

2016-2022年中国白酒市场 需求态势展望及投资风险研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国白酒市场需求态势展望及投资风险研究报告》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.abaogao.com/b/baijiu/1143822EKM.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

根据国家统计局公布数据，2004至2014年，中国白酒产量由312万千升增长至1,257万千升，年复合增长率为16.75%。2012年末以来，国家相继出台了“八项规定”、“六项禁令”等政策严格限制“三公消费”，高档白酒的消费需求明显减少，白酒行业进入调整期。2013年和2014年，中国白酒产销量、白酒行业收入增长等均有所放缓。

未来，中国国内生产总值将继续保持合理增长、国民经济发展质量和效益将稳步提升，随着居民收入的持续增长及富裕阶层的人数不断增加，消费水平提升和消费结构升级仍将持续，白酒行业仍具有持续增长的空间。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国白酒市场需求态势展望及投资风险研究报告》共十五章。首先介绍了中国白酒行业市场发展环境、中国白酒整体运行态势等，接着分析了中国白酒行业市场运行的现状，然后介绍了中国白酒市场竞争格局。随后，报告对中国白酒做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国白酒行业发展趋势与投资预测。您若想对白酒产业有个系统的了解或者想投资白酒行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及白酒交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 白酒行业相关介绍 24

第一节 白酒的分类及特征 24

一、白酒的香型 24

二、白酒的几种分类 29

三、白酒的特点 32

第二节 白酒的其他知识 34

一、白酒的度及其测定方法 34

二、白酒的勾兑和调味 34

三、白酒的各种成分 35

四、白酒的营养物质及有害物质 37

第三节 新工艺白酒 41

- 一、白酒工业正向新方向发展 41
- 二、白酒新工艺的创新与发展 41
- 三、新工艺白酒的探索 42
- 四、固、液勾兑在新工艺白酒中的应用 43

第二章 2015年中国白酒产业运行新形势透析 44

第一节2015年中国白酒产业结构分析 44

- 一、从白酒产量看行业结构 44
- 二、从白酒销售收入、利税看行业结构 45
- 三、从香型、酒度、酒质看行业结构 45
- 四、从白酒企业数量及企业结构看行业结构 46
- 五、中国白酒行业取得的重要变化进展 47

第二节2015年中国白酒产业运行总况 47

- 一、白酒业出现新的操作模式 47
- 二、中国白酒工业进入稳定发展阶段 50
- 三、中国白酒业正在实现三大转变 50
- 四、中国白酒产业刮起“瘦身”风 52

第三节 2009-2015年全国及主要省份白酒（折65度，商品量）产量分析 53

- 一、2009-2015年全国白酒（折65度，商品量）产量分析 53
- 二、2015年全国及主要省份白酒（折65度，商品量）产量分析 54
- 三、2015年白酒（折65度，商品量）产量集中度分析 56

第四节2009-2015年中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进出口贸易分析 56

- 一、浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进出口数量分析 56
- 二、浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进出口金额分析 67
- 三、浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进出口国家及地区分析 77

第五节2015年中国白酒行业的SWOT分析 77

- 一、发展优势 77
- 二、发展劣势 78
- 三、发展机遇 80
- 四、面临的威胁 80

第六节2015年中国白酒业面临的难题分析 81

- 一、产品缺乏创新 81

- 二、营销秩序混乱 81
- 三、白酒行业的环保问题 82
- 四、地方过分保护 82
- 五、高端产品开始“滥”市 82
- 第七节2015年中国白酒行业的发展策略及规划 85
 - 一、白酒工业发展需依靠科技的推动 85
 - 二、探索白酒行业发展方向 87
 - 三、中国白酒工业发展的对策 91
 - 四、中国应积极发展低度白酒 94
 - 五、中国白酒产业的发展规划 95

