

2016-2022年中国高端白酒产业专项调查及十三五 盈利空间评估报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2016-2022年中国高端白酒产业专项调查及十三五盈利空间评估报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/jiulei/240824240824.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

白酒作为中国的国酒，是中国文化和情感的载体，而高端白酒理应肩负起与奢侈洋酒分庭抗礼的责任。近年来，在茅台、国窖1573等高端白酒的带领下，中国白酒正逐渐展现出深厚的文化内涵与气质，这是中国白酒走向世界最有力的武器。随着中国文化的不断复兴，高端白酒也必将随着中国走向世界。茅五剑一直被业内和消费者几乎公认的高端白酒品牌形象。继三大品牌后，国窖1573、水井坊、舍得酒突破原母公司的中低端品牌形象，打破高端白酒竞争格局。一些中低档品牌觊觎高端白酒市场巨大的市场与利润空间，也相继开发了高端白酒品规，但都差强人意，难有建树，最终落得高开低走，主要销售价格段位与品牌期望值相差甚远。中国高端白酒占据了整体白酒市场份额15%。随着消费者消费能力愈发增强，消费健康意识越来越浓，对白酒消费高附加值有了更高的期望。高端白酒的市场份额在逐年增长。

白酒行业的传统销售旺季在年末至第二年春节前，对于高端白酒来说更是如此。不过，2012年高端白酒遭遇了冷冬，白酒行业存在自身发展瓶颈，塑化剂事件不过是引发市场低迷的“催化剂”。2012年1-12月，全国白酒（折65度，商品量）的产量达115.3亿升，同比增长18.55%。2012年12月份，我国生产白酒12.83亿升，同比增长11.86%。此外，中高端白酒的产能也将大幅提高。茅台基酒将从3万吨提高到6万吨，系列酒达到10万吨；五粮液将实现30万吨产能；郎酒优质基酒将达到5万吨。从行业层面看，白酒行业的高速扩张已经到了需求难以与之匹配的地步。以塑化剂事件为界，白酒行业粗放式发展的黄金时代或许已经过去，靠放大杠杆、盲目扩张将不再有效。

对于高端白酒来说，多年的粗放式急速发展确实为行业带来了巨大的回报，但同时也令这个市场变得更加急功近利、市场秩序出现混乱的苗头，“优胜劣汰”的行业洗牌已不可避免。即便无政策利空，高端白酒过去野蛮生长的模式也难以为继。未来几年，高端白酒快速增长的局面将会放缓，高端白酒消费会继续维持在一个稳定的水平。高端酒市场规模虽然不及中低端市场，但却有着利润空间巨大、有利于提升品牌形象等特点。同时，为提升高端白酒品牌形象，使价格与价值相符，许多高端白酒不得不在包装、内涵、品味的打造上下足功夫，做足文章；同时，未来高端白酒在餐饮搭配引导、口感宣传的形象化、贵族品味的打造上也在下苦功。酒类品牌的培育和提升已经成为中国酒业面临的共同课题，而高端白酒对于品牌塑造和提升的需求尤为紧迫，广告轰炸、包装宣传、年份炒作、历史挖掘等这些同质化的营销策略对于高端白酒品牌的提升来说显然已经不能满足市场发展的需要。只有实施全方位的整合营销传播，从单纯卖产品转为运营维护和提升品牌，和经销商建立稳定、有效的联系，在消费者心目中树立有特色、有品位的品牌形象，才能取得白酒业内“造星运动”的根本胜利。

《2016-2022年中国高端白酒产业专项调查及十三五盈利空间评估报告》由观研天下（Insight&InfoConsultingLtd）领衔撰写，在周密严谨的市场调研基础上，主要依据国家统计数

据，海关总署，问卷调查，行业协会，国家信息中心，商务部等权威统计资料。

报告主要研行业市场经济特性（产能、产量、供需），投资分析（市场现状、市场结构、市场特点等以及区域市场分析）、竞争分析（行业集中度、竞争格局、竞争对手、竞争因素等）、产业链分析、替代品和互补品分析、行业的主导驱动因素、政策环境。为战略投资或行业规划者提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

