2009-2010年中国白酒行业市场调研与投资分析目录

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《2009-2010年中国白酒行业市场调研与投资分析目录》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：https://baogao.chinabaogao.com/jiulei/3634936349.html

报告价格：电子版: 6000元　纸介版：6000元　电子和纸介版: 6000

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sales@chinabaogao.com

联 系 人 : 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

引言

白酒一直是中国居民消费的主要酒类，白酒的产销量在中国四大酒种中位列第二。中国白酒行业由传统向现代转化，经历起步阶段、快速发展阶段、调整发展阶段后，目前已步入发展的新阶段。国家统计局数据显示：2007年1-12月全国白酒产量493952.47千升,比06年同期增长22.24%；2007年1-12月全国白酒工业总产值(当年价格)128959228千元,比06年同期增长31.58%。

2008年全国规模以上白酒企业生产白酒569.3万千升，同比增长15.8%，实现销售收入1574.8亿元，增长27.8%。

预计2009年中国白酒制造行业总体增长速度将比2008年有所降低，其中，工业总产值将达到1,960.2亿元，增长率为18.7%；产品销售收入将达到1,708.1亿元，增长率为21.0%；利润总额将达到245.1亿元，增长率为31.5%。随后三年（2010-2012）行业增长速度将会略有回升，其中，产值年均增长率约为25.0%，2012年产值将达到3,827.5亿元；收入年均增长率约为23.2%，2012年收入将达到3,190.7亿元；利润年均增长率约为31.8%，2012年利润将达到560.8亿元。综合以上指标可以看出，虽然未来几年白酒发展速度会有所减缓，但行业的景气度将继续保持。

此外，值得注意的是，随着进口关税的降低，洋酒提高了利润空间，近年来随着进口葡萄酒、进口洋酒均大举进入和开拓国内市场。中国大陆洋酒市场从2005年开始回升，过去几年都以每年不低于10%的幅度递增，而在亚太地区其销售量增长幅度高达18.5%。而随着进口洋酒对中国市场消费者的消费引导和品牌推广力度的加强，进口洋酒开始扭转部分消费者对白酒的偏好，这在一定程度上抢夺了中国高端白酒部分的市场份额。

报告依据国家统计局、国家商务部、国家海关总署、中国食品工业协会、中国酿酒工业协会及白酒分会等单位提供的大量资料，对我国白酒市场的发展环境、相关行业、发展现状、消费者、竞争格局、重点企业、发展趋势及策略等进行了深入分析。在对我国白酒整体走势预测的基础上，本报告还运用定性、定量分析方法对我国白酒行业整体的格局、现状、未来走势做出了极具参考价值的判断。

目 录

第一章 中国白酒的发展环境分析
第一节 中国白酒行业发展环境分析与预测
一、2008年白酒项国家标准实施情况
二、2008年货币从紧对酒企的影响
三、“十一五”期间国家对酿酒行业的产业政策
四、2008年全球金融危机下的中国白酒
五、金融海啸对高端白酒的影响

第二节 白酒政策环境分析
一、白酒行业遭遇标准缺失之痛
二、近年来我国白酒行业税收政策
三、所得税改革对白酒企业业绩影响
四、国家政策对高档白酒公务消费的影响
五、中国陈年白酒鉴别将有行业标准
第三节 白酒技术环境分析
一、名优质白酒酿造技术新途径分析
二、白酒香味成分分析
三、白酒贮存研究
四、低度白酒的生产与发展
第二章 2008－2009年白酒相关行业分析
第一节 中国白酒替代品分析
一、葡萄酒市场分析
（一）2008-2009年葡萄酒产量分析
（二）2008-2009年葡萄酒制造业经济指标分析
（三）2008－2009年葡萄酒进出口分析
（四）2008年葡萄酒依然缺乏领导品牌
（五）我国进口葡萄酒市场的趋势分析
二、啤酒市场分析
（一）2008-2009年啤酒产量分析
（二）2008-2009年啤酒制造业经济指标分析
（三）2008-2009年啤酒进出口分析
（四）中高档啤酒终端市场的竞争现状
三、我国黄酒市场分析
（一）2008-2009年黄酒产量分析
（二）2008年二线黄酒品牌发展方向
（三）黄酒行业前景分析
（四）黄酒企业增强竞争力的对策
（五）黄酒品牌消费者战略分析
四、其他酒类市场分析
（一）保健酒市场分析
（二）果酒市场分析
（三）洋酒市场分析
（四）冰酒市场分析