第三章2015年中国白酒产业技术研发分析 97

- 第一节2015年中国生物工程技术的研究 97
 - 一、窖泥微生物研究 97
 - 二、酱香功能菌的研究 97
 - 三、白酒行业的环保问题 97
 - 四、地方过分保护 97
 - 五、高端产品开始“滥”市 98
- 第二节 酿酒发酵机理的研究 100
- 第三节 白酒香味成分剖析 101
- 第四节2015年中国生产工艺的改革与创新 102
 - 一、麸曲酱香白酒工艺创新 103
 - 二、复式发酵 103
 - 三、分层发酵 104
 - 四、夹泥发酵 104
 - 五、汾酒发酵的最高品温控制 104
 - 六、将先进的纳米技术引入白酒行业 104
- 第五节2015年中国白酒贮存研究 105
- 第六节2015年中国新型白酒的发展 106
- 第七节2015年中国低度酒的生产与发展 107

第四章 2015年中国白酒市场运行走势分析 112

第一节2015年中国白酒市场新格局	112
一、中高档白酒市场	112
二、流通渠道市场	112
三、终端白酒市场	114
四、促销白酒市场	116
五、区域细分市场	117
第二节2015年中国白酒市场特点浅析	117
一、中档酒是新生白酒品牌的最佳立足空间	117
二、餐饮终端是白酒企业的竞争焦点	118
三、渠道价值仍然不可低估	118
四、促销方式以单纯产品促销为主	119
五、地域市场品牌及商务用酒占消费主流	119
第三节2015年中国白酒终端市场的运作解析	120
一、产品选择和客户管理	120
二、公关和培训	122
三、促销和服务客户	124
四、激励政策和物流管理	126
五、理货管理和回款管理	128
第四节2015年中国白酒消费市场分析	129
一、白酒消费的三大模式	129
二、白酒消费的五大特点	130
三、白酒消费市场现状分析	130
四、未来白酒消费四大趋势	131
第五节2015年中国白酒市场的同质化现象	132
一、浓香型白酒占据较大市场份额	132
二、品牌泛滥导致名酒形象淡化	132
三、价格体系紊乱及终端不良竞争加剧	133
四、白酒外包装雷同及广告宣传浮夸	134
第五章 2009-2015年中国白酒制造行业数据监测分析	135
第一节 2009-2015年中国白酒制造行业规模分析	135
一、企业数量增长分析	135

二、从业人数增长分析	135
三、资产规模增长分析	136
第二节 2015年中国白酒制造行业结构分析	136
一、企业数量结构分析	136
二、销售收入结构分析	138
第三节 2009-2015年中国白酒制造行业产值分析	139
一、产成品增长分析	139
二、工业销售产值分析	139
三、出货值分析	140
第四节 2009-2015年中国白酒制造行业成本费用分析	140
一、销售成本统计	140
二、费用统计	141
第五节 2009-2015年中国白酒制造行业盈利能力分析	141
一、主要盈利指标分析	141
二、主要盈利能力指标分析	142
第六章 2015年中国高端白酒市场运行动态分析	143
第一节 2015年中国高端白酒运行总况	143
一、高端白酒的崛起	143
二、白酒市场向高端品牌集中	148
三、高端白酒品牌的市场布局	151
第二节 2015年中国高端白酒市场动态分析	152
一、高端白酒寡头格局基本形成	153
二、高端白酒与烈性洋酒博弈正式展开	154
三、中国白酒力拓高端产品产量加快上升	156
四、中国高端白酒市场刮起商务旋风	156
五、中国高端白酒消费走入黄金时代	158
六、中国高端白酒市场演绎个性化色彩	158
第三节 2015年中国高端白酒发展强劲的原因剖析	159
一、消费升级注入高端白酒持续动力	159
二、龙头企业具备品牌号召力	159
三、定价权优势是核心竞争力	160

四、抗通胀能力最强 160

第四节2015年中国高端白酒发展误区分析 161

- 一、贪多求全品牌只是表层延伸 161
- 二、重外轻内打造有价无值品牌 162
- 三、无论大小企业都欲突击高端市场 163
- 四、单纯依靠终端成就不了高端品牌 163

第七章 2015年中国主要香型白酒运行新形势分析 165

第一节 浓香型白酒 165

- 一、浓香型白酒占据白酒行业主导地位 165
- 二、浓香型白酒“淡雅”与“浓郁”流派的差异分析 165
- 三、浓香型白酒正面临挑战 172
- 四、浓香型白酒生产工艺方向的探索 181