【报告大纲】

第一部分 白酒行业及市场分析

第一章 中国白酒行业整体发展情况分析

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
- 四、白酒生产的特性

第二节 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

第三节 2014-2015年中国白酒行业运行情况分析

- 一、2014年中国白酒行业运行情况
- 二、2015年白酒行业发展分析
- 三、2015年中国白酒行业运行情况
 - （一）行业规模
 - （二）资本劳动密集度
 - （三）产销情况
 - （四）成本费用结构
 - （五）盈利情况
 - （六）行业运营绩效

第四节 2016年中国白酒行业运行情况分析

- 一、2016年我国白酒行业生产情况分析
- 二、2016年我国白酒行业盈利情况分析
- 三、2016年我国白酒行业价格情况分析
- 四、2016年我国白酒上市公司经营情况分析

第五节 2016年中国白酒市场发展预测

第二章 中国高端白酒市场分析

第一节 高端白酒市场特征分析

一、高档酒市场特征

二、高端白酒的消费特征

三、高端白酒市场调查

四、高端白酒市场进入壁垒与赢利模式分析

第二节 2015年高端白酒市场发展情况分析

一、高档酒增长平稳且涨价频频

二、以茅台、五粮液为首的高档白酒日益走向奢侈化。

三、白酒行业出现收藏投资热

四、二线品牌表现甚佳，成为行业关注的焦点

第三节 2016年高端白酒市场发展情况分析

第四节 2016年高端白酒市场预测

第五节 我国高端白酒市场分析及预测

一、2016年《酱香型白酒国家标准》正式实施

二、仁怀十三五力争建设成中国最大酱香型白酒生产基地

三、酱香型白酒发展前景预测

四、酱香型白酒发展策略

五、酱香型白酒区域发展策略

第三章 高端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

第二部分 高端白酒消费者及营销策略分析

第四章 高端白酒消费者分析

第一节 2016年高端白酒消费者需求分析

一、现阶段我国高端白酒消费特点

二、商务消费回暖和再库存化预期带动行业反弹

三、私人消费回暖带动高端白酒复苏

四、长期：商务和私人消费是未来持续增长动力

五、高端白酒市场具有收入和利润的高弹性

- 六、高端白酒厂商盈利具有高弹性
- 七、我国高端白酒各主要细分市场消费占比测算
- 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 中产阶层白酒消费群体分析
 - 一、中产阶层扩大带来的机会
 - 二、中产阶层的消费特征
 - 三、中产阶层市场竞争策略
- 第四节 “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
- 第五节 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
- 第五章 高端白酒营销策略分析
 - 第一节 2016年白酒的需求特质与渠道
 - 一、2016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
 - 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 高端白酒文化营销策略分析

