2015-2020年中国白酒市场监测及发展策略咨询报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司
www.cction.com

一、报告报价

《2015-2020年中国白酒市场监测及发展策略咨询报告》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.cction.com/report/201506/123108.html

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司
订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838
海外报告销售: 010-69365838
Email: kefu@gonyn.com
联系人：李经理

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

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。

2012年我国白酒行业销售收入4466.3亿元，利润总额818.6亿元，收入和利润同比分别增长26.8%和48.5%.2013年1-12月，白酒产量达12262037.42千升。2014年1-5月我国生产白酒（折65度，商品量）4977858.75千升。

我国具有历史悠久的白酒文化，一些时尚、高雅、凝重等富有文化内涵的品牌酒越来越受欢迎。部分高端白酒因其既有丰富的人文价值和深厚的文化积淀，更是身份和地位的象征，除家庭消费外，更多出现在商务宴请中。

未来，健康饮酒、理性饮酒的消费理念将深入人心，消费者的品牌意识将进一步增强；高端白酒区域化趋势明显，中端白酒消费量大幅度提升，低端白酒品牌化步伐逐渐加快；个性化、功能性产品需求加大，低度、优质的白酒产品将是未来消费的方向。

本行业报告主要依据主要依据国家统计局、国家海关总署、国家发改委、国务院发展研究中心、中国食品工业协会、中国酿酒工业协会及白酒分会、中企顾问网、国内外相关报刊杂志的基础信息，立足于制酒饮料行业整体发展环境，对中国白酒行业的运行情况、市场及各区域市场、消费者和营销策略、竞争格局等进行了分析及预测，并对未来白酒行业发展的整体环境及发展趋势进行探讨和研判，最后在前面大量分析、预测的基础上，提出了未来白酒企业应采取的战略措施。

本白酒行业发展分析报告，为白酒经营企业以及计划投资白酒行业的机构全面把握行业发展趋势、准确了解市场运行情况、正确制定企业竞争战略和投资策略提供决策依据。

报告目录

第一部分 白酒行业发展分析
第一章 中国白酒行业发展概述
第一节 中国白酒行业的分类与特性
一、白酒的分类
二、白酒香型介绍
三、白酒行业的特征
第二节 白酒的其他知识

一、白酒的度及其测定方法
二、白酒的勾兑和调味
三、白酒的各种成分
第三节 中国白酒行业发展历程与现状
一、白酒行业发展的历程
二、白酒酿造技术现状
三、白酒行业发展现状
四、白酒行业规模和地位
五、中国白酒发展路径的9种深化
第二章 中国白酒行业运行情况分析
第一节 中国白酒产业结构分析
一、中国酒精饮品市场
二、中国烈酒消费分析
三、中国烈酒市场分析
四、中国烈酒高端市场分析
五、中国白酒细分市场分析
六、中国不同香型白酒市场分析
第二节 2013年中国白酒行业运行情况分析
一、2013年中国白酒行业运行情况
二、2013年中国白酒行业规模分析
三、2013年中国白酒行业资本劳动密集度
四、2013年中国白酒行业产销情况
五、2013年中国白酒行业成本费用结构
六、2013年中国白酒行业盈利情况
七、2013年中国白酒行业运营绩效
第三节 2014年中国白酒行业运行情况分析
一、2014年我国白酒行业生产情况分析
二、2014年我国白酒行业盈利情况分析
三、2014年我国白酒行业价格情况分析
四、2014年我国白酒上市公司经营情况分析
第四节 2015年中国白酒行业运行情况分析
一、2015年我国白酒行业生产情况分析