第二节 清香型白酒 181

- 一、清香型白酒进入快速发展阶段 181
- 二、清香型白酒面临发展契机 183
- 三、清香型白酒的复兴仍需漫长过程 184
- 四、清香型白酒的复兴战略探索 187

第三节 酱香型白酒 191

- 一、酱香型白酒是传统酿酒的典范 191
- 二、酱香型白酒渐成市场趋势 192
- 三、酱香型白酒市场混乱 193

第八章 2015年中国主要地区的白酒行业运行新格局 195

第一节 四川省 195

- 一、四川省白酒产业概况 195
- 二、四川建千亿产业 打造“白酒金三角” 198
- 三、四川省白酒业保持平稳增长 200
- 四、四川白酒迈出专业化集群化步伐 200
- 五、四川省白酒业的发展优势 204

第二节 贵州省 206

- 一、贵州白酒产业将主攻产能和竞争力 206

- 二、贵州白酒产业发展中育“双雄” 208
- 三、贵州大力振兴白酒产业 新增固定资产投资63亿 209
- 四、塑造贵州白酒产业的后发优势 209
- 五、贵州白酒企业复兴之路的探索 218
- 六、贵州省白酒产业的发展规划 222
- 第三节 江苏省 224
 - 一、江苏白酒业进入加速发展期 224
 - 二、江苏省白酒业销售收入突破80亿元再创佳绩 225
 - 三、税率调整，牵动江苏省白酒业利益分配格局 225
 - 四、江苏白酒业谋求对抗川黔 227
- 第四节 安徽省 228
 - 一、安徽打造白酒产业新格局 228
 - 二、安徽白酒市场消费状况浅析 230
 - 三、安徽省白酒业亟待全面振兴 234
 - 四、徽酒欲打造白酒供需营销新模式 236
- 第五节 河南省 236
 - 一、河南白酒产业的发展现状 237
 - 二、河南白酒业要走绿色健康发展之路 239
 - 三、河南省白酒企业的发展策略 241
 - 四、河南白酒产业的发展战略 242
- 第六节 山东省 243
 - 一、山东省白酒产业的发展现状 243
 - 二、山东白酒做强品牌路探析 245
 - 三、山东省白酒行业的发展策略 248
 - 四、山东省白酒行业的发展建议 249
- 第七节 陕西省 252
 - 一、陕西白酒市场上演“战国时代” 252
 - 二、陕西省白酒行业面临新“危机” 253
 - 三、陕西省白酒行业存在的问题 253
 - 四、陕西省白酒企业的发展策略 254
- 第八节 东北地区 254
 - 一、东北白酒将主攻高端市场 254

