

2017-2022年中国白酒行业发展现状分析及市场供需预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国白酒行业发展现状分析及市场供需预测报告》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：<https://www.huaon.com/detail/295792.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

白酒作为世界主要蒸馏酒品种之一，也是我国特有的传统酒种。白酒作为中国人情感交流的载体没有变，作为中华民族文化符号之一没有变，作为中国人的日常消费偏爱没有变，消费白酒的传统风俗习惯和文化习惯也没有变。这些，都为我国白酒产业的持续健康发展提供了土壤。但是，我国白酒产量约占世界烈性酒产量的38%左右，但国际市场份额不到1%，白酒仍具有较大的发展空间。

自2014年开始，白酒行业的产销量增速均结束了连年下跌的局面，实现了微量的反弹。从产销数据来看，2015年，白酒行业产量达到1313万千升，同比增长4.46%；与此同时，白酒行业销量达到1278.8万千升，同比增长6.34%。白酒产销数据连续两年的持续攀升，证明了中国白酒市场供求格局的改变，可以看作白酒行业复苏的标志。

2011-2015年中国白酒产量

2011-2015年中国白酒销量变动趋势

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

2011-2016年白酒行业利润总额及增长趋势

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 白酒行业发展概述

第一节 白酒的定义及分类

一、白酒的成分

二、白酒的分类

三、白酒的香味种类

第二节 白酒的其他概述

一、白酒新工艺

二、白酒灌装

三、白酒的食疗作用

四、白酒的营养分析

五、我国白酒文化

第二章 2016年中国白酒行业投资环境分析

第一节 2016年中国经济发展环境分析

一、扩大内需保增长政策解析

二、中国GDP分析

三、中国汇率调整分析

四、中国CPI指数分析

五、中国城镇居民家庭人均可支配收入分析

第二节 2016年中国白酒行业政策环境及影响分析

一、2016年浓香型白酒有望出台行业标准

二、2016年中酒协制订酿酒行业振兴规划

三、2016年3月我国白酒消费税调整及其影响分析

四、2016年6月我国白酒消费税制调整及其影响

五、2016年公务开支削减对白酒业的影响

第三节 2016年中国白酒业社会发展环境分析

一、2016年居民生活水平分析

二、2016年零售市场情况分析

三、中国酒文化源远流长

第三章 2016年中国白酒行业产业运行形势透析

第一节 2016年中国白酒行业运行总况

一、白酒行业步入调整期

二、经济周期催生新一轮洗牌

三、传统利润模式将被颠覆

四、业外资本将进入白酒行业

五、多样发展并存

第二节 2016年中国白酒业面临的难题分析

- 一、产品缺乏创新
- 二、营销秩序混乱
- 三、地方过分保护

第三节 2016年中国白酒行业发展思路

- 一、白酒工业发展需依靠科技的推动
- 二、探索白酒行业发展方向
- 三、中国白酒工业发展的对策
- 四、白酒行业发展需注意的问题
- 五、中国白酒业宏观层面的发展战略

第四章 2014-2016年中国白酒制造行业主要指标监测分析

第一节 2014-2016年中国白酒制造行业数据统计与监测分析

- 一、2014-2016年中国白酒制造行业企业数量增长分析
- 二、2014-2016年中国白酒制造行业从业人数调查分析
- 三、2014-2016年中国白酒制造行业总销售收入分析
- 四、2014-2016年中国白酒制造行业利润总额分析
- 五、2014-2016年中国白酒制造行业投资资产增长性分析

第二节 2016年中国白酒制造行业最新数据统计与监测分析

- 一、企业数量与分布
- 二、销售收入
- 三、利润总额
- 四、从业人数

第三节 2016年中国白酒制造行业投资状况监测（定期更新）

- 一、行业资产区域分布
- 二、主要省市投资增速对比

第五章 2016年中国白酒主要替代产品分析

第一节 啤酒

- 一、中国啤酒品牌市场探究
- 二、中国啤酒业的发展特点
- 三、2014-2016年主要省份啤酒产量分析
- 四、经济危机对我国啤酒行业影响不大
- 五、透视啤酒市场竞争行为的演化方向
- 六、未来中国啤酒行业发展趋势预测