二、2015年我国白酒行业盈利情况分析
三、2015年我国白酒上市公司经营情况分析
第五节 2013-2015年白酒产品产量分地区统计数据
一、2013年全国及重点省市白酒产量分析
二、2014年全国及重点省市白酒产量分析
三、2015年全国及重点省市白酒产量分析
第六节 中国白酒行业存在的问题
一、中国白酒企业六大硬伤
二、2014年中国白酒行业发展存在的问题
三、中国白酒行业自身的问题
四、中国白酒行业的发展对策
五、中国白酒品牌创新发展策略
第三章 2013-2014年中国白酒制造业经济运行数据分析
第一节 2013-2014年全国白酒制造业主要经济指标
一、2013年全国白酒制造业主要经济指标
二、2014年全国白酒制造业主要经济指标
第二节 2013-2014年全国及各省市白酒制造业产销数据分析
一、2013年全国及各省市白酒制造业产销数据分析
二、2014年全国及各省市白酒制造业产销数据分析
第三节 2013-2014年全国及各省市白酒制造业资产负债分析
一、2013年全国及各省市白酒制造业资产负债分析
二、2014年全国及各省市白酒制造业资产负债分析
第四节 2013-2014年全国及中国各省市白酒制造业行业规模分析
一、2013年全国及各省市白酒制造业行业规模分析
二、2014年全国及各省市白酒制造业行业规模分析
第五节 2013-2014年全国及各省市白酒制造业盈利能力分析
一、2013年全国及各省市白酒制造业盈利能力分析
二、2014年全国及各省市白酒制造业盈利能力分析
第二部分 白酒市场分析
第四章 中国白酒市场分析
第一节 中国白酒市场状况分析
一、2014年中国白酒市场结构

二、2014年白酒市场涨价情况分析
三、2014年中国白酒出口市场分析
四、2014年塑化剂事件对白酒行业的影响
第二节 高端白酒市场分析及预测
一、高端白酒的消费特征
二、2014高档白酒市场分析
第三节 中档白酒市场分析
一、中档酒将成激烈争夺领域
二、中档酒市场发展特点分析
三、2014年中档白酒发展进快车道
四、中档酒或成未来白酒发展主力
第四节 白酒团购市场分析
一、白酒团购模式
二、白酒团购模式进程
三、白酒团购未来展望
第五节 中国白酒终端市场的运作解析
一、产品选择和客户管理
二、公关和培训
三、促销和服务客户
四、激励政策和物流管理
五、理货管理和回款管理
第六节 中国白酒市场的同质化现象
一、浓香型白酒占据较大市场份额
二、品牌泛滥导致名酒形象淡化
三、价格体系紊乱及终端不良竞争加剧
四、白酒外包装雷同及广告宣传浮夸
五、白酒市场发展方向与消费需求脱节
第五章 中国白酒分区域市场分析
第一节 华北地区高端白酒市场
一、华北市场概述
二、北京白酒市场
三、天津白酒市场

四、河北白酒市场
五、山西白酒市场
六、内蒙古白酒市场
第二节 华东地区高端白酒市场
一、华东地区市场概述
二、上海白酒市场
三、山东白酒市场
四、江苏白酒市场
五、浙江白酒市场
六、安徽白酒市场
七、江西白酒市场
八、福建白酒市场
第三节 华南地区高端白酒市场
一、华南市场概述
二、广东白酒市场
三、广西白酒市场
四、海南白酒市场
第四节 华中地区高端白酒市场
一、华中市场概述
二、河南白酒市场
三、湖南白酒市场
四、湖北白酒市场
第五节 东北地区高端白酒市场
一、东北地区概述
二、黑龙江白酒市场
三、吉林白酒市场
四、辽宁白酒市场
第六节 西北地区高端白酒市场
一、西北地区市场概述
二、陕西白酒市场
三、甘肃白酒市场
第七节 西南地区高端白酒市场

一、西南市场概述
二、四川白酒市场
三、重庆白酒市场
四、贵州白酒市场
五、云南白酒市场
第三部分 白酒消费者及营销策略
第六章 白酒消费者分析
第一节 白酒消费需求分析
一、白酒消费主流及趋势分析
二、现阶段我国高端白酒消费特点
三、2014年我国白酒市场销量分析
四、白酒市场状况与潜在消费需求分析
第二节 白酒消费者购买行为分析
一、白酒消费者购买行为类型分析
二、白酒消费者购买动机分析
三、白酒消费者购买方式分析
四、白酒消费者购买目分析
五、白酒消费者对广告促销的态度分析
第三节 “80后”白酒消费群体分析
一、“80后”未来的主流消费群体
二、“80后”群体的消费特征分析
三、针对“80后”群体白酒企业的创新策略
第四节 白酒消费行为的价值体现及营销启示
一、白酒消费行为特点
二、白酒消费行为的价值体现
三、白酒消费行为价值体现的营销启示
第七章 白酒营销策略分析
第一节 2014年白酒的需求特质与渠道
一、2014年白酒的需求特质
二、需求特质影响下的白酒营销模式、渠道方式
三、需求特质与白酒企业的战略选择
第二节 白酒营销形势分析