第二节 2008－2009年粮食行业发展分析
一、2008年国内粮食市场供需分析
二、2009年我国粮食价格走势分析
三、2008年粮食价格对酿酒的影响
第三节 2008－2009年酒精、原酒行业发展分析
一、2008年四川原酒发展分析
二、2008－2009年酒精制造业经济指标
三、2008－2009年我国酒精的生产情况
四、2008－2009年我国酒精进出口分析
第四节 中国白酒包装行业分析
一、国内白酒包装市场分析
二、白酒包装的理性回归
三、白酒包装实用性趋势分析
四、白酒包装文化内涵分析
五、白酒包装设计与产品属性的统一
六、白酒包装应着眼实用分析
第三章 2008－2009年中国白酒行业发展现状分析
第一节 2008年中国白酒市场运行分析
一、2008年中国白酒产量
二、2008年中国白酒制造工业总产值分析
三、2008年中国白酒业品牌整合进程加速
四、2008年白酒上市公司经营比较分析
五、2008年我国白酒产业显著发展的原因
第二节 2008年中国白酒市场特点分析
一、产品结构将集中到中高端酒
二、白酒价格涨幅将趋缓
三、白酒市场呈多元化
四、白酒企业抢滩保健酒市场
五、国际市场白酒销量并不乐观
第三节 2009年中国白酒市场发展分析
一、2009年中国白酒产量
二、2009年中国白酒价格分析
三、2009年中国白酒发展方向
四、经济危机或将加速白酒行业洗牌
五、白酒厂家亮剑中档市场应对危机

第四节 我国白酒产业深度分析
一、产业结构
二、市场行为
三、市场绩效
第五节 白酒行业整合分析
一、白酒需求多元化、时尚化
二、加强资本运作能力
三、产业结构调整初见成效
第六节 白酒国际化道路原因及对策分析
一、中国白酒国际化道路艰难原因
二、中国白酒国际化道路对策
第四章 2008-2009年中国白酒行业综合数据分析
第一节 2008-2009年中国白酒制造业产销情况
一、2008-2009年中国白酒制造业产成品
二、2008-2009年中国白酒制造业工业总产值
三、2008-2009年中国白酒制造业产品销售收入
第二节 2008-2009年中国白酒制造业成本费用情况
一、2008-2009年中国白酒制造业销售成本
二、2008-2009年中国白酒制造业销售费用
三、2008-2009年中国白酒制造业管理费用
四、2008-2009年中国白酒制造业财务费用
第三节 2008-2009年中国白酒制造业资产负债情况
一、2008-2009年中国白酒制造业资产总计
二、2008-2009年中国白酒制造业负债合计
三、2008-2009年中国白酒制造业资产负债率
四、2008-2009年中国白酒制造业保值增值率
第四节 2008-2009年中国白酒制造业行业规模情况
一、2008-2009年中国白酒制造业企业单位数
二、2008-2009年中国白酒制造业全部从业人员平均人数
第五节 2008-2009年中国白酒制造业行业效益情况
一、2008-2009年中国白酒制造业利润总额
二、2008-2009年中国白酒制造业产值利税率
三、2008-2009年中国白酒制造业成本费用利润率
四、2008-2009年中国白酒制造业资金利润率
五、2008-2009年中国白酒制造业产成品资金占用率