一、高端白酒：中国酒文化的宏大叙事

二、白酒业：契合文化的品牌想象力

三、浅析白酒如何注入新文化

第七节 高端白酒营销策略分析

一、浅谈高端白酒的营销定位

二、专业酒展推动高端白酒营销

三、高端白酒营销的根据地之战

第八节 高端白酒买断品牌需求创新的驱动战略

第三部分 高端白酒行业竞争格局分析

第六章 高端白酒行业竞争状况分析

第一节 中国白酒行业集中度分析

第二节 当前高端白酒行业竞争格局

一、高端白酒五强格局初成型

二、浓香型高端白酒竞争格局

三、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 高端白酒行业竞争趋势分析

一、2016年高端白酒行业竞争趋势

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

第七章 中国高端白酒企业分析

第一节 五粮液

一、公司概况

二、2015年企业经营情况分析

三、2016年企业经营情况分析

四、2015-2016年企业财务数据分析

五、2016年公司发展展望及策略

第二节 贵州茅台

一、公司概况

二、2015年企业经营情况分析

三、2016年企业经营情况分析

四、2015-2016年企业财务数据分析

五、2016年公司发展展望及策略

第三节 四川剑南春集团有限责任公司

一、公司概况

二、2016年剑南春原酒生产能力恢复震前水平

三、2016年剑南春销售收入过百亿

第四节 泸州老窖股份有限公司

一、公司概况

二、2015年企业经营情况分析

三、2016年企业经营情况分析

四、2015-2016年企业财务数据分析

五、2016年公司发展展望及策略

第五节 四川水井坊股份有限公司

一、公司概况

二、2015年企业经营情况分析

三、2016年企业经营情况分析

四、2015-2016年企业财务数据分析

五、2016年公司发展展望及策略

第六节 四川沱牌舍得酒业股份有限公司

一、公司概况

二、2015年企业经营情况分析

三、2016年企业经营情况分析

四、2015-2016年企业财务数据分析

五、2016年公司发展展望及策略

第七节 山西杏花村汾酒集团有限责任公司

一、公司概况

二、2015年企业经营情况分析

三、2016年企业经营情况分析

四、2015-2016年企业财务数据分析

五、2016年公司发展展望及策略

第八节 安徽古井贡酒股份有限公司

- 一、公司概况
- 二、2015年企业经营情况分析
- 三、2016年企业经营情况分析
- 四、2015-2016年企业财务数据分析
- 五、2016年公司发展展望及策略

第九节 酒鬼酒股份有限公司

- 一、公司概况
- 二、2015年企业经营情况分析
- 三、2016年企业经营情况分析
- 四、2015-2016年企业财务数据分析
- 五、2016年公司发展展望及策略

第十节 湖北稻花香集团

- 一、公司概况
- 二、“十二五”跨越发展纪实
- 三、2016年稻花香经营情况分析
- 四、2016年稻花香销售收入过百亿受表彰

第四部分 高端白酒行业趋势及策略

第八章 2016-2022年中国高端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、2016年宏观环境对白酒市场的推动作用分析
- 三、2016-2022年我国经济前景分析与预测

第二节 中国白酒行业发展环境分析与预测

- 一、2016年中国白酒行业发展环境
- 二、2016年酱香白酒国标出台及影响分析

第三节 2016-2022年我国白酒行业发展预测

- 一、2016-2022年我国白酒行业发展预测
- 二、2016-2022年我国白酒行业发展趋势

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“十三五”生存环境无虞
- 二、高档酒受到经济波动的影响将相对有限
- 三、白酒价格上涨一定是必然趋势
- 四、2016年三线次高端白酒企业利润增长预期

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

第九章 2016-2022年中国高端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 白酒品牌发展策略分析

- 一、建设白酒品牌的十大法则
- 二、白酒品牌布局策略
- 三、白酒品牌客户资源的战略整合
- 四、中小白酒企业的品牌经营
- 五、白酒品牌传播如何诠释自己的卖点
- 六、成功创建白酒品牌的关键
- 七、白酒老品牌升级路线的布局策略
- 八、中国白酒价格带竞争趋势暨关键策略掌控
- 九、中国白酒业资本运作模式

第三节 高端白酒品牌发展策略分析

- 一、高端白酒品牌竞争策略
- 二、浅析高档白酒品牌的发展思路
- 三、打造高档白酒品牌的四大法则
- 四、中国高端白酒“功能价值”救赎之路
- 五、高端白酒正确把握价值与理性的相融

第四节 中国白酒的蓝海战略

- 一、白酒企业寻找蓝海十个命题的判断
- 二、白酒企业开辟蓝海的方向

第五节 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

图表目录

图表：中国白酒主要分布（1）

图表：中国白酒主要分布（2）

图表：2015年白酒行业主要指标

图表：2015年重点省份白酒行业规模以上企业指标占比情况(%)