一、白酒营销模式及其发展趋势
二、中国白酒营销的四种形式
三、白酒营销的分层化趋势
第三节 白酒营销渠道分析
一、白酒终端现状与策略分析
二、电子商务对白酒营销渠道的发展
三、2014年地方白酒企业借道电商突围谋全国扩张
四、白酒电商化大势所趋
第四节 白酒营销策略分析
一、白酒营销规律分析
二、白酒淡季营销策略分析
三、白酒企业促销攻略
四、白酒企业三、四级市场攻略
五、白酒价格营销策略分析
六、高端白酒招商策略
第五节 白酒广告策略分析
第六节 中国白酒市场的分层化营销分析
一、分层营销终结盘中盘模式
二、高档酒营销产地化
三、低档酒营销大市场化
四、中档酒区域化布局及产地化加市场化营销
第四部分 白酒行业竞争格局
第八章 白酒行业竞争状况分析
第一节 白酒市场竞争特点
一、中档酒是新生白酒品牌的最佳立足空间
二、渠道价值仍然不可低估
三、餐饮终端是酒类产品的竞争焦点
四、促销方式以单纯产品促销为主
五、地域市场品牌仍占消费主流
六、商务用酒的消费比例
第二节 2014年白酒行业竞争格局
一、中国白酒行业新竞争格局

二、浓香型高端白酒竞争格局
三、2014年白酒行业并购整合“提速”
四、2014年市场压力加速行业洗牌
五、2014年中国白酒借势进军国际市场
六、未来5年中国白酒市场竞争加剧
第三节 中国白酒品牌生存发展情况分析
一、品牌格局
二、品牌发展战略
三、品牌发展趋势
第四节 业外资本积极涌入白酒市场分析
一、2014年业外资本积极涌入
二、2014年外资涌入白酒区域品牌迅速崛起
三、2014年中国白酒业发展路径生变
四、2014年业外资本挺入白酒业三大路径
第五节 高端白酒行业竞争趋势分析
一、中国白酒主流趋势的预判
二、品牌决定未来格局
三、白酒行业市场竞争中的四大关键因素
第九章 白酒替代品行业竞争分析
第一节 啤酒行业
一、2014年全球啤酒销量分析
二、2014年我国啤酒产量分析
三、2014年中国啤酒行业运行分析
第二节 葡萄酒行业
一、2014年中国葡萄酒产量
二、2014年中国葡萄酒消费量
三、2014年我国葡萄酒产量分析
四、2014年中国葡萄酒行业运行分析
五、2014年白酒企业纷纷布局葡萄酒版图
第三节 黄酒行业
一、2014年黄酒行业发展分析
二、2014年中国黄酒行业展望

第四节 保健酒行业
一、保健酒发展分析
二、中国保健酒行业发展趋势
第五节 烈性洋酒在中国的发展
一、2014年国人境外消费洋酒情况
二、高端洋酒品牌的中国式营销
第十章 中国白酒重点企业分析
第一节 五粮液
一、公司概况
二、2014年企业经营情况分析
三、2014年企业经营情况分析
四、2011-2014年企业财务数据分析
五、2015年公司发展展望及策略
第二节 贵州茅台
一、公司概况
二、2014年企业经营情况分析
三、2014年企业经营情况分析
四、2011-2014年企业财务数据分析
五、2015年公司发展展望及策略
第三节 泸州老窖股份有限公司
一、公司概况
二、2014年企业经营情况分析
三、2014年企业经营情况分析
四、2011-2014年企业财务数据分析
五、2015年公司发展展望及策略
第四节 四川水井坊股份有限公司
一、公司概况
二、2014年企业经营情况分析
三、2014年企业经营情况分析
四、2011-2014年企业财务数据分析
五、2015年公司发展展望及策略
第五节 四川沱牌舍得酒业股份有限公司

一、公司概况
二、2014年企业经营情况分析
三、2014年企业经营情况分析
四、2011-2014年企业财务数据分析
五、2015年公司发展展望及策略
第六节 山西杏花村汾酒厂股份有限公司
一、公司概况
二、2014年企业经营情况分析
三、2014年企业经营情况分析
四、2011-2014年企业财务数据分析
五、2015年公司发展展望及策略
第七节 安徽古井贡酒股份有限公司
一、公司概况
二、2014年企业经营情况分析
三、2014年企业经营情况分析
四、2011-2014年企业财务数据分析
五、2015年公司发展展望及策略
第八节 酒鬼酒股份有限公司
一、公司概况
二、2014年企业经营情况分析
三、2014年企业经营情况分析
四、2011-2014年企业财务数据分析
五、2015年公司发展展望及策略
第九节 湖北稻花香集团
一、公司概况
二、“十一五”跨越发展纪实
三、2014年稻花香经营情况分析
四、2014年稻花香经营情况分析
第十节 四川剑南春集团有限责任公司
一、公司概况
二、2014年剑南春原酒生产能力恢复震前水平
三、2014年剑南春经营策略分析