第二节 葡萄酒

- 一、中国葡萄酒发展特点
- 二、2016年我国葡萄酒市场发展状况
- 三、葡萄酒行业发展空间巨大
- 四、2014-2016年主要省份葡萄酒产量分析
- 五、2017-2022年我国葡萄酒消费量预测
- 六、中国葡萄酒产业的发展趋势分析

第三节 黄酒

- 一、黄酒扩张颠覆酒业市场格局
- 二、2014-2016年主要省份黄酒产量分析
- 三、中国黄酒市场的发展对策分析
- 四、黄酒业复兴“文化牌”很重要

第四节 洋酒

- 一、2016年洋酒市场现状与前景
- 二、2016年高端酒类市场格局分析
- 三、洋酒在中国销售渠道发展问题
- 四、洋酒市场竞争格局
- 五、未来洋酒在中国的发展趋势

第五节 保健酒

- 一、保健酒行业发展历程与现状
- 二、2014-2016年保健酒市场现状
- 三、保健酒行业发展问题
- 四、2017-2022年保健酒市场预测
- 五、保健酒品牌发展策略

第六章 2016年中国白酒行业消费市场分析

第一节 中国人口结构及消费者信心指数

- 一、人口规模与年龄结构分析
- 二、学历结构分析
- 三、2014-2016年我国居民收入水平
- 四、2016年消费者信心指数分析

第二节 不同客户购买相关的态度及影响分析

- 一、价格敏感程度
- 二、品牌的影响
- 三、广告的影响程度

四、包装的影响程度

第三节 2014-2016年中国白酒消费市场分析

- 一、中国白酒消费特征
- 二、白酒消费的内在核心
- 三、消费者选择品牌白酒决定因素分析

第四节 未来中国白酒消费趋势

- 一、中国白酒时尚化、年轻化消费趋势
- 二、中国白酒国际化消费趋势
- 三、名酒品牌整合趋势

第七章 2016年中国白酒品牌发展研究

第一节 2016年中国白酒品牌发展研究

- 一、白酒的门槛
- 二、品牌营销基础
- 三、品牌游戏规则
- 四、品牌市场关系
- 五、未来中国市场白酒品牌容量预测

第二节 2016年中国两大白酒品牌战略的比较与分析

- 一、白酒品牌竞争概述
- 二、五粮液、茅台品牌战略的比较
- 三、五粮液、茅台品牌战略成果的评价
- 四、五粮液、茅台品牌战略的风险分析
- 五、五粮液、茅台品牌战略综述