- 图表：2015年白酒行业不同规模企业各项指标占比情况(%)
- 图表：2015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：2015年1-12月份全国及各省市白酒产量及增长率统计
- 图表：2015年1-12月白酒制造主营业务收入及利润总额
- 图表：2015年1-12月白酒制造工业销售产值
- 图表：2008-2015年白酒制造业产业规模情况
- 图表：2008-2015年白酒制造业资本劳动密集度情况
- 图表：2008-2015年白酒制造业产销情况
- 图表：2008-2015年白酒制造业成本费用情况
- 图表：2015年1~12月白酒制造业成本费用结构
- 图表：2008-2015年白酒制造业盈利情况
- 图表：2008-2015年白酒制造业成长能力
- 图表：2008-2015年白酒制造业盈利能力
- 图表：2008-2015年白酒制造业偿债能力
- 图表：2008-2015年白酒制造业经营能力
- 图表：2008-2015年我国白酒月度产量及同比增长情况
- 图表：2015年1月-2016年我国白酒行业单月产量及增速变动
- 图表：2016年全国及各省市白酒(折65度,商品量)产量统计数据
- 图表：2000年-2016年我国白酒行业收入累计值及增速变动
- 图表：2000年-2016年我国白酒行业利润总额累计值及增速变动
- 图表：2000年-2016年我国白酒行业毛利率水平变动
- 图表：2000年-2016年我国白酒行业利润总额比率变动
- 图表：2001年8月-2016年贵州茅台、五粮液、泸州老窖主要白酒产品出厂价格变动(人民币元瓶)
- 图表：2016年我国白酒行业上市公司财务数据简览
- 图表：2016年单季我国白酒行业上市公司财务数据简览
- 图表：白酒与其他酒精饮料消费特征比较
- 图表：2008年中国高端白酒消费群体结构
- 图表：可以称为高端品牌的调查结果
- 图表：高端白酒心理价位调查结果
- 图表：2008年-2016年部分高端白酒终端价格走势
- 图表：西安白酒渠道状况简表
- 图表：宝鸡市白酒渠道状况简表况

图表：咸阳白酒渠道状况简表况

图表：渭南白酒市场渠道概况：

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：经济周期中我国高端白酒消费驱动因素及表

图表：20年内白酒行业收入和利润表现证明了调整的短期性

图表：我国白酒重度消费群体的年龄分布以及当前我国人口结构

图表：日本消费亦证明了人口结构将带动烈性酒消费频率的提升

图表：美国GDP增速和烈性酒消费之间的关系

图表：日本、韩国和台湾烈性酒消费受到经济波动的影响

图表：20年内白酒行业利润和收入表现证明了白酒行业调整的短期性

图表：美国和欧洲主要烈性酒公司收入和利润波动

图表：不同品牌销售渠道分布

图表：不同品牌销售定位

图表：主要高端白酒企业销售区域占比

图表：高档白酒短期和长期发展因素分析

图表：我国高端白酒总量测算

图表：政府消费白酒测算

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：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：主要白酒香型工艺对比

图表：贵州茅台、五粮液、泸州老窖市场占有率历年变化

图表：贵州茅台、五粮液、泸州老窖利润总额合计占行业比例统计

- 图表：2015-2016年五粮液集团有限公司主营构成表
- 图表：2015-2016年五粮液集团有限公司流动资产表
- 图表：2015-2016年五粮液集团有限公司长期投资表
- 图表：2015-2016年五粮液集团有限公司固定资产表
- 图表：2015-2016年五粮液集团有限公司无形及其他资产表
- 图表：2015-2016年五粮液集团有限公司流动负债表
- 图表：2015-2016年五粮液集团有限公司长期负债表
- 图表：2015-2016年五粮液集团有限公司股东权益表
- 图表：2015-2016年五粮液集团有限公司主营业务收入表
- 图表：2015-2016年五粮液集团有限公司主营业务利润表
- 图表：2015-2016年五粮液集团有限公司营业利润表
- 图表：2015-2016年五粮液集团有限公司利润总额表
- 图表：2015-2016年五粮液集团有限公司净利润表
- 图表：2015-2016年五粮液集团有限公司每股指标表
- 图表：2015-2016年五粮液集团有限公司获利能力表
- 图表：2015-2016年五粮液集团有限公司经营能力表
- 图表：2015-2016年五粮液集团有限公司偿债能力表
- 图表：2015-2016年五粮液集团有限公司资本结构表
- 图表：2015-2016年五粮液集团有限公司发展能力表
- 图表：2015-2016年五粮液集团有限公司现金流量分析表
- 图表：五粮液股份有限公司SWOT分析
- 图表：五粮液股份有限公司波特分析
- 图表：2016年贵州茅台股份有限公司经营效益
- 图表：2015-2016年贵州茅台酒股份有限公司主营构成表
- 图表：2015-2016年贵州茅台酒股份有限公司流动资产表
- 图表：2015-2016年贵州茅台酒股份有限公司长期投资表
- 图表：2015-2016年贵州茅台酒股份有限公司固定资产表
- 图表：2015-2016年贵州茅台酒股份有限公司无形及其他资产表
- 图表：2015-2016年贵州茅台酒股份有限公司流动负债表
- 图表：2015-2016年贵州茅台酒股份有限公司长期负债表
- 图表：2015-2016年贵州茅台酒股份有限公司股东权益表
- 图表：2015-2016年贵州茅台酒股份有限公司主营业务收入表
- 图表：2015-2016年贵州茅台酒股份有限公司主营业务利润表
- 图表：2015-2016年贵州茅台酒股份有限公司营业利润表
- 图表：2015-2016年贵州茅台酒股份有限公司利润总额表

