# 白酒市场的调查报告

来源：网络 作者：醉人清风 更新时间：2024-07-03

*一市场竞争资讯产品k/a价零售价酒店价备注52度珍品黄鹤楼118120－125168—188外盒黄鹤楼为银42度珍品黄鹤楼108105－110148—158外盒黄鹤楼为铜色，进价88十五年白云边158155－16018842度，500ml兼...*

一市场竞争资讯

产品k/a价零售价酒店价备注

52度珍品黄鹤楼118120－125168—188外盒黄鹤楼为银

42度珍品黄鹤楼108105－110148—158外盒黄鹤楼为铜色，进价88

十五年白云边158155－16018842度，500ml

兼香型

九年白云边6259－6088—98

五年白云边2825—27“再来一瓶”

五年口子窖81.885－88118—13846度，400ml

御尊口子窖128/168—188

珍品口子坊58/88－98

迎驾金星//148推广半年，暂只做酒店，很一般

迎驾银星//88

枝江王2826—294839度，500ml，流通量特大

金版枝江王4440—4358

二．市场消费特征

1.主流产品及其主流价位（酒店价）

188—288特制黄鹤楼、二十年白云边、十年口子窖、五星迎驾

148—188珍品黄鹤楼、御尊口子窖、五星枝江、十五年白云边

108—138五年口子窖、迎驾金星

88—98九年白云边、迎驾银星、珍品口子坊

48—68金版枝江王、五年白云边

2.XX市区常驻人口850万（含郊区），流动人口200万左右，白酒消费量大。市场容量估计在20－25个亿之间。xx年白云边在武汉销售额将突破4.5个亿，枝江、稻花香两者销售总额将突破10个亿，黄鹤楼销售额接近1个亿。

3.武汉白酒市场整体以湖北地产酒为主，比重达60％—70％，单价在60元以内的主流白酒主要为枝江、九年白云边；百元以上从xx年起发展较快，珍品黄鹤楼占得该价位领先优势。

4.中档白酒以42度—46度为主，高档酒以50度—52度为主，半斤装白酒占据白酒销量得35％左右。白云边今年在酒精度上引入53度得概念，市场反映较好。浓香、兼香为主流香型，对包装、颜色讲究不多，几乎都是纸盒包装，内瓶以玻璃瓶为主。

5.武汉白酒消费水平较高，朋友家庭之间得宴请以88—98价位居多，九年白云边在该价位耕耘七八年年时间，凭借建香型得口感和较好得酒质，占据该价位80％左右得市场份额。政务、商务宴请以168—188居多，该价位近两年发展势头较好。

6.武汉三镇经济发展不平衡，使得白酒消费呈现不同得消费特点。汉阳经济发展水平最低，以汽车制造、桥梁设施、现代机械等重工业为主，人口构成比例中以工人为主，因此在该区以低档桶装酒、枝江、稻花香、醇品古琴台销售最多，九年白云边以上价位白酒销量很少。武昌以科研院校、党政机关为主，因此白酒消费地产色彩和行政色彩比较浓厚，珍品黄鹤楼、九年白云边、十五年白云边销售最多；而且在该区消费者对价格关注小一些，主流产品价格都比其它区域多10—20元。汉口以商业为主，流动人口外来人口比较多，地产壁垒比其它两镇低一些，因此外来白酒如五年口子窖、迎驾都选择以汉口作为突破口。

7.武汉10—30元白酒，比重在40％左右；40—60元白酒比重在30左右，88—108比重在20％左右（渠道价）。

8.XX市民占便宜消费心理严重，对促销活动兴趣高，易受广告影响。各种广告形式，电视广告最受喜欢，车体、楼体、店招等广告随处可见。但出租车车后贴广告迄今为止没有一家白酒企业采用（据调研，一辆出租车广告费用大概在100，其中给出租车司机20元，管理局40元，出租车公司20—30元，其它费用10元）。

