企业的利润点
  - 11.1.1 高端市场的利润点
  - 11.1.2 终端渠道的利润点
  - 11.1.3 酒文化的利润点
  - 11.1.4 品牌是实在的利润点

- 11.2 白酒企业发展的差异化策略
  - 11.2.1 产品差异化
  - 11.2.2 形象差异化
  - 11.2.3 市场差异化
  - 11.2.4 服务差异化
- 11.3 白酒企业的招商策略
  - 11.3.1 品牌规划策略
  - 11.3.2 市场规划策略
  - 11.3.3 招商启动策略
  - 11.3.4 白酒企业招商应注意的问题
- 11.4 中国两大白酒企业集团品牌战略的比较与分析
  - 11.4.1 五粮液、茅台品牌战略的比较
  - 11.4.2 五粮液、茅台品牌战略成果的评价
  - 11.4.3 五粮液、茅台品牌战略的风险分析
  - 11.4.4 遏制风险的对策建议
- 11.5 二线白酒企业突围的关键要素
  - 11.5.1 战略企图
  - 11.5.2 声誉产品
  - 11.5.3 市场板块
  - 11.5.4 团队整合
  - 11.5.5 资源匹配度
- 11.6 中小白酒企业的发展策略
  - 11.6.1 中小白酒企业的发展力模型
  - 11.6.2 中小型白酒企业新品上市的策略
  - 11.6.3 中小型白酒企业的市场推广策略
  - 11.6.4 中小型白酒企业发展的聚焦化战略

## 第十二章 2014-2016年白酒替代产品分析

- 12.1 啤酒
  - 12.1.1 行业经济运行状况
  - 12.1.2 产业结构日趋成熟
  - 12.1.3 产品结构深化调整

- 12.1.4 品牌结构日趋合理
- 12.1.5 装备不断升级换代
- 12.1.6 消费趋势日新月异
- 12.2 葡萄酒
  - 12.2.1 行业发展变化趋势
  - 12.2.2 行业发展热点动态
  - 12.2.3 市场呈现回暖态势
  - 12.2.4 市场消费空间巨大
  - 12.2.5 行业发展面临挑战
  - 12.2.6 行业未来发展走向
- 12.3 黄酒
  - 12.3.1 黄酒行业发展综述
  - 12.3.2 黄酒市场发展回顾
  - 12.3.3 黄酒行业弱势反弹
  - 12.3.4 行业发展面临机遇
  - 12.3.5 黄酒文化构建分析

### 第十三章 2014-2016年白酒包装现状与发展

- 13.1 中国白酒包装现状
  - 13.1.1 简述白酒包装发展历程
  - 13.1.2 浅谈国内白酒的包装设计现状
  - 13.1.3 白酒包装简约个性化成必然
  - 13.1.4 白酒酒盒包装存在的弊端
  - 13.1.5 浅析激光全息材料在白酒纸包装上的应用
  - 13.1.6 白酒的软包装印刷剖析
- 13.2 白酒系列包装设计案例分析
  - 13.2.1 酒文化与包装的联系
  - 13.2.2 白酒受众群体分析
  - 13.2.3 白酒包装设计构思及案例
- 13.3 白酒包装建议
  - 13.3.1 白酒包装需下大功夫
  - 13.3.2 白酒包装应打响品牌

- 13.3.3 白酒包装需要推陈出新
- 13.3.4 白酒包装应该以实用为风向标
- 13.3.5 解析超高端白酒的包装法则
- 13.4 白酒包装趋势分析
  - 13.4.1 追求高档化
  - 13.4.2 崇尚个性化
  - 13.4.3 包装材料的变化
  - 13.4.4 包装色调上的变化
  - 13.4.5 容量上的变化

## 第十四章 2014-2016年中国白酒行业的政策法规分析

- 14.1 2014-2016年白酒行业政策背景总体概述
  - 14.1.1 产业政策及相关法律法规
  - 14.1.2 白酒生产许可证制度
  - 14.1.3 纯粮固态白酒行业规范
  - 14.1.4 白酒行业主要国家标准
  - 14.1.5 酒类流通管理主要法规
  - 14.1.6 白酒工业环保相关政策
- 14.2 2014-2016年白酒产业政策法规动向
  - 14.2.1 2014年白酒相关政策综述
  - 14.2.2 2015年加强散装白酒监管
- 14.3 白酒行业税收政策分析
  - 14.3.1 白酒行业税收政策的变化
  - 14.3.2 新所得税法对白酒行业的影响
  - 14.3.3 白酒税收调整促使行业规范化
  - 14.3.4 2014年底取消酒精消费税利好白酒业
  - 14.3.5 2015年白酒税收调整方案已上报
- 14.4 白酒消费税调整政策解读
  - 14.4.1 白酒消费税调整政策出台背景
  - 14.4.2 政策的主要内容
  - 14.4.3 政策的主要影响解析
  - 14.4.4 政策出台对一线品牌的影响