第六节 2008-2009年中国白酒制造业亏损情况
一、2008-2009年中国白酒制造业亏损单位数
二、2008-2009年中国白酒制造业亏损企业亏损总额
第七节 2008-2009年中国白酒制造业不同规模企业主要经济指标
一、2008-2009年中国白酒制造业大型企业主要经济指标
二、2008-2009年中国白酒制造业中型企业主要经济指标
三、2008-2009年中国白酒制造业小型企业主要经济指标
第八节 2008-2009年中国白酒制造业不同经济类型企业主要经济指标
一、2008-2009年中国白酒制造业国有企业主要经济指标
二、2008-2009年中国白酒制造业集体企业主要经济指标
三、2008-2009年中国白酒制造业股份合作企业主要经济指标
四、2008-2009年中国白酒制造业股份制企业主要经济指标
五、2008-2009年中国白酒制造业私营企业主要经济指标
六、2008-2009年中国白酒制造业外商和港澳台投资企业主要经济指标
七、2008-2009年中国白酒制造业其它经济类型企业主要经济指标
第九节 2008-2009年白酒制造业全国销售收入前十家企业主要经济指标
一、2008年白酒制造全国销售收入前十家企业主要经济指标
二、2009年白酒制造全国销售收入前十家企业主要经济指标
第五章 2008－2009年中国白酒业区域市场分析
第一节 2008-2009年华北地区白酒市场分析
一、2008-2009年北京白酒市场分析
二、2008-2009年天津白酒市场分析
三、2008-2009年河北白酒市场分析
四、2008-2009年山西白酒市场分析
五、2008-2009年内蒙古白酒市场分析
第二节 2008-2009年东北地区白酒市场分析
一、2008-2009年辽宁白酒市场分析
二、2008-2009年黑龙江白酒市场分析
三、2008-2009年吉林白酒市场分析
第三节 2008-2009年华东地区白酒市场分析
一、2008-2009年上海白酒市场分析
二、2008-2009年山东白酒市场分析
三、2008-2009年江苏白酒市场分析
四、2008-2009年浙江白酒市场分析
五、2008-2009年福建白酒市场分析

六、2008-2009年江西白酒市场分析
七、2008-2009年安徽白酒市场分析
第四节 2008-2009年华中地区白酒市场分析
一、2008-2009年河南白酒市场分析
二、2008-2009年湖北白酒市场分析
三、2008-2009年湖南白酒市场分析
第五节 2008-2009年华南地区白酒市场分析
一、2008-2009年广东白酒市场分析
二、2008-2009年广西白酒市场分析
三、2008-2009年海南白酒市场分析
第六节 2008-2009年西南地区白酒市场分析
一、2008-2009年四川白酒市场分析
二、2008-2009年重庆白酒市场分析
三、2008-2009年贵州白酒市场分析
四、2008-2009年云南白酒市场分析
第七节 2008-2009年西北地区白酒市场分析
一、2008-2009年陕西白酒市场分析
二、2008-2009年甘肃白酒市场分析
三、2008-2009年青海白酒市场分析
四、2008-2009年新疆白酒市场分析
第六章 白酒行业消费者分析
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 白酒消费需求分析
一、2008年白酒消费主流及趋势
二、2008年中高档酒销量猛增
三、2009年白酒消费的主旋律
四、高端白酒消费者体验品牌化的成长路径
五、白酒消费警惕“后继乏人”
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 经销商白酒市场调查