9.因为武汉占便宜心理严重，白酒盒内促销几乎没有，各品牌都是在盒外进行促销，送现金、小礼品等。

三．市场渠道特征

a.汉口武昌主要渠道为酒店、大型卖尝便利店；汉阳二批所占比重大一些。白云边专卖店、名烟名酒店开始兴起。

b.家乐福、易初莲花、沃尔玛等国际性卖场中高档酒销售较好；但相对于本地超市，其量不可相提并论。武汉如中百仓储、中百超市、武商、中商平价等本地超市拥有280多家门店，60元以下价位的鄂酒在本地超市中销量极大。今年11月。武汉中百仓储超市与白云边、稻花香、枝江达成战略合作协议，以集中展示、开设专柜、直供销售等形式，帮助鄂酒扩大市场占有率。

c.武汉餐饮渠道发达，大型酒店300多家，中型酒店1500多家，其它酒店4000多家，而且大型酒店都是以连锁经营为主，

d.大型卖场进场费在1.5—3万/店，堆头费在1万左右每月。各品牌都是长期上促销员，促销员平均工资在800—900。

e.新兴起的名烟名

酒店、便利店对利润要求较高，零数108左右的利润要求在12元左右；零售60的的利润要求在8元左右。

f.批发市场主要有汉正街市尝何滨批发市场；其中河滨市场有100多家酒水批发商，以中低档白酒为主，主要辐射XX市郊河周边县区，也有部分回流市区销售。

g.雪花啤酒、百威啤酒代理商今年（xx年）年初开始在百岁鱼庄、锅加锅等火锅店尝试酒水大包，陪送中低档酒，但不是很成功。

四．品牌分析

枝江系列

1997年进入XX市场，前期铺货几乎是免费赠送，通过车体广告、动力车、飞艇等多样的广告形式，在1999年年初成为XX市场第一品牌。枝江系列主要以中低档为主，再加上进入成熟期，利润空间很校xx年，随着宜昌一批高官调任湖北省省委书记等，对枝江关爱有加，枝江酒业开发五星枝江、四星枝江。但是由于枝江系列的优势太多的集中在中低档10—30元价位，向高端的延伸并没有取得实质性成功。xx年下半年，大力推广金版枝江王和百年老字号枝江，这两款产品开发非常成功。xx年初，枝江又开发初谦泰吉枝江（239元/瓶）和二十年陈枝江（158元/瓶）。xx年下半年枝江加大广告力度，在《武汉晚报》刊登系列整版广告，宣传企业社会价值、生产工艺等。总而言之，枝江系列优势集中在10—30元价位，量大利润薄，问题多。

白云边

主打产品为定位于中高端的九年白云边、三年和五年白云边定位于中低端。而市场真正表现出众的只有九年白云边。九年白云边的优势在于零售60的价格定位和当时该价位竞争较孝通过长期的品牌积累塑造的产品美誉度及其兼香型的口感带来特殊的消费体验。九年白云边畅销八年而不衰，但是面临假酒、窜货、利润小等问题，而且随着消费升级。60的价位比较尴尬。十五年白云边在中高档酒店动销情况也不错。

xx年，白云边为解决产品进入成熟后期的弊病和占有浓香型市场份额，开发金二星到金五星四个产品，五星158元/瓶，四星60元/瓶，三星38元（45度，500ml，浓香型），该款产品为年份酒出产品线补充产品产品线，通过大力度让利，买赠等活动弥补了渠道利润不足，同时丰富了香型，比较成功。但是仍然没有解决消费升级代理的产品比较尴尬的局面。总体而言：白云边老当益壮不可能。

黄鹤楼

xx年下半年重新崛起，其价格定位在白云边和剑南春之间的价位空间，先期进入市场的三个品种为特制黄鹤楼、珍品黄鹤楼、精品黄鹤楼。52度黄鹤楼商超价268元，为形象产品，珍品黄鹤楼（52度和42度两个产品）为主打产品，精品黄鹤楼定位在流通产品。xx年在武汉销售额为7800万，xx年估计为1个亿。黄鹤楼畅销产品主要是52度产品，42度产品销量很少。