## 14.5 其他白酒政策文件解读

### 14.5.1 《食品质量认证实施规则&mdash;&mdash;酒类》解析

### 14.5.2 浓香型白酒标准解析

### 14.5.3 白酒分析方法解析

## 第十五章 白酒企业投资战略的制定及选择

### 15.1 白酒企业投资战略的现状和问题

#### 15.1.1 经营管理层缺乏投资战略意识

#### 15.1.2 未能科学制定与应用投资战略

### 15.2 白酒企业制定投资战略应考虑的因素

#### 15.2.1 宏观经济环境

#### 15.2.2 地方政策及发展规划

#### 15.2.3 白酒业发展趋势

#### 15.2.4 企业整体战略规划

### 15.3 白酒企业不同生命周期下的投资战略

#### 15.3.1 企业创立期投资战略

#### 15.3.2 企业成长期投资战略

#### 15.3.3 企业成熟期投资战略

#### 15.3.4 企业衰退期投资战略

## 第十六章 2017-2022年白酒行业前景及趋势预测（ZY GXH）

### 16.1 中国白酒行业的前景分析

#### 16.1.1 白酒行业未来发展形势展望

#### 16.1.2 未来白酒业机遇与挑战并存

#### 16.1.3 白酒或将进入“产区”式发展新时代

#### 16.1.4 全国和地方性品牌共生的局面长期存在

#### 16.1.5 白酒产业结构会进一步整合及优化

### 16.2 2017-2022年中国白酒制造行业预测分析

#### 16.2.1 中国白酒制造行业影响因素分析

#### 16.2.2 2017-2022年中国白酒产量预测

#### 16.2.3 2017-2022年中国白酒制造行业收入预测

#### 16.2.4 2017-2022年中国白酒制造行业利润预测

## 16.3 未来中国白酒行业发展的趋势

### 16.3.1 白酒行业的总体发展趋势分析

### 16.3.2 白酒业或将分化为四种资本重组模式

### 16.3.3 行业龙头领先优势将进一步加剧

### 16.3.4 高度白酒仍将是市场主流

### 16.3.5 高端白酒向更高端挺进

### 16.3.6 定制酒将成为白酒业主流（ZY GXH）

## 附录：

附录一：白酒消费税最低计税价格核定管理办法（试行）

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：纯粮固态发酵白酒审定规则

附录五：清洁生产标准 白酒制造业

附录六：酒类商品零售经营管理规范

附录七：酒类商品批发经营管理规范

附录八：酒类流通管理办法（修订）（征求意见稿）

## 图表目录：

图表 各香型白酒不同的风格特征

图表 2014年全国白酒批发价格同比、环比指数

图表 2014年全国白酒价格、全国名酒价格定基指数

图表 2014年全国地方酒同比、环比指数

图表 2014年全国基酒批发价格同比、环比、定基指数

图表 2014年全国及四川白酒批发价格同比指数

图表 2014年全国名酒与泸州名酒同比指数

图表 2013-2015年白酒产量与批发价格走势

图表 2013-2015年规模以上白酒企业数量

图表 2014年白酒行业CR5市场份额表

图表 2014年四川与江苏白酒上市公司业绩对比

图表 2005年与2014年相关数据对比表

图表 2014-2016年全国白酒产量趋势图

- 图表 2014年全国白酒产量数据
- 图表 2014年主要省份白酒产量占全国产量比重情况
- 图表 2015年全国白酒产量数据
- 图表 2015年主要省份白酒产量占全国产量比重情况
- 图表 2015年白酒产量集中程度示意图
- 图表 2016年全国白酒产量数据
- 图表 中国白酒品牌波士顿矩阵示意图
- 图表 以往春节白酒购买情况
- 图表 以往春节购买白酒的价位
- 图表 春节家庭聚餐网友对酒类的选择喜好

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/baijiu/Y16189KAJE.html>