一、白酒产品市场现状
二、主流品牌市场现状
三、消费者行为现状
四、白酒品牌发展前景务
第七章 中国白酒业营销分析
第一节 白酒营销形势分析
一、白酒营销模式及其发展趋势
二、新形势下酒企的“取势”营销
三、2008年苏酒全面振兴令人瞩目
四、2008年老牌白酒企业汾酒要改制
五、2008年榆林白酒市场变局
六、2008年徽酒进入发展关键期
七、2008年洋河大曲再起风云
第二节 白酒营销的盈利模式分析
一、专注于一个或者少数细分市场
二、资本整合战略
三、上游资源整合战略
四、以营销组合创新的差异化战略下的盈利模式及其适应性
第三五节 未来中国白酒行业营销分析
一、白酒会进入寡头竞争时代
二、白酒营销成为有钱人的游戏
三、地方名酒与全国性名酒的对决
四、地方名酒与地方名酒的战争
五、借用外脑成为家常便饭
六、媒体的导向功能更重要
七、会出现超级酒类运营商
八、买断品牌会继续存在且更多地向地方名酒集中
九、加快行业外人才涌进白酒行业淘金
十、外来资本加速进军白酒行业
第四节 酒企后奥运体育营销策略
一、后奥运机会点的跟紧
二、媒体推广配合点的跟紧
三、目标对象切入点的跟紧
四、终端推广发力点的跟紧
五、长远化体育营销的跟紧

六、多元化体育营销的跟紧
七、联合化体育营销的跟紧
八、系统化体育营销的跟紧
第五节 白酒广告策略分析
一、酒类营销的广告投入法则
二、白酒广告进入修身时代
三、百加得白酒电台营销策略
四、2008年白酒系列品牌电视广告播出情况综述
第六节 白酒渠道营销策略
一、渠道策略
二、产品结构的渠道营销
三、渠道细化的客户策略
四、营销渠道的市场定位
第七节 高端白酒品牌的四维营销战略
一、从企业角度分析
二、从消费者角度分析
三、从双方深度沟通分析
四、从传播手段分析
第八节 白酒企业的餐饮渠道营销策略
一、中庸定位策略
二、深度调查策略
三、有效整合策略
第八章 高端白酒市场分析
第一节 高端白酒市场现状分析
一、高端白酒价比量涨得多
二、高端白酒相继引来“洋钱”
三、高端市场的竞争加剧
四、高端白酒寡头格局基本形成
第二节 烈性洋酒与高端白酒市场竞争分析
一、高端白酒全线飘红
二、烈性洋酒多年增长迅猛
三、高端白酒如何突围
第三节 高端白酒的盈利机会分析
一、原料涨价：加大成本压力
二、供需失衡：拓宽提价空间

三、酒类企业业绩增长
第四节 高端白酒渠道布局分析
一、高端白酒渠道布局的现实状况
二、渠道布局失控引发的市场混乱
三、由渠道布局失控带来的困惑问题
四、重新定位高端白酒的渠道布局
五、解决高端白酒渠道布局的方法
第五节 金融危机下高端白酒的应对策略
一、强化企业系列的聚焦化管理工作
二、强化人力资源管理工作
三、强化高端白酒B2B品牌管理工作
四、强化高端白酒的产品结构调整
五、强化现金流的安全工作
第九章 中国白酒业竞争格局分析
第一节 白酒竞争特点分析
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、商务用酒占有很大的消费比例
第二节 当前白酒行业竞争格局
一、2008年高端白酒寡头格局基本形成
二、2008年白酒竞争情况
三、2008年白酒行业竞争日益激烈
四、品牌开发塑造白酒品牌竞争力
五、白酒文化竞争的两个战略制高点
六、2010年白酒行业发展新格局
第三节 中小白酒企业相对竞争力分析
一、相对竞争力分析
二、业务专注就是竞争力
三、执行力就是竞争力
第四节 全球三大洋酒突围白酒禁区
一、洋酒巨头进入白酒市场
二、洋酒巨头进入市场的影响

