

# 2008年中国白酒市场分析及投资 前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

## 一、报告报价

《2008年中国白酒市场分析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.cction.com/report/200807/3553.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

### 第一章 2007年我国白酒制造业运行情况

#### 第一节 中国白酒行业特点和市场特征

##### 一、行业特点分析

##### 二、市场特性分析

##### 三、区域市场简析

#### 第二节 2007我国白酒行业的发展分析

##### 一、白酒行业的发展特征

##### 二、白酒行业市场集中度

##### 三、白酒消费持续增长的具体原因

##### 四、白酒行业关注的问题

##### 五、白酒行业存在问题

#### 第三节 2007-2008年我国白酒市场分析及预测

##### 一、2007年我国白酒市场产销

##### 二、2007年我国白酒制造企业情况

##### 三、白酒行业区域市场产量分析

#### 第四节 2007年白酒行业经济运行分析

##### 一、2007年白酒行业总产值统计分析

##### 二、2007年白酒制造业评价指标统计分析

###### (一) 资本保值增值率

###### (二) 资本负债率

###### (三) 产值利税率

###### (四) 资金利润率

###### (五) 成本费用利润率

###### (六) 人均销售率

###### (七) 产成品资金占用率

##### 三、2007年白酒行业盈亏情况分析

###### (一) 企业单位数

###### (二) 亏损企业单位数

##### 四、2007年白酒行业资产负债指标分析

###### (一) 流动资产平均余额

###### (二) 固定资产净值平均余额

(三) 资产合计

(四) 负债合计

## 五、2007年白酒行业产销存统计分析

(一) 产品销售成本

(二) 产品销售费用

(三) 产品销售税金及附加

(四) 财务费用

## 第五节 中国白酒行业发展预测

## 第二章 白酒包装现状与发展

### 第一节 白酒印刷包装发展现状及发展

### 第二节 白酒包装建议

一、白酒包装应打响品牌

二、白酒包装需要推陈出新

三、白酒包装需树立品牌形象

### 第三节 白酒包装趋势分析

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

## 第三章 高端白酒市场

### 第一节 高端白酒市场总体分析

一、高端白酒潮流

二、高端白酒成为潮流的原因

三、高端白酒何以制胜

四、高端白酒市场

五、高端白酒降温的三大理由

### 第二节 高端白酒的啤酒效应分析

一、白酒巨头的引导效应

二、现代商务经济发展的高价值需求

- 三、外来资本的利润最快化需求
- 四、新品酒不透明的价格空间吸引力
- 五、低端市场的切入空间相对较小
- 六、中国传统的礼文化的带动
- 七、中低端品牌提升形象

### 第三节 高端白酒的经营风险分析

### 第四节 高端白酒渠道布局分析

### 第五节 中国高端白酒企业市场“生态特点”

### 第六节 高度酒市场

## 第四章 消费者及消费调查分析

### 第一节 消费者的白酒需求分析及消费群体的构成

- 一、白酒主力消费群分析
- 二、白酒主力消费群消费需求价值分析

### 第二节 消费者行为分析

- 一、三成消费者经常喝白酒
- 二、近三成消费者广告难以诱惑
- 三、近五成消费者感觉好酒太少
- 四、酒购买场所看重便捷放心

### 第三节 南京地区白酒消费者调查

- 一、白酒市场基本消费状况
- 二、白酒消费心态：传统与创新并存
- 三、白酒消费更注重知名度、美誉度、忠诚度

### 第四节 经销商白酒市场调查

- 一、白酒产品品牌市场现状
- 二、中档白酒调查分析
- 三、低档白酒调查分析
- 四、消费者行为现状
- 五、白酒品牌发展前景

## 第五章 中国白酒区域市场分析

### 第一节 北京白酒市场分析

一、北京市白酒市场

二、北京市白酒消费与市场

三、北京白酒品牌点评与竞争分析

第二节 上海白酒需求分析

一、上海白酒消费市场的振兴之道

二、上海市白酒市场概况

三、上海市白酒消费分析

四、品牌简评与竞争分析

第三节 广州白酒市场分析

一、广州白酒市场

二、广州市白酒消费分析

三、品牌点评与竞争分析

第四节 深圳市白酒市场分析

一、深圳白酒市场

二、深圳市白酒消费分析

三、品牌点评与竞争分析

第五节 河南白酒市场分析

一、河南白酒市场

二、河南白酒消费分析

三、品牌点评与竞争分析

第六节 山西白酒市场分析

一、山西白酒市场

二、山西白酒消费分析

三、品牌点评与竞争分析

第七节 四川白酒市场分析

第八节 陕西白酒市场分析

第九节 贵州白酒市场分析

一、贵州白酒市场

二、贵州白酒消费分析

三、品牌点评与竞争分析

第十节 山东白酒需求分析

一、白酒行业状况

二、山东市场分析

三、企业现状分析

四、竞争品牌分析

五、消费习惯分析

六、促销分析

七、宋河品牌的SWOT分析

第十一节 江苏白酒市场分析

第十二节 浙江白酒市场分析

第十三节 辽宁白酒市场分析

第十四节 黑龙江白酒市场分析

第十五节 武汉市白酒市场

一、武汉市白酒市场

二、品牌透视与竞争分析

第十六节 中国农村白酒市场

第六章 中国白酒业竞争格局分析

第一节 白酒市场竞争格局发生的变化

第二节 中国白酒品牌竞争力分析

一、白酒并非夕阳产业

二、中国白酒成就世界级品牌的资源优势

三、酒企业营销观念的滞后导致发展遭遇“瓶颈”