第十一章 中国白酒中小企业发展分析
第一节 中小品牌白酒面临的问题
一、资金短缺
二、融资能力低
三、市场竞争力低
四、人才短缺
五、做品牌与销量的“夹缝生存困惑”
六、市场狭窄
第二节 中小白酒企业的竞争定位
一、基于地缘优势上的盘整
二、基于产品包装上的优势
三、基于产品品质上的定位
四、基础促销创新上的差异
五、基于品牌传播上的突破
第三节 2014年中小品牌白酒突围之道
一、区域抢跑
二、市场卡位
三、差异领先
四、资源聚焦
第四节 招商性中小企业攻略
一、招商性中小企业现状及发展瓶颈
二、招商性中小企业成功方略
第五部分 白酒行业发展趋势及战略
第十二章 2015-2020年中国白酒行业发展环境与趋势分析
第一节 中国白酒行业经济环境分析与预测
一、宏观环境对白酒市场的推动作用分析
二、2014年宏观环境对白酒市场的影响分析
三、2014-2015年我国经济前景分析与预测
第二节 2015年中国白酒行业发展环境分析与预测
一、2015年中国白酒行业发展环境
二、2015年中国白酒行业发展预测
第三节 2015-2020年我国白酒行业发展预测

一、2015-2020年我国白酒行业发展预测
二、2015-2020年我国白酒行业发展趋势
三、白酒产业园是白酒行业的未来趋势
第四节 高端白酒行业景气度分析及预测
一、一线超高端白酒“十二五”生存环境无虞
二、高档白酒终端需求预测模型
三、2015年高档白酒及茅台终端需求测算
第五节 未来高端白酒行业发展趋势
一、高端白酒消费结构转化
二、超高端阵营增速加快
三、高端阵营稳步扩
四、次高端阵营较快速发展
五、高端白酒正在从“品牌梯队模式向“多香并立模式转型
第十三章 2015-2020年中国白酒包装发展现状与趋势
第一节 中国白酒包装现状分析
一、白酒包装现状
二、白酒的包装与设计
三、白酒包装的理性回归
四、浅析激光全息材料在白酒纸包装上的应用
第二节 白酒包装发展策略
一、白酒包装设计需个性化发展
二、白酒包装需要推陈出新
三、白酒包装如何打出品牌
四、白酒包装应该以实用为风向标
第三节 白酒包装发展趋势
一、追求高档化
二、崇尚个性化
三、包装材料的变化
四、包装色调上的变化
五、容量上的变化
第十四章 2015-2020年中国白酒行业发展战略分析
第一节 中国白酒行业新盈利模式探析

第二节 白酒企业的利润点
一、高端市场的利润点
二、终端渠道的利润点
三、酒文化的利润点
四、品牌是实在的利润点
第三节 白酒企业的招商策略
一、品牌规划策略
二、市场规划策略
三、招商启动策略
四、白酒企业招商应注意的问题
第四节 白酒海外市场攻略
一、区域的选择
二、模式的选择
三、时机与方式的选择
第五节 二线白酒企业突围的关键要素
一、战略企图
二、声誉产品
三、市场板块
四、团队整合
五、资源匹配度
图表目录
图表：2013年白酒行业主要指标
图表：2013年重点省份白酒行业规模以上企业指标占比情况(%)
图表：2013年白酒行业不同规模企业各项指标占比情况(%)
图表：2013年不同控股类型规模以上白酒企业各项指标占比情况(%)
图表：现阶段白酒行业的8 个特点
图表：2014年各国酒精饮品零售市场规模及过去十年年均增速
图表：2014年世界人均纯酒精消费量
图表：2014年世界人均酒精消费额对比人均GDP
图表：2014年各国烈酒零售市场规模及过去十年增速
图表：2014年各国酒精饮品零售额细分
图表：2002-2016年白酒销售额同比增长率