黄鹤楼成功原因分析如下：

a：对a,b类酒店老板大力度公关，终端对消费者促销，开创了一个先例；

b：价格定位比较号，回避了激烈的竞争，在新的价位空间进行市场推广，通过高价格高开瓶费的形式，得到了服务员的大力支持；

c：通过赞助“武汉旅游节”开展“喝黄鹤楼酒送旅游节门票”，打火机等，而且与天龙黄鹤楼足球队互动等互动性的公关活动，打开了知名度；

d：当地政府的支持与保护作用非常大：如黄鹤楼铺市初期，武汉商务局出面协助与当地核心连锁卖场谈进尝餐饮协会用行政力量帮助其进入a,b类生意火爆酒店；

f：对权力机关公关力度大，而且黄鹤楼本身就是行政干预下的产物。

黄鹤楼在取得比较大的成功背后，，面临严重的窜货、假酒、团购酒回流市场销售、公司动荡等因素困惑。总而言之，黄鹤楼取得了短期成功，后期如何发展还需要时间的检验。

五年口子窖

运作XX市场五六年，主要做酒店终端，对外地酒来说还算成功，但没有办法取得突破性增长。其中原因个人分析如下：

a：118—138价位层销量偏小，仍需要较长的时间来引导和迎合当地的消费升级现象的到来；

b：400ml装在武汉水土不服，这里对容量讲究比较多，低于450ml的白酒接受程度比较

低；

c：广告力度和酒店投入比较小；

其它品牌

古琴台在汉阳销售还行，但是在武汉整体销售还没有形成气候；洋河集团贴牌生长的“汉酒”，拥有5个产品，主要渠道为商超，在商超进行大力度买赠促销。因为与洋河偏离太大，没有办法分享洋河的品牌资源，市场推广比较失败。

湖北白酒产业经过多年的发展，如今整个市场的容量在60亿元以上，其中XX市场约有20多亿的容量，巨大的市场容量吸引了诸多白酒品牌到湖北市场淘金，湖北白酒市场的竞争重点依然集中在稻花香和枝江、白云边三个白酒企业之间。

从湖北的主要市场来看，武汉作为省会城市，消费能力较强，白酒竞争最为激烈；宜昌作为省内重要产酒区，主流品牌是枝江、稻花香、金六福；十

堰是湖北西北地区门户城市，主流品牌为枝江、金六福；东部的黄石位于安徽、江西与湖北的交界处，主流品牌是白云边等。从消费格局来看，中低档白酒占据湖北市场消费的主流，消费习性和总体特征趋于保守。一般商务应酬以酒店价30-80元左右的地产名牌为主；一般聚饮主要以10-30元之间的地产品牌为主，表现出追求实惠的消费心理；比较重要的应酬则以酒店价160元以上全国性名酒为主。

近几年河北白酒产业发展迅速，湖北白酒“走出去”战略取得明显成绩，白云边在江西、河南等地取得销售佳绩，省外销售首次突破亿元。枝江酒业借助央视等宣传渠道，成功打向全国市场，在安徽、江苏等地落地开花。稻花香则很早就开拓了广东市场，在当地占据一席之地。

湖北不仅是白酒消费大省，也是生产大省，白酒正在成为全省重点打造的支柱产业之一。湖北省白酒生产集中在宜昌、荆州、襄樊等地区，稻花香、白云边、枝江大曲等的白酒产量占全省的70%以上，而白酒消费则以XX市场为主，四川、贵州等地知名白酒不断抢占湖北白酒市常

面对湖北白酒现状，湖北白酒厂家与管理行业应当树立名牌意识，发挥自身优势，走民族特色之路：力推独具特色的具有不同风味和风格的民族酒中珍品；走规模化、多元化、集团化的酒业之路。这样，湖北酒业才能在激烈的市场竞争中发展壮大起来。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找