第三节 2017-2022年中国白酒品牌发展趋势探析

第八章 2016年中国高端白酒市场运行动态分析

第一节 2016年中国高端白酒运行总况

- 一、高端白酒的崛起
- 二、白酒市场向高端品牌集中
- 三、高端白酒品牌的市场布局

第二节 2016年中国高端白酒市场动态分析

- 一、高端白酒寡头格局基本形成
- 二、高端白酒与烈性洋酒博弈正式展开
- 三、中国白酒力拓高端产品产量加快上升
- 四、中国高端白酒市场刮起商务旋风

五、中国高端白酒消费走入黄金时代

六、中国高端白酒市场演绎个性化色彩

第三节 2016年中国高端白酒发展强劲的原因剖析

一、消费升级注入高端白酒持续动力

二、龙头企业具备品牌号召力

三、定价权优势是核心竞争力

四、抗通胀能力最强

第四节 2016年中国高端白酒发展误区分析

一、贪多求全品牌只是表层延伸

二、重外轻内打造有价无值品牌

三、无论大小企业都欲突击高端市场

四、单纯依靠终端成就不了高端品牌

第九章 2016年中国白酒行业营销策略分析

第一节 2016年中国白酒营销的形式研究

一、基础性营销

二、结构化营销

三、商业模式营销

四、资本化营销

五、沱牌曲酒营销战略研究

第二节 2016年中国白酒营销问题探讨

一、白酒营销问题概述

二、假货负面影响问题

三、利润下降问题

四、营销团队的升级问题

第三节 2016年中国白酒品牌区域化与区域市场深度营销策略

一、白酒品牌区域化

二、白酒市场的区域化深度营销

三、“深度分销”对企业营销战略的作用与意义

四、白酒区域市场的有效“深度分销”与“终端生动化”策略

第十章 2016年中国白酒行业竞争新格局透析

第一节 2016年中国白酒市场格局分析

一、2016年白酒市场的割据与格局

二、2016年中国白酒企业产量排名

三、2016年高端白酒市场格局分析

四、2016年中国白酒企业最新排名20强

第二节 2016年白酒制造行业主要企业竞争力指标对比分析

一、盈利指标对比

二、资产负债指标对比

三、运营能力指标对比

四、主要企业成本费用构成情况及对比

第三节 2016年中国白酒业集中度分析

一、产品产量区域分布

二、生产企业的集中分布

三、市场集中度分析

第四节 2017-2022年中国白酒业竞争趋势探析

第十一章 2016年中国白酒重点企业竞争力及关键性财务数据分析

第一节 贵州茅台酒股份有限公司

一、企业概况

贵州茅台酒集团主导产品贵州茅台酒，是中国一张飘香世界的名片，是中国民族工商业率先走向世界的代表，1915年荣获美国巴拿马万国博览会金奖，与法国科涅克白兰地、英国英格兰威士忌并称世界三大（蒸馏）名酒，是我国大曲酱香型白酒的鼻祖和典型代表。一个世纪以来，已先后18次荣获各种国际金奖，并蝉联历次国内名白酒评比之冠，是白酒行业内唯一集绿色食品、有机食品、国家地理标志保护产品、国家非物质文化遗产于一身的健康食品，被公认为中国“国酒”。贵州茅台酒公司作为全国高档白酒企业的领头羊，在市场份额、产品认可以及品牌价值等方面在业界一直保持着绝对优势。因此，贵州茅台酒公司的业绩自然成为白酒行业备受瞩目的行业风向标。

2016年上半年，公司实现营业收入181.73亿元，同比增长15.18%；实现净利润88.03亿元，同比增长11.59%。贵州茅台连续走红的财务数据，给白酒行业走过严冬打了一剂“强心针”。其中，茅台酒实现营业收入174.74亿元，同比增长13.95%；系列酒实现营业收入6.91亿元，同比增长77.54%。

2011-2016年贵州茅台营业收入趋势图

2011-2016年贵州茅台净利润趋势图

2015年，贵州茅台的生产量和销售量相比近五年的数据有明显的攀升，分别达到2.97万吨和2.75万吨，同比分别增长25.62%和13.86%。

2011-2015年贵州茅台生产量情况

2011-2015年贵州茅台销售量情况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

五、企业盈利能力及偿债能力分析

第二节 宜宾五粮液股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

五、企业盈利能力及偿债能力分析

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、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

五、企业盈利能力及偿债能力分析

第四节 四川沱牌曲酒股份有限公司（600702）

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

五、企业盈利能力及偿债能力分析

第五节 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、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

五、企业盈利能力及偿债能力分析

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、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

五、企业盈利能力及偿债能力分析

第七节 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、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

五、企业盈利能力及偿债能力分析

第八节 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、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