图表：2002-2016年白酒平均售价同比增长率
图表：2002-2016年白酒销量同比增长率
图表：1997-2014年白酒国内各酒精饮品占比变化
图表：1999-2014年白酒国内主要白酒生产商市场份额(以出厂价计算)
图表：1997-2014年白酒中国白酒市场细分变化(以销量计)
图表：1997-2014年中国白酒市场细分变化(以销售额计)
图表：1998-2014年中国白酒细分市场销量变化
图表：1998-2014年中国白酒细分市场销售额变化
图表：2002-2014年中国高端白酒细分市场销量占有率情况
图表：2002-2014年中国中高端白酒细分市场销量占有率情况
图表：2002-2014年中国低端白酒市场销量占有率情况
图表：2002-2014年中国中低端白酒细分市场销量占有率情况
图表：不同香型白酒工艺比较
图表：2013年1-11月白酒制造主营业务收入及利润总额
图表：2013年1-11月白酒制造工业销售产值
图表：2008-2013年白酒制造业产业规模情况
图表：2008-2013年白酒制造业资本劳动密集度情况
图表：2008-2013年白酒制造业产销情况
图表：2008-2013年白酒制造业成本费用情况
图表：2013年1～11月白酒制造业成本费用结构
图表：2008-2013年白酒制造业盈利情况
图表：2008-2013年白酒制造业成长能力
图表：2008-2013年白酒制造业盈利能力
图表：2008-2013年白酒制造业偿债能力
图表：2008-2013年白酒制造业经营能力
图表：2008-2013年我国白酒月度产量及同比增长情况
图表：2001-2014年白酒产量及同比增速（万千升%）
图表：2013-2014年白酒单月产量及同比增速（万千升 %）
图表：2013-2014年白酒累计产量及同比增速（万千升%）
图表：2002-2014年白酒行业收入、利润增长率走势
图表：2002-2014年来白酒行业毛利率、利润率、费用率
图表：2013-2014年白酒行业分省收入、利润增长及毛利率（按收入占比降序）

图表：2001年8月-2014年8月贵州茅台、五粮液、泸州老窖主要白酒产品出厂价格变动
图表：2014年主要白酒上市公司收入、利润及毛利率情况
图表：2014年白酒和啤酒上市公司营业收入增速加速家数最多
图表：2014年白酒上市公司净利润增速加速家数最多
图表：2014年白酒、葡萄酒和乳品上市公司毛利率环比提升家数最多
图表：2014-2015年白酒单月产量及同比增速（万千升%）
图表：2014-2015年白酒累计产量及同比增速（万千升%）
图表：2014-2015年白酒单月产量及同比增速（万千升 %）
图表：2014-2015年白酒累计产量及同比增速（万千升 %）
图表：2014-2015年白酒累计收入及同比增速（亿元 %）
图表：2014-2015年白酒累计利润及同比增速（亿元 %）
图表：2008-2014年白酒吨酒收入及同比增速（万元吨 %）
图表：2008-2014年白酒毛利率和营业利润率（%）
图表：2005-2014年白酒上市公司整体收入和净利润增速（%）
图表：2005-2014年白酒上市公司毛利率、销售费用率和净利率（%）
图表：2014-2015年白酒三季报情况
图表：2014-2015年白酒单季营业收入增速（单位：%）
图表：2014-2015年白酒单季净利润增速（单位：%）
图表：2014-2015年白酒三季报情况
图表：2014-2015年白酒预收账款（单位：亿元）
图表：2014-2015年一线白酒零售价格跟踪（单位：元）
图表：2014年白酒重点公司三季报概述
图表：2013年1-12月份全国及各省市白酒产量及增长率统计
图表：2014年1-12月全国及各省市白酒(折65度，商品量)产量统计数据
图表：2014年1-11月全国及各省市白酒(折65度，商品量)产量统计数据
图表：2013年1-12月白酒制造业主要经济指标全国统计数据
图表：2014年1-12月白酒制造业主要经济指标全国统计数据
图表：2013年1-12月全国及各省市白酒制造业工业销售产值统计数据
图表：2013年1-12月全国及各省市白酒制造业工业销售产值同比增长
图表：2013年1-12月全国及各省市白酒制造业主营业务收入统计数据
图表：2013年1-12月全国及各省市白酒制造业主营业务收入同比增长
图表：2013年1-12月全国及各省市白酒制造业产成品统计数据