二、东北白酒崛起三方面须突破 255

三、东北白酒产业存在的问题 256

四、东北白酒产业的发展策略 257

第九节 其它地区 259

一、河北省白酒产业的发展分析 259

二、云南省白酒产业的发展分析 261

三、广西省白酒产业的现状 263

四、广州白酒市场的发展特点 266

第九章 2015年中国白酒制造重点厂商运营财务数据分析 271

第一节 贵州茅台酒股份有限公司(600519) 271

一、企业概况 271

二、企业主要经济指标分析 271

三、企业盈利能力分析 277

四、企业偿债能力分析 278

五、企业运营能力分析 279

六、企业成长能力分析 280

第二节 宜宾五粮液股份有限公司(000858) 281

一、企业概况 281

二、企业主要经济指标分析 284

三、企业盈利能力分析 291

四、企业偿债能力分析 292

五、企业运营能力分析 293

六、企业成长能力分析 294

第三节 泸州老窖股份有限公司(000568) 294

一、企业概况 295

二、企业主要经济指标分析 296

三、企业盈利能力分析 301

四、企业偿债能力分析 303

五、企业运营能力分析 304

六、企业成长能力分析 304

第四节 四川沱牌曲酒股份有限公司(600702) 305

- 一、企业概况 305
- 二、企业主要经济指标分析 308
- 三、企业盈利能力分析 313
- 四、企业偿债能力分析 314
- 五、企业运营能力分析 315
- 六、企业成长能力分析 316
- 第五节 四川水井坊股份有限公司 (600779) 317
 - 一、企业概况 317
 - 二、企业主要经济指标分析 318
 - 三、企业盈利能力分析 322
 - 四、企业偿债能力分析 324
 - 五、企业运营能力分析 325
 - 六、企业成长能力分析 326
- 第六节 山西杏花村汾酒厂股份有限公司 (600809) 326
 - 一、企业概况 326
 - 二、企业主要经济指标分析 327
 - 三、企业盈利能力分析 331
 - 四、企业偿债能力分析 332
 - 五、企业运营能力分析 333
 - 六、企业成长能力分析 334
- 第七节 安徽古井贡酒股份有限公司 (000596) 335
 - 一、企业概况 335
 - 二、企业主要经济指标分析 337
 - 三、企业盈利能力分析 341
 - 四、企业偿债能力分析 342
 - 五、企业运营能力分析 343
 - 六、企业成长能力分析 344
- 第八节 酒鬼酒股份有限公司 (000799) 345
 - 一、企业概况 345
 - 二、企业主要经济指标分析 346
 - 三、企业盈利能力分析 350
 - 四、企业偿债能力分析 352

五、企业运营能力分析 353

六、企业成长能力分析 354

第十章 2015年中国白酒行业的营销分析 355

第一节2015年中国白酒营销的发展状况 355

一、中国白酒营销的发展阶段 355

二、中国白酒营销模式分析 359

三、中国白酒营销的“产品化运动”分析 361

四、中国白酒营销存在的问题 365

第二节2015年中国白酒渠道营销途径状况分析 370

一、白酒企业的渠道困境 370

二、白酒市场渠道商状况 371

三、白酒渠道商之间的博弈 372

四、白酒渠道困境的根本原因 373

第三节2015年中国白酒文化营销的探析 375

一、酒文化是白酒行业的核心竞争力 375

二、白酒文化营销的现存方式 385

三、白酒文化营销的不成熟表现 386

四、白酒文化营销的误区及对策 387

第四节2015年中国白酒行业营销策略 390

一、白酒行业营销误区的对策 390

二、白酒营销的创新策略 396

三、白酒行业淡季营销策略分析 401

四、白酒营销的盈利模式探索 406

第五节2015年中国区域强势白酒品牌的营销战略 411

一、以根据地市场为圆心勾画新的市场版图 411

二、打造声誉产品提升企业的整体产品声誉 412

三、强化营销的组织功能建设 413

四、突破传统的厂商合作模式 414

五、营销管理的两大转变 415

第六节2015年中国中低端白酒农村市场营销的攻略 415

一、战略抉择以市场份额为导向 416

- 二、产品细分有所为有所不为 416
- 三、市场细分形成区域为王 417
- 四、以声誉产品塑造品牌声誉 418
- 五、建设适合农村市场营销的模式 419

第十一章 2015年中国白酒企业的发展策略分析 421

第一节2015年中国白酒企业的利润点分析 421

- 一、高端市场的利润点 421
- 二、终端渠道的利润点 422
- 三、酒文化的利润点 422
- 四、品牌是实在的利润点 423

第二节2015年中国白酒企业发展的差异化策略 423

- 一、产品差异化 423
- 二、形象差异化 425
- 三、市场差异化 427
- 四、服务差异化 430

第三节 白酒企业的招商策略 432

- 一、品牌规划策略 432
- 二、市场规划策略 434
- 三、招商启动策略 436
- 四、白酒企业招商应注意的问题 438

第四节2015年中国两大白酒企业集团品牌战略的比较与分析 439

- 一、五粮液、茅台品牌战略的比较 439
- 二、五粮液、茅台品牌战略成果的评价 443
- 三、五粮液、茅台品牌战略的风险分析 445
- 四、遏制风险的对策建议 448

第五节2015年中国二线白酒企业突围的关键要素 449

- 一、战略企图 449
- 二、声誉产品 450
- 三、市场板块 451
- 四、团队整合 452
- 五、资源匹配度 453

第六节2015年中国中小白酒企业的发展策略分析 454

- 一、中小白酒企业的发展力模型 454
- 二、中小型白酒企业新品上市的策略 460
- 三、中小型白酒企业的市场推广策略 465
- 四、中小型白酒企业发展的聚焦化战略 469