- 图表：2015-2016年贵州茅台酒股份有限公司净利润表
- 图表：2015-2016年贵州茅台酒股份有限公司每股指标表
- 图表：2015-2016年贵州茅台酒股份有限公司获利能力表
- 图表：2015-2016年贵州茅台酒股份有限公司经营能力表
- 图表：2015-2016年贵州茅台酒股份有限公司偿债能力表
- 图表：2015-2016年贵州茅台酒股份有限公司资本结构表
- 图表：2015-2016年贵州茅台酒股份有限公司发展能力表
- 图表：2015-2016年贵州茅台酒股份有限公司现金流量分析表
- 图表：贵州茅台股份有限公司SWOT分析
- 图表：贵州茅台股份有限公司波特分析
- 图表：2016年泸州老窖股份有限公司经营效益
- 图表：2015-2016年泸州老窖股份有限公司主营构成表
- 图表：2015-2016年泸州老窖股份有限公司流动资产表
- 图表：2015-2016年泸州老窖股份有限公司长期投资表
- 图表：2015-2016年泸州老窖股份有限公司固定资产表
- 图表：2015-2016年泸州老窖股份有限公司无形及其他资产表
- 图表：2015-2016年泸州老窖股份有限公司流动负债表
- 图表：2015-2016年泸州老窖股份有限公司长期负债表
- 图表：2015-2016年泸州老窖股份有限公司股东权益表
- 图表：2015-2016年泸州老窖股份有限公司主营业务收入表
- 图表：2015-2016年泸州老窖股份有限公司主营业务利润表
- 图表：2015-2016年泸州老窖股份有限公司营业利润表
- 图表：2015-2016年泸州老窖股份有限公司利润总额表
- 图表：2015-2016年泸州老窖股份有限公司净利润表
- 图表：2015-2016年泸州老窖股份有限公司每股指标表
- 图表：2015-2016年泸州老窖股份有限公司获利能力表
- 图表：2015-2016年泸州老窖股份有限公司经营能力表
- 图表：2015-2016年泸州老窖股份有限公司偿债能力表
- 图表：2015-2016年泸州老窖股份有限公司资本结构表
- 图表：2015-2016年泸州老窖股份有限公司发展能力表
- 图表：2015-2016年泸州老窖股份有限公司现金流量分析表
- 图表：泸州老窖股份有限公司SWOT分析
- 图表：泸州老窖股份有限公司波特分析
- 图表：2015-2016年四川水井坊股份有限公司主营构成表
- 图表：2015-2016年四川水井坊股份有限公司流动资产表