第七章 中国白酒重点企业分析

第一节 五粮液集团有限公司

一、基本情况

二、2007年经营状况分析

三、企业最新动态

第二节 贵州茅台

一、基本情况

二、2007年经营状况分析

三、企业最新动态

四、2010年贵州茅台年销售额预测

### 第三节 泸州老窖股份有限公司

#### 一、基本情况

#### 二、2007年经营状况分析

#### 三、企业最新动态

### 第四节 安徽古井贡酒股份有限公司

#### 一、基本情况

#### 二、2007年经营状况分析

## 第八章 中国白酒市场销售渠道分析

### 第一节 白酒销售渠道现状分析

#### 一、白酒销售渠道重心下移

#### 二、白酒经销商现状及关系管理

### 第二节 白酒渠道策略分析

#### 一、渠道细化

#### 二、产品结构的渠道细化

#### 三、渠道细化的客户策略

#### 四、核心渠道的市场定位

### 第三节 白酒终端构成及发展

#### 一、终端建设

#### 二、终端管理

### 第四节 白酒终端管理

#### 一、终端建设的误区

#### 二、案例分析：沧海一笑酒渠道战术设计

## 第九章 中国白酒市场营销策略分析

### 第一节 高档白酒的价格定位方案分析

### 第二节 白酒企业广告分析

#### 一、白酒广告法规

#### 二、中国酒类广告投放分析

#### 三、白酒广告投放策略

### 第三节 白酒企业促销行为分析

#### 一、促销管理阶段性工作

- 二、具体活动执行管理
- 三、分阶段促销管理
- 四、区域负责人在促销活动中的作用
- 五、促销活动应注意的问题

## 第十章 白酒市场的品牌策略分析

### 第一节 现有企业采用的品牌策略分析

- 一、皖系白酒品牌策略分析
- 二、川酒品牌策略
- 三、黔酒品牌策略
- 四、湘酒品牌策略
- 五、豫酒品牌策略

### 第二节 白酒品牌管理概要

- 一、白酒品牌建设的十条法则
- 二、白酒品牌如何攻克中型城市

### 第三节 中小白酒生产企业营销策略分析

- 一、成功案例分析：山东省青州市云门春酒业
- 二、共性策略

## 第十一章 白酒行业发展预测

### 第一节 2008-2010年中国白酒行业发展趋势及预测

- 一、白酒工业发展趋势
- 二、白酒逆向营销策略的建议
- 三、2010年白酒行业发展“新”格局

### 第二节 白酒业可能面临的问题及挑战

### 第三节 我国酿酒行业“十五”计划和2015年规划的主要内容

- 一、关于行业发展的指导思想
- 二、产品结构与产品质量
- 三、技术结构和装备水平
- 四、出口创汇
- 五、原材料结构
- 六、治理污染

## 第十二章 2007年中国宏观经济环境

### 第一节 2007年宏观经济运行分析

- 一、总体情况
- 二、农业生产
- 三、工业生产
- 四、固定资产投资
- 五、国内市场销售
- 六、消费价格
- 七、对外贸易
- 八、居民收入
- 九、货币供应量

### 第二节 2008年宏观经济发展趋势及影响预测

## 第十三章 中国白酒产业政策环境

### 第一节 2005-2007年白酒行业政策的变化

- 一、2005年起我国酒类产品纳入质量等级认证
- 二、透视2006年4月白酒业政策新动向
- 三、商务部下发《酒类流通管理办法实施细则》
- 四、白酒业出炉首个自律标志
- 五、《预包装饮料酒标签通则》

### 第二节 白酒行业标准的制定及修订状况

- 一、中国白酒标准的制修订情况
- 二、修订我国名优白酒标准的建议措施

### 第三节 白酒消费税改革探讨

- 一、白酒业消费税政策存在问题
- 二、消费税新税率对白酒业的影响分析
- 三、对白酒行业税收政策的建议

## 第十四章 我国白酒产业技术环境分析

### 第一节 生物工程技术的研究

- 一、窖泥微生物研究
- 二、酱香功能菌的研究

第二节 酿酒发酵机理的研究

第三节 白酒香味成分剖析

第四节 生产工艺的改革与创新

一、麸曲酱香白酒工艺创新

二、复式发酵

三、分层发酵

四、夹泥发酵

五、汾酒发酵的最高品温控制

六、将先进的纳米技术引入白酒行业

第五节 白酒贮存研究

第六节 新型白酒的发展

第七节 低度酒的生产与发展

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200807/3553.html>