三、本土白酒与洋酒的竞争
第五节 中国白酒未来发展格局分析
一、2010年白酒行业“新”挑战
二、2010年白酒行业发展“新”格局
第十章 中国白酒业部分优势企业分析
第一节 五粮液集团有限公司
一、企业概况
二、2008-2009年财务分析
三、2008年整体上市分析
四、成功法宝分析
第二节 贵州茅台酒股份有限公司
一、企业概况
二、2008-2009年财务分析
三、茅台与五粮液的品牌战略的比较与分析
第三节 泸州老窖股份有限公司
一、企业概况
二、2008-2009年财务分析
三、品牌发展分析
第四节 四川水井坊股份有限公司
一、企业概况
二、2008-2009年财务分析
三、品牌价值国际化分析
四、水井坊品牌运营的创新策略
第五节 四川沱牌曲酒股份有限公司
一、企业概况
二、2008-2009年财务分析
三、发展中的问题分析
第六节 山西杏花村汾酒厂股份有限公司
一、企业概况
二、2008-2009年财务分析
三、山西汾酒销售代理价上调
四、结构调整与营销改革分析
第七节 安徽古井贡酒股份有限公司
一、企业概况
二、2008-2009年财务分析

第八节 湖南酒鬼酒股份有限公司
一、企业概况
二、2008-2009年财务分析
第九节 剑南春（集团）有限责任公司
一、企业概况
二、2008-2009年财务分析
三、剑南春集团震后全面恢复生产
第十节 新疆伊力特实业股份有限公司析
一、企业概况
二、2008-2009年财务分析
第十一章 白酒业发展趋势及策略分析
第一节 2010年中国白酒业发展趋势
一、消费回归于品质酒时代
二、竞争回旋于围城式模式
三、资本回复于大鱼吃小鱼
第二节 白酒行业景气度分析及预测
一、白酒业景气度分析
二、2010年白酒行业景气度预测
第三节 中国白酒市场整体发展趋势分析
一、品牌制胜
二、理念为先
三、资本说话
四、诸侯割据时代远未结束
五、消费者消费越来越趋向名酒化
六、消费档次趋向中、高档化
七、高度酒回潮
八、职业经理人大流动大整合
九、买断品牌在相当长的时间段内会继续存在
十、中国白酒国际化
第四节 大型白酒企业集团的未来发展策略分析
一、做好自身产业结构的调整
二、要实行专业化和多元化并进的策略
第五节 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

三、中国白酒的蓝海战略
第六节 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
第十二章 中国白酒品牌发展战略分析
第一节 白酒品牌发展理论策略分析
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
第二节 一线品牌攻略
一、成长现状与发展瓶颈
二、一线品牌的发展之路
第三节 二线品牌攻略
一、二线品牌现状与发展瓶颈
二、二线品牌未来成功方略
第四节 区域地产品牌攻略
一、区域地产品牌现状及发展瓶颈
二、区域地产品牌成功方略
第五节 贴牌企业未来成功攻略
一、贴牌企业现状及发展瓶颈
二、贴牌企业发展攻略
第六节 现有企业采用的品牌策略分析
一、皖系白酒品牌策略
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
部分图表目录
图表 2009年中国白酒制造业产成品
图表 2009年中国白酒制造业工业总产值
图表 2009年中国白酒制造业产品销售收入

图表 2009年中国白酒制造业销售成本
图表 2009年中国白酒制造业销售费用
图表 2009年中国白酒制造业管理费用
图表 2009年中国白酒制造业财务费用
图表 2009年中国白酒制造业资产总计
图表 2009年中国白酒制造业负债合计
图表 2009年中国白酒制造业资产负债率
图表 2009年中国白酒制造业资本保值增值率
图表 2009年中国白酒制造业企业单位数
图表 2009年中国白酒制造业全部从业人员平均人数
图表 2009年中国白酒制造业利润总额
图表 2009年中国白酒制造业产值利税率
图表 2009年中国白酒制造业成本费用利润率
图表 2009年中国白酒制造业资金利税率
图表 2009年中国白酒制造业产成品资金占用率
图表 2009年中国白酒制造业亏损单位数
图表 2009年中国白酒制造业亏损企业亏损总额
图表 2009年中国白酒制造业大型企业主要经济指标
图表 2009年中国白酒制造业中型企业主要经济指
图表 2009年中国白酒制造业小型企业主要经济指标
图表 2009年中国白酒制造业国有企业主要经济指标
图表 2009年中国白酒制造业集体企业主要经济指标
图表 2009年中国白酒制造业股份合作企业主要经济指标
图表 2009年中国白酒制造业股份制企业主要经济指标
图表 2009年中国白酒制造业私营企业主要经济指标
图表 2009年中国白酒制造业外商和港澳台投资企业主要经济指标
图表 2009年中国白酒制造业其它经济类型企业主要经济指标
图表 2009年北京白酒产量及增长情况
图表 2009年天津白酒产量及增长情况
图表 2009年河北白酒产量及增长情况
图表 2009年山西白酒产量及增长情况
图表 2009年内蒙古白酒产量及增长情况
图表 2009年辽宁白酒产量及增长情况
图表 2009年黑龙江白酒产量及增长情况
图表 2009年吉林白酒产量及增长情况

