

2007年中国白酒区域市场消费调研报告

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《2007年中国白酒区域市场消费调研报告》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/fangzhi/2852928529.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：8800元 电子和纸介版: 8500

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

英文版 18000元	第一章 华北地区白酒市场分析	第一节 北京地区白酒市场分析	1.
北京白酒消费概况2.		2006年北京主要商场 / 餐饮场所白酒上架品牌调查3.	
北京区域市场消费者常喝品牌及礼品酒消费调查4.		北京消费者白酒消费特点概述5.	
北京消费者白酒购买主要考虑因素	第二节 天津地区白酒市场分析	1. 天津白酒消费概况2.	
2006年天津主要商场 / 餐饮场所白酒上架品牌调查3.			
天津区域市场消费者常喝品牌及礼品酒消费调查4.		天津消费者白酒消费特点概述5.	
天津消费者白酒购买主要考虑因素	第三节 内蒙地区白酒市场分析	1.	
内蒙古自治区白酒消费概况2.		2006年呼和浩特主要商场 / 餐饮场所白酒上架品牌调查3.	
内蒙区域市场消费者常喝品牌及礼品酒消费调查4.		内蒙消费者白酒消费特点概述5.	
内蒙消费者白酒购买主要考虑因素	第二章 中原地区白酒市场分析	第一节 河南白酒市场分析	
1. 河南全省白酒消费概况2.		2006年郑州主要商场 / 餐饮场所白酒上架品牌调查3.	
河南区域市场消费者常喝品牌及礼品酒消费调查4.		河南消费者白酒消费特点概述5.	
河南消费者白酒购买主要考虑因素	第二节 陕西地区白酒市场分析	1.	
陕西全省白酒消费概况2.		2006年西安主要商场 / 餐饮场所白酒上架品牌调查3.	
陕西区域市场消费者常喝品牌及礼品酒消费调查4.		陕西消费者白酒消费特点概述5.	
陕西消费者白酒购买主要考虑因素	第三节 河北地区白酒市场分析	1.	
河北全省白酒消费概况2.		2006年石家庄主要商场 / 餐饮场所白酒上架品牌调查3.	
河北区域市场消费者常喝品牌及礼品酒消费调查4.		河北消费者白酒消费特点概述5.	
河北消费者白酒购买主要考虑因素	第四节 山西地区白酒市场分析	1.	
山西全省白酒消费概况2.		2006年太原主要商场 / 餐饮场所白酒上架品牌调查3.	
山西区域市场消费者常喝品牌及礼品酒消费调查4.		山西消费者白酒消费特点概述5.	
山西消费者白酒购买主要考虑因素	第三章 华东地区白酒市场分析	第一节	
上海地区白酒市场分析1.		上海白酒消费概况2.	
2006年上海主要商场 / 餐饮场所白酒上架品牌调查3.		上海消费者常喝品牌分布4.	
上海消费者白酒购买主要考虑因素	第二节 山东省白酒市场分析	1. 山东白酒消费概况2.	
2006年山东白酒消费情况调查3.		山东主要商场 / 餐饮场所白酒上架品牌调查4.	
山东区域市场消费者常喝品牌及礼品酒消费调查5.		山东消费者白酒消费特点概述6.	
山东消费者白酒购买主要考虑因素	第三节 江苏省白酒市场分析	1. 江苏白酒消费概况2.	
2006年南京主要商场 / 餐饮场所白酒上架品牌调查3.			
江苏区域市场消费者常喝品牌及礼品酒消费调查4.		江苏消费者白酒消费特点概述5.	
江苏消费者白酒购买主要考虑因素	第四节 浙江省白酒消费调查	1. 浙江白酒消费概况2.	
2006年杭州主要商场 / 餐饮场所白酒上架品牌调查3.			
浙江区域市场消费者常喝品牌及礼品酒消费调查4.		浙江消费者白酒消费特点概述5.	