第十二章 2015年中国白酒替代产品运行浅析 476

第一节 啤酒 476

- 一、中国啤酒品牌市场探究 476
- 二、中国啤酒业的发展特点 480
- 三、2009-2015年全国及主要省份啤酒产量分析 483
- 四、经济危机对中国啤酒行业影响不大 484
- 五、透视啤酒市场竞争行为的演化方向 484
- 六、未来中国啤酒行业发展趋势预测 493

第二节 葡萄酒 495

- 一、中国葡萄酒发展特点 496
- 二、2015年中国葡萄酒市场发展状况 498
- 三、葡萄酒行业发展空间巨大 500
- 四、2009-2015年全国及主要省份葡萄酒产量分析 502
- 五、2015年中国葡萄酒消费量预测 503
- 六、中国葡萄酒产业的发展趋势分析 504

第三节 黄酒 505

- 一、黄酒扩张颠覆酒业市场格局 505
- 二、2009-2015年全国及主要省份黄酒产量分析 510
- 三、中国黄酒市场的发展对策分析 510
- 四、黄酒业复兴“文化牌”很重要 515

第十三章2015年中国白酒包装现状及未来发展建议 517

第一节2015年中国白酒包装现状 517

- 一、简述白酒包装发展历程 517
- 二、浅谈国内白酒的包装设计现状 518
- 三、白酒酒盒包装存在的弊端 523

四、浅析激光全息材料在白酒纸包装上的应用 525

五、白酒的软包装印刷剖析 526

第二节2015年白酒包装建议 530

一、白酒包装需下大功夫 530

二、白酒包装应打响品牌 532

三、白酒包装需要推陈出新 535

四、白酒包装应该以实用为风向标 537

五、解析超高端白酒的包装法则 538

第三节 2016-2022年中国白酒包装趋势分析 541

一、追求高档化 541

二、崇尚个性化 542

三、包装材料的变化 543

四、包装色调上的变化 543

五、容量上的变化 544

第十四章 2015年中国白酒行业的政策法规分析 545

第一节2015年中国白酒行业政策环境总述 545

一、中国白酒产业的政策导向 545

二、中国白酒产业政策概述 546

三、中国《白酒法》的制定刻不容缓 547

第二节2015年白酒行业税收政策分析 548

一、白酒行业税收政策的变化 548

二、白酒行业消费税调整的影响分析 549

三、新所得税法对白酒行业的影响 553

四、白酒税收政策走势预测 555

第三节2015年白酒产业政策法规动向 555

一、白酒生产许可证新规定对白酒产业的影响 555

二、白酒制造业清洁生产标准实施对白酒产业的影响 556

三、25种白酒国家标准样品通过鉴定 557

四、董酒“董香型”标准通过审定 558

第四节 部分白酒政策文件解读 559

一、《食品质量认证实施规则——酒类》解析 559

二、浓香型白酒新标准解析 569

三、白酒分析方法解析 572

第十五章 2016-2022年中国白酒行业的发展前景及趋势575 (ZY GXH)