五、企业盈利能力及偿债能力分析

第十二章 2017-2022年中国白酒行业前景预测与趋势展望

第一节 2017-2022年中国白酒市场发展趋势分析

一、消费需求市场趋势

二、集中度仍将稳步提高

三、业外资本不断涌入对白酒行业形成冲击

四、白酒消费不断朝品牌化靠近

五、低度酒、高档化白酒将成为发展趋势

第二节 2017-2022年中国高端白酒行业前景依旧看好

第三节 2017-2022年中国白酒行业市场预测分析

一、白酒产量预测分析

二、白酒市场销售情况预测分析

三、白酒进出口贸易预测分析

第十三章 2017-2022年中国白酒行业投资机会与风险预警

第一节 2016年白酒制造行业投资特性分析

第二节 2017-2022年中国白酒制造行业投资机会分析

一、区域投资潜力分析

二、金融危机下白酒行业发展机遇分析

1、金融危机为白酒企业提供了并购国外企业的机会

2、金融危机导致部分经营不善的白酒企业退出市场

三、与产业链相关的投资机会分析

第三节 2017-2022年中国白酒制造行业投资风险分析

- 一、政策风险
- 二、技术风险
- 三、竞争风险

第十四章 2017-2022年中国白酒行业投资战略研究

第一节 白酒行业应对金融危机策略分析

- 一、白酒团购和专供市场开拓策略分析
- 二、金融危机下低端白酒的开发和推广
- 三、金融危机下白酒企业营销策略分析
- 四、金融危机下白酒业低成本营销策略

第二节 金融危机下白酒发展与投资策略分析

- 一、对症下药
- 二、程序科学
- 三、控制成本
- 四、以市场为中心
- 五、讲求效益
- 六、可持续发展
- 七、遵守法律

图表目录：

图表：2014-2016年中国白酒制造行业企业数量统计

图表：2016年中国白酒制造行业企业数量分布图

图表：2014-2016年中国白酒制造从业人数状况统计

图表：2016年中国白酒制造行业不同所有制企业从业人员数据

图表：2014-2016年中国白酒制造行业不同规模企业总销售收入情况

图表：2014-2016年中国白酒制造行业不同规模企业销售收入所占比例图

图表：2014-2016年中国白酒制造行业总销售收入情况

图表：2014-2016年中国白酒制造行业不同所有制企业总销售收入比例图

图表：2014-2016年中国白酒制造行业不同所有制企业总销售收入对比图

图表：2016年中国白酒制造行业不同所有制企业总销售收入对比图

图表：2014-2016年中国白酒制造行业利润总额情况数据统计

图表：2014-2016年中国白酒制造行业不同规模企业利润总额情况

图表：2016年中国白酒制造行业不同规模企业利润总额所占比例

- 图表：2014-2016年中国白酒制造行业不同所有制企业利润总额情况
- 图表：2014-2016年中国白酒制造行业不同所有制企业利润总额对比图
- 图表：2016年中国白酒制造行业不同所有制企业利润总额对比图
- 图表：2014-2016年中国白酒制造行业销售毛利率情况统计
- 图表：2014-2016年中国白酒制造行业不同规模企业销售毛利率情况
- 图表：2014-2016年中国白酒制造行业不同所有制企业销售毛利率情况
- 图表：2014-2016年中国白酒制造行业不同所有制企业销售毛利率对比图
- 图表：2014-2016年中国白酒制造行业不同所有制企业销售毛利率对比图
- 图表：2014-2016年中国白酒制造行业销售利润率情况数据统计
- 图表：2014-2016年中国白酒制造行业不同规模企业销售利润率情况
- 图表：2014-2016年中国白酒制造行业不同所有制企业销售利润率情况
- 图表：2014-2016年中国白酒制造行业不同所有制企业销售利润率对比图
- 图表：2016年中国白酒制造行业不同所有制企业销售利润率对比图
- 图表：2014-2016年中国白酒制造行业总资产利润率情况数据统计
- 图表：2014-2016年中国白酒制造行业不同规模企业总资产利润率情况
- 图表：2014-2016年中国白酒制造行业不同所有制企业总资产利润率情况
- 图表：2014-2016年中国白酒制造行业不同所有制企业总资产利润率对比图
- 图表：2016年中国白酒制造行业不同所有制企业总资产利润率对比图
- 图表：2014-2016年主要省份白酒（折65度，商品量）产量分析
- 图表：2016年主要省份白酒（折65度，商品量）产量分析
- 图表：白酒（折65度，商品量）产量增长性分析
- 图表：2002-2016年中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进口量增长趋势图
- 图表：2002-2016年中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进口金额增长趋势图
- 图表：2002-2016年中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料出口量增长趋势图
- 图表：2002-2016年中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料出口金额增长趋势图
- 图表：中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进口来源地及量值统计表
- 图表：中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进口来源结构
- 图表：中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料出口去向国家和地区统计表
- 图表：中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料出口去向分布图
- 图表：2014-2016年贵州茅台酒股份有限公司主营业务收入增长趋势图
- 图表：2014-2016年贵州茅台酒股份有限公司净利润增长趋势图
- 图表：2014-2016年贵州茅台酒股份有限公司利润率走势图
- 图表：2014-2016年贵州茅台酒股份有限公司成长能力指标表
- 图表：2014-2016年贵州茅台酒股份有限公司经营能力指标表
- 图表：2014-2016年贵州茅台酒股份有限公司盈利能力指标表