- 图表：2015-2016年四川水井坊股份有限公司长期投资表
- 图表：2015-2016年四川水井坊股份有限公司固定资产表
- 图表：2015-2016年四川水井坊股份有限公司无形及其他资产表
- 图表：2015-2016年四川水井坊股份有限公司流动负债表
- 图表：2015-2016年四川水井坊股份有限公司长期负债表
- 图表：2015-2016年四川水井坊股份有限公司股东权益表
- 图表：2015-2016年四川水井坊股份有限公司主营业务收入表
- 图表：2015-2016年四川水井坊股份有限公司主营业务利润表
- 图表：2015-2016年四川水井坊股份有限公司营业利润表
- 图表：2015-2016年四川水井坊股份有限公司利润总额表
- 图表：2015-2016年四川水井坊股份有限公司净利润表
- 图表：2015-2016年四川水井坊股份有限公司每股指标表
- 图表：2015-2016年四川水井坊股份有限公司获利能力表
- 图表：2015-2016年四川水井坊股份有限公司经营能力表
- 图表：2015-2016年四川水井坊股份有限公司偿债能力表
- 图表：2015-2016年四川水井坊股份有限公司资本结构表
- 图表：2015-2016年四川水井坊股份有限公司发展能力表
- 图表：2015-2016年四川水井坊股份有限公司现金流量分析表
- 图表：水井坊公司SWOT分析
- 图表：水井坊公司波特分析
- 图表：2015-2016年四川沱牌舍得酒业股份有限公司主营构成表
- 图表：2015-2016年四川沱牌舍得酒业股份有限公司流动资产表
- 图表：2015-2016年四川沱牌舍得酒业股份有限公司长期投资表
- 图表：2015-2016年四川沱牌舍得酒业股份有限公司固定资产表
- 图表：2015-2016年四川沱牌舍得酒业股份有限公司无形及其他资产表
- 图表：2015-2016年四川沱牌舍得酒业股份有限公司流动负债表
- 图表：2015-2016年四川沱牌舍得酒业股份有限公司长期负债表
- 图表：2015-2016年四川沱牌舍得酒业股份有限公司股东权益表
- 图表：2015-2016年四川沱牌舍得酒业股份有限公司主营业务收入表
- 图表：2015-2016年四川沱牌舍得酒业股份有限公司主营业务利润表
- 图表：2015-2016年四川沱牌舍得酒业股份有限公司营业利润表
- 图表：2015-2016年四川沱牌舍得酒业股份有限公司利润总额表
- 图表：2015-2016年四川沱牌舍得酒业股份有限公司净利润表
- 图表：2015-2016年四川沱牌舍得酒业股份有限公司每股指标表
- 图表：2015-2016年四川沱牌舍得酒业股份有限公司获利能力表