图表：2013年1-12月全国及各省市白酒制造业产成品同比增长

图表：2014年1-12月全国及各省市白酒制造业工业销售产值统计数据

图表：2014年1-12月全国及各省市白酒制造业工业销售产值同比增长

图表：2014年1-12月全国及各省市白酒制造业主营业务收入统计数据

图表：2014年1-12月全国及各省市白酒制造业主营业务收入同比增长

图表：2014年1-12月全国及各省市白酒制造业产成品统计数据

图表：2014年1-12月全国及各省市白酒制造业产成品同比增长

图表：2013年1-12月全国及各省市白酒制造业资产合计

图表：2013年1-12月全国及各省市白酒制造业资产合计同比增长

图表：2013年1-12月全国及各省市白酒制造业流动资产合计

图表：2013年1-12月全国及各省市白酒制造业流动资产合计同比增长

图表：2013年1-12月全国及各省市白酒制造业负债合计

图表：2013年1-12月全国及各省市白酒制造业负债合计同比增长

图表：2014年1-12月全国及各省市白酒制造业资产合计

图表：2014年1-12月全国及各省市白酒制造业资产合计同比增长

图表：2014年1-12月全国及各省市白酒制造业流动资产合计

图表：2014年1-12月全国及各省市白酒制造业流动资产合计同比增长

图表：2014年1-12月全国及各省市白酒制造业负债合计

图表：2014年1-12月全国及各省市白酒制造业负债合计同比增长

图表：2013年1-12月全国及各省市白酒制造业全部从业人员平均人数统计数据

图表：2013年1-12月全国及各省市白酒制造业全部从业人员平均人数同比增长

图表：2013年1-12月全国及各省市白酒制造业企业单位数统计数据

图表：2014年1-12月全国及各省市白酒制造业全部从业人员平均人数统计数据

图表：2014年1-12月全国及各省市白酒制造业全部从业人员平均人数同比增长

图表：2014年1-12月全国及各省市白酒制造业企业单位数统计数据

图表：2013年1-12月全国及各省市白酒制造业利润总额统计数据

图表：2013年1-12月全国及各省市白酒制造业利润总额同比增长

图表：2013年1-12月全国及各省市白酒制造业亏损企业单位数统计数据

图表：2013年1-12月全国及各省市白酒制造业亏损企业亏损总额统计数据

图表：2013年1-12月全国及各省市白酒制造业亏损企业亏损总额同比增长

图表：2014年1-12月全国及各省市白酒制造业利润总额统计数据

图表：2014年1-12月全国及各省市白酒制造业利润总额同比增长

图表：2014年1-12月全国及各省市白酒制造业亏损企业单位数统计数据
图表：2014年1-12月全国及各省市白酒制造业亏损企业亏损总额统计数据
图表：2014年1-12月全国及各省市白酒制造业亏损企业亏损总额同比增长
图表：2014年白酒行业细分市场销售额结构
图表：2014年白酒行业细分市场销量结构
图表：团购模式直达客户的网络
图表：白酒团购模式进程
图表：2014-2015年白酒团购主导企业或品牌的增速明显超越行业收入增速
图表：终端团购商和新型单位团购商的客户群
图表：白酒团购客户开发和主导客户需求的流程
图表：白酒名酒商超和批发价格差距较大（元）
图表：2011-2015年谨慎预期下梦之蓝的收入增长变化
图表：洋河和酒鬼酒团购商品牌资源
图表：洋河上海市场渠道结构明显向团购转化
图表：酒鬼酒收入增速和2014年湖南收入的渠道结构（%）
图表：白酒团购模式综合竞争力
图表：白酒不同优势的企业分布
图表：2005-2016年白酒300元以上价位市场容量及增速预测（亿元%）
图表：洋河省内和省外各个市场平均营收比较（百万元）
图表：不同名酒的团购模式增长弹性空间
图表：2011-2015年洋河的团购商发展数量趋势、组织架构和营收贡献占比
图表：名酒的收入增速开始明显超越行业增速，且稳定性更强（%）
图表：白酒一线名酒与其他品牌的规模比较（亿元）
图表：团购占比较高的名酒公司占比（%）
图表：2008-2016年白酒梦之蓝谨慎预测下营收及增速
图表：2008-2016年白酒汾酒次高端收入规模快速提升
图表：五粮液的专卖店分别达到1148家
图表：团购网络将随一线名酒参与而更加强化
图表：我国高端白酒消费的主要群体分析
图表：我国高端白酒需求结构分析
图表：我国高端白酒消费的主要群体分析
图表：消费者自己喝的最多的白酒品牌