图表 2009年上海白酒产量及增长情况
图表 2009年山东白酒产量及增长情况
图表 2009年江苏白酒产量及增长情况
图表 2009年浙江白酒产量及增长情况
图表 2009年福建白酒产量及增长情况
图表 2009年江西白酒产量及增长情况
图表 2009年安徽白酒产量及增长情况
图表 2009年河南白酒产量及增长情况
图表 2009年湖北白酒产量及增长情况
图表 2009年湖南白酒产量及增长情况
图表 2009年广东白酒产量及增长情况
图表 2009年广西白酒产量及增长情况
图表 2009年海南白酒产量及增长情况
图表 2009年四川白酒产量及增长情况
图表 2009年重庆白酒产量及增长情况
图表 2009年贵州白酒产量及增长情况
图表 2009年云南白酒产量及增长情况
图表 2009年陕西白酒产量及增长情况
图表 2009年甘肃白酒产量及增长情况
图表 2009年青海白酒产量及增长情况
图表 2009年新疆白酒产量及增长情况
图表 2008年中国白酒制造业产成品
图表 2008年中国白酒制造业工业总产值
图表 2008年中国白酒制造业产品销售收入
图表 2008年中国白酒制造业销售成本
图表 2008年中国白酒制造业销售费用
图表 2008年中国白酒制造业管理费用
图表 2008年中国白酒制造业财务费用
图表 2008年中国白酒制造业资产总计
图表 2008年中国白酒制造业负债合计
图表 2008年中国白酒制造业资产负债率
图表 2008年中国白酒制造业资本保值增值率
图表 2008年中国白酒制造业企业单位数
图表 2008年中国白酒制造业全部从业人员平均人数
图表 2008年中国白酒制造业利润总额

图表 2008年中国白酒制造业产值利税率
图表 2008年中国白酒制造业成本费用利润率
图表 2008年中国白酒制造业资金利税率
图表 2008年中国白酒制造业产成品资金占用率
图表 2008年中国白酒制造业亏损单位数
图表 2008年中国白酒制造业亏损企业亏损总额
图表 2008年中国白酒制造业大型企业主要经济指标
图表 2008年中国白酒制造业中型企业主要经济指
图表 2008年中国白酒制造业小型企业主要经济指标
图表 2008年中国白酒制造业国有企业主要经济指标
图表 2008年中国白酒制造业集体企业主要经济指标
图表 2008年中国白酒制造业股份合作企业主要经济指标
图表 2008年中国白酒制造业股份制企业主要经济指标
图表 2008年中国白酒制造业私营企业主要经济指标
图表 2008年中国白酒制造业外商和港澳台投资企业主要经济指标
图表 2008年中国白酒制造业其它经济类型企业主要经济指标
图表 2008年2月白酒制造全国销售收入前十家企业主要经济指标
图表 2008年5月白酒制造全国销售收入前十家企业主要经济指标
图表 2008年北京白酒产量及增长情况
图表 2008年天津白酒产量及增长情况
图表 2008年河北白酒产量及增长情况
图表 2008年山西白酒产量及增长情况
图表 2008年内蒙古白酒产量及增长情况
图表 2008年辽宁白酒产量及增长情况
图表 2008年黑龙江白酒产量及增长情况
图表 2008年吉林白酒产量及增长情况
图表 2008年上海白酒产量及增长情况
图表 2008年山东白酒产量及增长情况
图表 2008年江苏白酒产量及增长情况
图表 2008年浙江白酒产量及增长情况
图表 2008年福建白酒产量及增长情况
图表 2008年江西白酒产量及增长情况
图表 2008年安徽白酒产量及增长情况
图表 2008年河南白酒产量及增长情况
图表 2008年湖北白酒产量及增长情况