图表：2015-2016年四川沱牌舍得酒业股份有限公司经营能力表

图表：2015-2016年四川沱牌舍得酒业股份有限公司偿债能力表

图表：2015-2016年四川沱牌舍得酒业股份有限公司资本结构表

图表：2015-2016年四川沱牌舍得酒业股份有限公司发展能力表

图表：2015-2016年四川沱牌舍得酒业股份有限公司现金流量分析表

图表：2015-2016年山西杏花村汾酒集团有限责任公司主营构成表

图表：2015-2016年山西杏花村汾酒集团有限责任公司流动资产表

图表：2015-2016年山西杏花村汾酒集团有限责任公司长期投资表

图表：2015-2016年山西杏花村汾酒集团有限责任公司固定资产表

图表：2015-2016年山西杏花村汾酒集团有限责任公司无形及其他资产表

图表：2015-2016年山西杏花村汾酒集团有限责任公司流动负债表

图表：2015-2016年山西杏花村汾酒集团有限责任公司长期负债表

图表：2015-2016年山西杏花村汾酒集团有限责任公司股东权益表

图表：2015-2016年山西杏花村汾酒集团有限责任公司主营业务收入表

图表：2015-2016年山西杏花村汾酒集团有限责任公司主营业务利润表

图表：2015-2016年山西杏花村汾酒集团有限责任公司营业利润表

图表：2015-2016年山西杏花村汾酒集团有限责任公司利润总额表

图表：2015-2016年山西杏花村汾酒集团有限责任公司净利润表

图表：2015-2016年山西杏花村汾酒集团有限责任公司每股指标表

图表：2015-2016年山西杏花村汾酒集团有限责任公司获利能力表

图表：2015-2016年山西杏花村汾酒集团有限责任公司经营能力表

图表：2015-2016年山西杏花村汾酒集团有限责任公司偿债能力表

图表：2015-2016年山西杏花村汾酒集团有限责任公司资本结构表

图表：2015-2016年山西杏花村汾酒集团有限责任公司发展能力表

图表：2015-2016年山西杏花村汾酒集团有限责任公司现金流量分析表

图表：汾酒集团公司SWOT分析

图表：汾酒集团公司波特分析

图表：2016年上半年古井贡酒经营效益

图表：2015-2016年安徽古井贡酒股份有限公司主营构成表

图表：2015-2016年安徽古井贡酒股份有限公司流动资产表

图表：2015-2016年安徽古井贡酒股份有限公司固定资产表

图表：2015-2016年安徽古井贡酒股份有限公司无形及其他资产表

图表：2015-2016年安徽古井贡酒股份有限公司流动负债表

图表：2015-2016年安徽古井贡酒股份有限公司长期负债表

图表：2015-2016年安徽古井贡酒股份有限公司股东权益表

图表：2015-2016年安徽古井贡酒股份有限公司主营业务收入表

图表：2015-2016年安徽古井贡酒股份有限公司主营业务利润表

图表：2015-2016年安徽古井贡酒股份有限公司营业利润表

图表：2015-2016年安徽古井贡酒股份有限公司利润总额表

图表：2015-2016年安徽古井贡酒股份有限公司净利润表

图表：2015-2016年安徽古井贡酒股份有限公司每股指标表

图表：2015-2016年安徽古井贡酒股份有限公司获利能力表

图表：2015-2016年安徽古井贡酒股份有限公司经营能力表

图表：2015-2016年安徽古井贡酒股份有限公司偿债能力表

图表：2015-2016年安徽古井贡酒股份有限公司资本结构表

图表：2015-2016年安徽古井贡酒股份有限公司发展能力表

图表：2015-2016年安徽古井贡酒股份有限公司现金流量分析表

图表：古井贡酒公司SWOT 分析

图表：古井贡酒公司波特分析

图表：2015-2016年酒鬼酒股份有限公司主营构成表

图表：2015-2016年酒鬼酒股份有限公司流动资产表

图表：2015-2016年酒鬼酒股份有限公司无形及其他资产表

图表：2015-2016年酒鬼酒股份有限公司流动负债表

图表：2015-2016年酒鬼酒股份有限公司长期负债表

图表：2015-2016年酒鬼酒股份有限公司股东权益表

图表：2015-2016年酒鬼酒股份有限公司主营业务收入表

图表：2015-2016年酒鬼酒股份有限公司主营业务利润表

图表：2015-2016年酒鬼酒股份有限公司营业利润表

图表：2015-2016年酒鬼酒股份有限公司利润总额表

图表：2015-2016年酒鬼酒股份有限公司净利润表

图表：2015-2016年酒鬼酒股份有限公司每股指标表

图表：2015-2016年酒鬼酒股份有限公司获利能力表

图表：2015-2016年酒鬼酒股份有限公司经营能力表

图表：2015-2016年酒鬼酒股份有限公司偿债能力表

图表：2015-2016年酒鬼酒股份有限公司资本结构表

图表：2015-2016年酒鬼酒股份有限公司发展能力表

图表：2015-2016年酒鬼酒股份有限公司现金流量分析表

图表：2015-2016年社会零售总额及增速（亿元）

图表：2015-2016年社会零售总额-餐饮业及增速（亿元）

图表：2007-2016年FAO 食品价格指数

图表：2007-2016年FAO 农产品价格指数

图表：2007-2016年CPI 与 CPI-食品、CPI-非食品增速对比

图表：2007-2016年PPI 与 PPI-食品增速对比

图表：2007-2016年食品饮料与工业企业累计增速比较

图表：2007-2016年食品饮料子行业主营收入及增速（亿元）

图表：2007-2016年食品饮料各行业利润总额及增速（亿元）

图表：2006-2016年白酒产量及增速（万千升）

图表：2001-2016年53度茅台、52度五粮液和国窖1573出厂价（元）

图表：白酒行业盈利模式示意图

图表详见正文•••••(GY XFT)

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiulei/240824240824.html>