第一节 2016-2022年中国白酒行业的前景分析 575

一、全国和地方性品牌共生的局面长期存在 575

二、白酒行业未来营业额和利润仍将攀升 576

三、白酒产业结构会进一步整合及优化 576

四、2016-2022年中国白酒制造行业预测分析 577

第二节 未来中国白酒行业发展的趋势 580

一、白酒行业的总体发展趋势分析 580

二、行业龙头领先优势将进一步加剧 580

三、高度白酒仍将是市场主流 581

四、高端白酒向更高端挺进 581

第三节 2016-2022年中国白酒制造市场前景预测 582

一、白酒产量预测分析 582

二、白酒市场消费预测分析 582

三、白酒进出口贸易预测分析 583

图表目录：

图表 1 1949-2015年3月白酒产量分析 44

图表 2 2007-2014年全国白酒（折65度，商品量）产量分析 53

图表 3 2015年全国及主要省份白酒（折65度，商品量）产量分析 54

图表 4 2015年白酒（折65度，商品量）产量集中度分析 56

图表 5 1999-2014年浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进出口数量分析 56

图表 6 2005-2015年中国白酒制造行业企业数量增长趋势图 135

图表 7 2005-2015年中国白酒制造行业从业人数增长趋势图 135

图表 8 2005-2015年中国白酒制造行业资产规模增长趋势图 136

图表 9 中国白酒制造行业不同类型企业数量分布图 137

图表 10 中国白酒制造行业不同所有制企业数量份额图 137

图表 11 中国白酒制造业不同规模企业销售收入结构分析 138

图表 12 中国白酒制造业不同所有制企业销售收入结构分析 138

图表 13 2005-2015年中国白酒制造行业产成品增长趋势图 139

图表 14 2005-2015年中国白酒制造行业工业销售产值增长趋势图 139

图表 15 2005-2015年中国白酒制造行业出货值增长趋势图 140

图表 16 2005-2015年中国白酒制造行业销售成本增长趋势图 140

图表 17 2005-2015年中国白酒制造行业费用使用统计图 141

图表 18 2005-2015年中国白酒制造行业主要盈利指标统计图 141

图表 19 2008-2014年中国白酒制造行业主要盈利能力指标分析 142

图表 20 贵州茅台资产负债表 271

图表 21 贵州茅台利润表 275

图表 22 贵州茅台盈利能力分析 277

图表 23 贵州茅台偿债能力分析 279

图表 24 贵州茅台运营能力分析 279

图表 25 贵州茅台成长能力分析 280

图表 26 五粮液资产负债表 284

图表 27 五粮液利润表 288

图表 28 五粮液盈利能力分析 291

图表 29 五粮液偿债能力分析 292

图表 30 五粮液运营能力分析 293

图表 31 五粮液成长能力分析 294

图表 32 泸州老窖资产负债表 296

图表 33 泸州老窖利润表 299

图表 34 泸州老窖盈利能力分析 301

图表 35 泸州老窖偿债能力分析 303

图表 36 泸州老窖运营能力分析 304

图表 37 泸州老窖成长能力分析 304

图表 38 沱牌舍得资产负债表 308

图表 39 沱牌舍得利润表 311

图表 40 沱牌舍得盈利能力分析 313

图表 41 沱牌舍得偿债能力分析 314

图表 42 沱牌舍得运营能力分析 315

图表 43 沱牌舍得成长能力分析 316

图表 44 水井坊资产负债表 318

- 图表 45 水井坊利润表 321
- 图表 46 水井坊盈利能力分析 323
- 图表 47 水井坊偿债能力分析 324
- 图表 48 水井坊运营能力分析 325
- 图表 49 水井坊成长能力分析 326
- 图表 50 山西汾酒资产负债表 327
- 图表 51 山西汾酒利润表 329
- 图表 52 山西汾酒盈利能力分析 331
- 图表 53 山西汾酒偿债能力分析 332
- 图表 54 山西汾酒运营能力分析 333
- 图表 55 山西汾酒成长能力分析 334
- 图表 56 古井贡酒资产负债表 337
- 图表 57 古井贡酒利润表 339
- 图表 58 古井贡酒盈利能力分析 341
- 图表 59 古井贡酒偿债能力分析 342
- 图表 60 古井贡酒运营能力分析 343
- 图表 61 古井贡酒成长能力分析 344
- 图表 62 酒鬼酒资产负债表 346
- 图表 63 酒鬼酒利润表 349
- 图表 64 酒鬼酒盈利能力分析 351
- 图表 65 酒鬼酒偿债能力分析 352
- 图表 66 酒鬼酒运营能力分析 353
- 图表 67 酒鬼酒成长能力分析 354
- 图表 68 白酒企业渠道困境的表现 370
- 图表 69 中国酒市渠道商状况 371
- 图表 70 2015年中国葡萄酒主要省份产量比重统计表 502
- 图表 71 2015年中国黄酒主要省份产量比重统计表 510

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/baijiu/1143822EKM.html>