图表：2014-2016年贵州茅台酒股份有限公司偿债能力指标表

图表：2014-2016年宜宾五粮液股份有限公司主营业务收入增长趋势图

图表：2014-2016年宜宾五粮液股份有限公司净利润增长趋势图

图表：2014-2016年宜宾五粮液股份有限公司利润率走势图

图表：2014-2016年宜宾五粮液股份有限公司成长能力指标表

图表：2014-2016年宜宾五粮液股份有限公司经营能力指标表

图表：2014-2016年宜宾五粮液股份有限公司盈利能力指标表

图表：2014-2016年宜宾五粮液股份有限公司偿债能力指标表

图表：2014-2016年泸州老窖股份有限公司主营业务收入增长趋势图

图表：2014-2016年泸州老窖股份有限公司净利润增长趋势图

图表：2014-2016年泸州老窖股份有限公司利润率走势图

图表：2014-2016年泸州老窖股份有限公司成长能力指标表

图表：2014-2016年泸州老窖股份有限公司经营能力指标表

图表：2014-2016年泸州老窖股份有限公司盈利能力指标表

图表：2014-2016年泸州老窖股份有限公司偿债能力指标表

图表：2014-2016年四川沱牌曲酒股份有限公司主营业务收入增长趋势图

图表：2014-2016年四川沱牌曲酒股份有限公司净利润增长趋势图

图表：2014-2016年四川沱牌曲酒股份有限公司利润率走势图

图表：2014-2016年四川沱牌曲酒股份有限公司成长能力指标表

图表：2014-2016年四川沱牌曲酒股份有限公司经营能力指标表

图表：2014-2016年四川沱牌曲酒股份有限公司盈利能力指标表

图表：2014-2016年四川沱牌曲酒股份有限公司偿债能力指标表

图表：2014-2016年四川水井坊股份有限公司主营业务收入增长趋势图

图表：2014-2016年四川水井坊股份有限公司净利润增长趋势图

图表：2014-2016年四川水井坊股份有限公司利润率走势图

图表：2014-2016年四川水井坊股份有限公司成长能力指标表

图表：2014-2016年四川水井坊股份有限公司经营能力指标表

图表：2014-2016年四川水井坊股份有限公司盈利能力指标表

图表：2014-2016年四川水井坊股份有限公司偿债能力指标表

图表：2014-2016年山西杏花村汾酒厂股份有限公司主营业务收入增长趋势图

图表：2014-2016年山西杏花村汾酒厂股份有限公司净利润增长趋势图

图表：2014-2016年山西杏花村汾酒厂股份有限公司利润率走势图

图表：2014-2016年山西杏花村汾酒厂股份有限公司成长能力指标表

图表：2014-2016年山西杏花村汾酒厂股份有限公司经营能力指标表

图表：2014-2016年山西杏花村汾酒厂股份有限公司盈利能力指标表

图表：2014-2016年山西杏花村汾酒厂股份有限公司偿债能力指标表

图表：2014-2016年安徽古井贡酒股份有限公司主营业务收入增长趋势图

图表：2014-2016年安徽古井贡酒股份有限公司净利润增长趋势图

图表：2014-2016年安徽古井贡酒股份有限公司利润率走势图

图表：2014-2016年安徽古井贡酒股份有限公司成长能力指标表

图表：2014-2016年安徽古井贡酒股份有限公司经营能力指标表

图表：2014-2016年安徽古井贡酒股份有限公司盈利能力指标表

图表：2014-2016年安徽古井贡酒股份有限公司偿债能力指标表

图表：2014-2016年酒鬼酒股份有限公司主营业务收入增长趋势图

图表：2014-2016年酒鬼酒股份有限公司净利润增长趋势图

图表：2014-2016年酒鬼酒股份有限公司利润率走势图

图表：2014-2016年酒鬼酒股份有限公司成长能力指标表

图表：2014-2016年酒鬼酒股份有限公司经营能力指标表

图表：2014-2016年酒鬼酒股份有限公司盈利能力指标表

图表：2014-2016年酒鬼酒股份有限公司偿债能力指标表

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/295792.html>