浙江消费者白酒购买主要考虑因素6. 安徽消费者白酒购买主要考虑因素第四章
华中地区白酒市场第一节 湖北白酒市场分析1. 湖北白酒消费概况2.
2006年武汉主要商场 / 餐饮场所白酒上架品牌调查3.
湖北区域市场消费者常喝品牌及礼品酒消费调查4. 湖北消费者白酒消费特点概述5.
湖北消费者白酒购买主要考虑因素第二节 湖南白酒市场分析1. 湖南白酒消费概况2.
2006年长沙主要商场 / 餐饮场所白酒上架品牌调查3.
湖南区域市场消费者常喝品牌及礼品酒消费调查4. 湖南消费者白酒消费特点概述5.
湖南消费者白酒购买主要考虑因素第三节 江西白酒市场分析 1. 江西全省白酒消费概况2.
2006年南昌主要商场 / 餐饮场所白酒上架品牌调查3.
江西区域市场消费者常喝品牌及礼品酒消费调查4. 江西消费者白酒消费特点概述5.
江西消费者白酒购买主要考虑因素第四节 安徽地区白酒市场分析1、
安徽全省白酒消费概况2、 2006年合肥主要商场 / 餐饮场所白酒上架品牌调查3、
安徽区域市场消费者常喝品牌及礼品酒消费调查4、 安徽消费者白酒消费特点概述5、
安徽消费者白酒购买主要考虑因素第五章
华南地区白酒市场分析第一节、广东省白酒市场分析1. 广东省全省白酒消费概况2.
2006年广州主要商场 / 餐饮场所白酒上架品牌调查3.
广东区域市场消费者常喝品牌及礼品酒消费调查4. 广东消费者白酒消费特点概述5.
广东消费者白酒购买考虑因素分析第二节、广西省白酒市场分析1.广西全省白酒消费概况2.
2006年桂林主要商场 / 餐饮场所白酒上架品牌调查3.
广西区域市场消费者常喝品牌及礼品酒消费调查4. 广西消费者白酒消费特点概述5.
广西消费者白酒购买主要考虑因素第三节 福建白酒市场分析 1. 福建全省白酒消费概况2.
2006年福州主要商场 / 餐饮场所白酒上架品牌调查3.
福建区域市场消费者常喝品牌及礼品酒消费调查4. 福建消费者白酒消费特点概述5.
福建消费者白酒购买主要考虑因素第六章 西北地区白酒市场分析 第一节
甘肃白酒市场分析1. 甘肃白酒消费概况2.
2006年兰州主要商场 / 餐饮场所白酒上架品牌调查3.
甘肃区域市场消费者常喝品牌及礼品酒消费调查4. 甘肃消费者白酒消费特点概述5.
甘肃消费者白酒购买主要考虑因素第二节 新疆白酒市场分析1. 新疆白酒消费概况2.
2006年乌鲁木齐主要商场 / 餐饮场所白酒上架品牌调查3.
新疆区域市场消费者常喝品牌及礼品酒消费调查4. 新疆消费者白酒消费特点概述5.
新疆消费者白酒购买主要考虑因素第七章 东北地区白酒市场分析 第一节
黑龙江白酒市场分析 1. 黑龙江全省白酒消费概况2.
2006年哈尔滨主要商场 / 餐饮场所白酒上架品牌调查3.
黑龙江区域市场消费者常喝品牌及礼品酒消费调查4. 黑龙江消费者白酒消费特点概述5.
黑龙江消费者白酒购买主要考虑因素第二节 吉林地区白酒市场分析1.

吉林全省白酒消费概况2. 2006年长春主要商场 / 餐饮场所白酒上架品牌调查3.
吉林区域市场消费者常喝品牌及礼品酒消费调查4. 吉林消费者白酒消费特点概述5.
吉林消费者白酒购买主要考虑因素第三节 辽宁地区白酒市场分析1.
辽宁全省白酒消费概况2. 2006年沈阳主要商场 / 餐饮场所白酒上架品牌调查3.
辽宁区域市场消费者常喝品牌及礼品酒消费调查4. 辽宁消费者白酒消费特点概述5.
辽宁消费者白酒购买主要考虑因素第八章 西南地区白酒市场分析 第一节
四川白酒市场分析1. 四川白酒消费概况2.
2006年四川主要商场 / 餐饮场所白酒上架品牌调查3.
四川区域市场消费者常喝品牌及礼品酒消费调查4. 四川消费者白酒消费特点概述5.
四川消费者白酒购买主要考虑因素第二节 重庆白酒市场分析1. 重庆白酒消费概况2.
2006年重庆主要商场 / 餐饮场所白酒上架品牌调查3.
重庆区域市场消费者常喝品牌及礼品酒消费调查4. 重庆消费者白酒消费特点概述5.
重庆消费者白酒购买主要考虑因素第三节 云南白酒市场分析1. 云南白酒消费概况2.
2006年昆明主要商场 / 餐饮场所白酒上架品牌调查3.
云南区域市场消费者常喝品牌及礼品酒消费调查4. 云南消费者白酒消费特点概述5.
云南消费者白酒购买主要考虑因素第四节 贵州白酒市场分析1. 贵州白酒消费概况2.
2006年贵阳主要商场 / 餐饮场所白酒上架品牌调查3.
贵州区域市场消费者常喝品牌及礼品酒消费调查4. 贵州消费者白酒消费特点概述5. 贵州消
费者白酒购买主要考虑因素附录：图表一：2006年中国白酒市场消费人群分布图图表二：2
006年中国白酒市场消费动机分布图1、2006年城市市场白酒消费动机调研2、2006年农村
、城镇市场消费动机调研图表三：2006年白酒消费关注因素分布图图表四：2006年白酒消
费者价格选择走势分布图图表五：2006年白酒消费者与包装选择分布1、2006年消费者与白
酒容量分布图2、2006年消费者与白酒外观调查分布图图表六：2006年白酒消费地点调查分
布图图表七：2006年职业教育与白酒消费状况调研图表八：2006年全国主要品牌消费渗透
率1、2006年自用白酒消费渗透图2、2006年礼品酒消费渗透图图表及部分目录省，如需详
细目录，请来电索取！

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/2852928529.html>