图表：消费者最喜欢喝哪种香型的白酒
图表：消费者喝的最多的白酒产品是哪个度数
图表：消费者认为好的白酒产品应具备的核心条件
图表：消费者在家里和饭馆喝白酒哪个多
图表：消费者认为购买自己喝的白酒多少钱一瓶最合适
图表：消费者认为购买礼品白酒多钱一瓶最合适
图表：消费者平均每月自己喝白酒的花费
图表：消费者一般是在什么地点购买白酒产品
图表：白酒购买类型调查图
图表：影响消费者购买动机调查表
图表：白酒市场消费者购买方式调查分析图
图表：白酒市场消费者购买目的调查分析图
图表：消费者对广告和促销影响力的态度调查分析图
图表：高通胀的年份：04年、07年、11年，CPI不断走高
图表：高通胀的年份，白酒上市企业的利润增速出现不俗表现
图表：高通胀环境，白酒通常的消费规律改变，预收款不降反升
图表：不同时代需求的变迁推动渠道模式的变化
图表：全国财政收入、支出增长
图表：财政收入GDP的比重持续十年稳步上升
图表：02年开始，税收、企业盈余的占比不断提升
图表：从02到11年，工业企业利润增速平均为31.5%
图表：1999-08年住宿和餐饮单位个数
图表：1999-08年住宿和餐饮从业人数增长近5倍
图表：不同价位产品的需求特质、营销模式分析
图表：部分白酒上市公司营销模式对比
图表：2013年与2014年全国及各省市啤酒产量及增长率统计数据
图表：2001-2014年年啤酒产量及同比增速（万千升%）
图表：2014年1-11月全国及各省市啤酒产量统计数据
图表：2014-2015年啤酒单月产量及同比增速（万千升 %）
图表：2014-2015年啤酒累计产量及同比增速（万千升 %）
图表：2014-2015年啤酒累计收入及同比增速（亿元 %）
图表：2014-2015年啤酒累计利润及同比增速（亿元 %）

图表：2014-2015年啤酒吨酒收入及同比增速（万元吨 %）
图表：2014-2015年啤酒毛利率和营业利润率（%）
图表：2013年与2014年全国及各省市葡萄酒产量及增长率统计数据
图表：2014年1-11月全国及各省市葡萄酒产量统计数据
图表：2014-2015年葡萄酒单月产量及同比增速（万千升 %）
图表：2014-2015年葡萄酒累计产量及同比增速（万千升 %）
图表：2014-2015年葡萄酒单月进口量（万千升 %）
图表：2014-2015年葡萄酒累计进口量（万千升 %）
图表：2014-2015年葡萄酒累计收入及同比增速（亿元 %）
图表：2014-2015年葡萄酒累计利润及同比增速（亿元 %）
图表：2014-2015年葡萄酒吨酒收入及同比增速（万元吨 %）
图表：2014-2015年葡萄酒毛利率和营业利润率（%）
图表：2014年前三季度五粮液股份有限公司经营效益
图表：2014年五粮液集团有限公司主营构成数据分析表
图表：2014年五粮液集团有限公司主营构成数据分析表
图表：2011-2014年五粮液集团有限公司主要财务数据分析表
图表：2011-2014年五粮液集团有限公司利润构成与盈利能力分析表
图表：2011-2014年五粮液集团有限公司经营能力分析表
图表：2011-2014年五粮液集团有限公司发展能力分析表
图表：2011-2014年五粮液集团有限公司资产与负债分析表
图表：2014年贵州茅台股份有限公司经营效益
图表：2014年贵州茅台酒股份有限公司主营构成数据分析表
图表：2014年贵州茅台酒股份有限公司主营构成数据分析表
图表：2011-2014年贵州茅台酒股份有限公司主要财务数据分析表
图表：2011-2014年贵州茅台酒股份有限公司利润构成与盈利能力分析表
图表：2011-2014年贵州茅台酒股份有限公司经营能力分析表
图表：2011-2014年贵州茅台酒股份有限公司发展能力分析表
图表：2011-2014年贵州茅台酒股份有限公司资产与负债分析表
图表：2014年泸州老窖股份有限公司经营效益
图表：2014年泸州老窖股份有限公司主营构成数据分析表
图表：2014年泸州老窖股份有限公司主营构成数据分析表
图表：2011-2014年泸州老窖股份有限公司主要财务数据分析表