图表 2008年湖南白酒产量及增长情况
图表 2008年广东白酒产量及增长情况
图表 2008年广西白酒产量及增长情况
图表 2008年海南白酒产量及增长情况
图表 2008年四川白酒产量及增长情况
图表 2008年重庆白酒产量及增长情况
图表 2008年贵州白酒产量及增长情况
图表 2008年云南白酒产量及增长情况
图表 2008年陕西白酒产量及增长情况
图表 2008年甘肃白酒产量及增长情况
图表 2008年青海白酒产量及增长情况
图表 2008年新疆白酒产量及增长情况
图表 白酒市场规模及集中度
图表 南京市民喝白酒的场合
图表 南京市民购买白酒的用途
图表 南京市白酒市场占有率
图表 南京市白酒包装评价
图表 南京消费者解决买到假冒伪劣白酒的方式
图表 南京市民感兴趣的促销活动方式
图表 南京市民白酒消费心态状况
图表 南京市民心目中的知名品牌
图表 南京白酒广告效果评价
图表 南京市场白酒综合评价
图表 南京消费者对习惯饮用白酒的忠诚度
图表 杭州市及各地级白酒市场上情况概要
图表 四川白酒在河南综合情况调查表
图表 郑州白酒市场主要畅销品牌情况
图表 广州市高档白酒主要商场／餐饮场所上架率
图表 广州市消费者常喝高档白酒品牌
图表 广州市不同年龄消费者常喝品牌分布
图表 广州市高档白酒购买主要考虑因素
图表 广西地区畅销品牌统计
图表 成都地区白酒市场状况调查统计表
图表 成都各年龄段消费者饮白酒倾向
图表 成都市民饮白酒频率分布

图表 成都白酒消费人群与消费档次分布
图表 成都各年龄段经常饮用白酒度数
图表 西安白酒市场知名度
图表 西安白酒市场渗透率
图表 西安市民作为礼品购买的白酒品牌
图表 市场流通的白酒品牌的更替速度表
图表 白酒市场主流度假所占比例
图表 白酒市场主流价位所占比例
图表 高档白酒主流渠道所占比例
图表 酒的品类所占比例
图表 高档白酒品牌受欢迎程度排名
图表 高端白酒五粮液优、缺点分析
图表 高端白酒茅台优、缺点分析
图表 高端白酒剑南春优、缺点分析
图表 中档白酒主流品牌受欢迎程度排名
图表 中档白酒金六福优、缺点分析
图表 中档白酒古井贡酒优、缺点分析
图表 中档白酒郎酒优、缺点分析
图表 低档白酒品牌受欢迎程度排名
图表 低档白酒沱牌优、缺点分析
图表 低档白酒尖庄优、缺点分析
图表 白酒四种主打香型的消费者偏好程度排名
图表 影响消费者购买行为因素分析
图表 不同类型的促销影响消费者购买分析
图表 白酒消费的主要用途分析
图表 经销商选择分析
图表 高档品牌前景预期排名
图表 中档品牌前景预期排名
图表 低档品牌前景预期排名
图表 白酒营销战略布局模拟网络（1）
图表 白酒营销战略布局模拟网络（2）
图表 产品铺货申请明细表
图表 企业相对于竞争对手进行竞争优势比较表
图表 略.....

详细请访问：https://baogao.chinabaogao.com/jiulei/3634936349.html