图表：2011-2014年泸州老窖股份有限公司利润构成与盈利能力分析表
图表：2011-2014年泸州老窖股份有限公司经营能力分析表
图表：2011-2014年泸州老窖股份有限公司发展能力分析表
图表：2011-2014年泸州老窖股份有限公司资产与负债分析表
图表：2014年四川水井坊股份有限公司主营构成数据分析表
图表：2011-2014年四川水井坊股份有限公司主要财务数据分析表
图表：2011-2014年四川水井坊股份有限公司利润构成与盈利能力分析表
图表：2011-2014年四川水井坊股份有限公司经营能力分析表
图表：2011-2014年四川水井坊股份有限公司发展能力分析表
图表：2011-2014年四川水井坊股份有限公司资产与负债分析表
图表：2014年四川沱牌舍得酒业股份有限公司主营构成数据分析表
图表：2011-2014年四川沱牌舍得酒业股份有限公司主要财务数据分析表
图表：2011-2014年四川沱牌舍得酒业股份有限公司利润构成与盈利能力分析表
图表：2011-2014年四川沱牌舍得酒业股份有限公司经营能力分析表
图表：2011-2014年四川沱牌舍得酒业股份有限公司发展能力分析表
图表：2011-2014年四川沱牌舍得酒业股份有限公司资产与负债分析表
图表：2014年前三季度山西杏花村汾酒厂股份有限公司经营效益
图表：2014年山西杏花村汾酒集团有限责任公司主营构成数据分析表
图表：2011-2014年山西杏花村汾酒集团有限责任公司主要财务数据分析表
图表：2011-2014年山西杏花村汾酒集团有限责任公司利润构成与盈利能力分析表
图表：2011-2014年山西杏花村汾酒集团有限责任公司经营能力分析表
图表：2011-2014年山西杏花村汾酒集团有限责任公司发展能力分析表
图表：2011-2014年山西杏花村汾酒集团有限责任公司资产与负债分析表
图表：2014年安徽古井贡酒股份有限公司主营构成数据分析表
图表：2011-2014年安徽古井贡酒股份有限公司主要财务数据分析表
图表：2011-2014年安徽古井贡酒股份有限公司利润构成与盈利能力分析表
图表：2011-2014年安徽古井贡酒股份有限公司经营能力分析表
图表：2011-2014年安徽古井贡酒股份有限公司发展能力分析表
图表：2011-2014年安徽古井贡酒股份有限公司资产与负债分析表
图表：2014年酒鬼酒股份有限公司主营构成数据分析表
图表：2011-2014年酒鬼酒股份有限公司主要财务数据分析表
图表：2011-2014年酒鬼酒股份有限公司利润构成与盈利能力分析表

图表：2011-2014年酒鬼酒股份有限公司经营能力分析表
图表：2011-2014年酒鬼酒股份有限公司发展能力分析表
图表：2011-2014年酒鬼酒股份有限公司资产与负债分析表
图表：十二五部分酒厂产能扩充计划
图表：白酒主产区十二五规划
图表：白酒公司十二五规划
图表：2001-2014年白酒新增产能
图表：2014年各白酒上市公司前5大客户贡献收入占比
图表：2014年国内白酒上市公司销售+管理费用率水平
图表：2007-2014年三大高端白酒中间渠道利润率
图表：白酒公司价格机制
图表：高档白酒终端需求预测模型逻辑图
图表：高档白酒政务需求预测模型
图表：高档白酒商务需求预测模型
图表：2014年高档白酒销售收入和终端消费额估算
图表：2008-2015年高档白酒个人消费终端需求估算
图表：2014年高档白酒终端消费额估算
图表：2014年高档白酒终端消费结构估算
图表：2015年高档白酒终端需求敏感性分析
图表：2015年茅台终端需求敏感性分析
图表：白酒行业未来两年面临外部环境的情景假设
图表：在三种情景下高档白酒和茅台的终端需求增速估计
图表：2008-2015年高档白酒悲观情景下的终端需求
图表：2008-2015年高档白酒中性情景下的终端需求
图表：2008-2015年高档白酒乐观情景下的终端需求

详细请访问：http://www.cction.com/report/201506/123108.html