

2010-2015年中国白酒行业 市场动态与战略投资前景分析报告

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

《2010-2015年中国白酒行业市场动态与战略投资前景分析报告》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/114382A4SM.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

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

[b]2010-2015年中国[b]白酒[/b]行业市场动态与战略投资前景分析报告 内容介绍：[/b]

[b]第一章 白酒行业发展概述[/b]

第一节 白酒的定义及分类

- 一、白酒的成分
- 二、白酒的分类
- 三、白酒的香味种类

第二节 白酒的其他概述

- 一、白酒新工艺
- 二、白酒灌装
- 三、白酒的食疗作用
- 四、白酒的营养分析
- 五、我国白酒文化

[b]第二章 2009年中国白酒发展环境分析

- 一、扩大内需保增长政策解析
- 二、中国GDP分析
- 三、中国汇率调整分析
- 四、中国CPI指数分析
- 五、中国城镇居民家庭人均可支配收入分析

第二节 2009年中国白酒发展环境分析

- 一、2009年居民生活水平分析
- 二、2009年零售市场情况分析
- 三、中国酒文化源远流长

[b]第三章 2009年中国白酒发展的对策

- 四、白酒行业发展需注意的问题
- 五、中国白酒业宏观层面的发展战略

[b]第四章 2009-2010年中国白酒制造发展特点

- 二、2009年中国葡萄酒发展问题
- 四、洋酒市场竞争格局
- 五、未来洋酒在中国的发展趋势

第五节 保健酒

- 一、保健酒行业发展历程与现状
- 二、2009-2010年保健酒市场现状
- 三、保健酒行业发展问题
- 四、2012年保健酒市场预测
- 五、保健酒品牌发展策略

[b]第八章 2009年中国白酒发展研究[/b]

第一节 2009年中国白酒品牌发展研究

- 一、白酒的门槛
- 二、品牌营销基础
- 三、品牌游戏规则
- 四、品牌市场关系
- 五、未来中国市场白酒品牌容量预测

第二节 2009年中国两大白酒品牌战略的比较与分析

- 一、白酒品牌竞争概述
- 二、五粮液、茅台品牌战略的比较
- 三、五粮液、茅台品牌战略成果的评价
- 四、五粮液、茅台品牌战略的风险分析
- 五、五粮液、茅台品牌战略综述

第三节 2010-2015年中国白酒品牌发展趋势探析

[b]第十章 2009年中国高端白酒发展强劲的原因剖析

- 一、消费升级注入高端白酒持续动力
- 二、龙头企业具备品牌号召力
- 三、定价权优势是核心竞争力
- 四、抗通胀能力最强

第四节 2009年中国高端白酒发展误区分析

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

[b]第十一章 2009年中国白酒行业营销策略分析[/b]

第一节 2009年中国白酒营销的形式研究

- 一、基础性营销

二、结构化营销

三、商业模式营销

四、资本化营销

五、沱牌曲酒营销战略研究

第二节 2009年中国白酒营销问题探讨

一、白酒营销问题概述

二、假货负面影响问题

三、利润下降问题

四、营销团队的升级问题

第三节 2009年中国白酒品牌区域化与区域市场深度营销策略

一、白酒品牌区域化

二、白酒市场的区域化深度营销

三、“深度分销”对企业营销战略的作用与意义

四、白酒区域市场的有效“深度分销”与“终端生动化”策略

[b]第十二章 2009年中国白酒行业竞争新格局透析[/b]

第一节 2009年中国白酒行业前景预测与趋势展望[/b]

第一节 2010-2015年中国白酒行业前景依旧看好

第三节 2010-2015年中国白酒行业市场预测分析

一、白酒产量预测分析

二、白酒市场销售情况预测分析

三、白酒进出口贸易预测分析

[b]第十五章 2010-2015年中国白酒行业投资机会与风险预警[/b]

第一节 2009年白酒制造行业投资特性分析

第二节 2010-2015年中国白酒制造行业投资机会分析

一、区域投资潜力分析

二、金融危机下白酒行业发展机遇分析

1、金融危机为白酒企业提供了并购国外企业的机会

2、金融危机导致部分经营不善的白酒企业退出市场

三、与产业链相关的投资机会分析

第三节 2010-2015年中国白酒制造行业投资风险分析

一、政策风险

二、技术风险

三、竞争风险

[b]第十六章 2010-2015年中国白酒行业投资战略研究[/b]

第一节 白酒行业应对金融危机策略分析

一、白酒团购和专供市场开拓策略分析

二、金融危机下低端白酒的开发和推广

三、金融危机下白酒企业营销策略分析

四、金融危机下白酒业低成本营销策略

第二节 金融危机下白酒发展与投资策略分析

一、对症下药

二、程序科学

三、控制成本

四、以市场为中心

五、讲求效益

六、可持续发展

七、遵守法律

图表目录：

图表：2009-2010年中国白酒制造行业企业数量统计

图表：2009年中国白酒制造行业企业数量分布图

图表：2009-2010年中国白酒制造从业人数状况统计

图表：2009年中国白酒制造行业不同所有制企业从业人员数据

图表：2009-2010年中国白酒制造行业不同规模企业总销售收入情况

图表：2009-2010年中国白酒制造行业不同规模企业销售收入所占比例图

图表：2009-2010年中国白酒制造行业总销售收入情况

图表：2009-2010年中国白酒制造行业不同所有制企业总销售收入比例图

图表：2009-2010年中国白酒制造行业不同所有制企业总销售收入对比图

图表：2009年中国白酒制造行业不同所有制企业总销售收入对比图

图表：2009-2010年中国白酒制造行业利润总额情况数据统计

图表：2009-2010年中国白酒制造行业不同规模企业利润总额情况

图表：2009年中国白酒制造行业不同规模企业利润总额所占比例

图表：2009-2010年中国白酒制造行业不同所有制企业利润总额情况

图表：2009-2010年中国白酒制造行业不同所有制企业利润总额对比图

图表：2009年中国白酒制造行业不同所有制企业利润总额对比图

图表：2009-2010年中国白酒制造行业销售毛利率情况统计

图表：2009-2010年中国白酒制造行业不同规模企业销售毛利率情况

图表：2009-2010年中国白酒制造行业不同所有制企业销售毛利率情况

图表：2009-2010年中国白酒制造行业不同所有制企业销售毛利率对比图

图表：2009-2010年中国白酒制造行业不同所有制企业销售毛利率对比图

图表：2009-2010年中国白酒制造行业销售利润率情况数据统计

图表：2009-2010年中国白酒制造行业不同规模企业销售利润率情况

图表：2009-2010年中国白酒制造行业不同所有制企业销售利润率情况

图表：2009-2010年中国白酒制造行业不同所有制企业销售利润率对比图

图表：2009年中国白酒制造行业不同所有制企业销售利润率对比图

图表：2009-2010年中国白酒制造行业总资产利润率情况数据统计

图表：2009-2010年中国白酒制造行业不同规模企业总资产利润率情况

图表：2009-2010年中国白酒制造行业不同所有制企业总资产利润率情况

图表：2009-2010年中国白酒制造行业不同所有制企业总资产利润率对比图

图表：2009年中国白酒制造行业不同所有制企业总资产利润率对比图

图表：2009-2010年全国及主要省份白酒（折65度，商品量）产量分析

图表：2009年全国及主要省份白酒（折65度，商品量）产量分析

图表：白酒（折65度，商品量）产量增长性分析

图表：2001-2009年中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进口量增长趋势图

图表：2001-2009年中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进口金额增长趋势

图

图表：2001-2009年中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料出口量增长趋势图

图表：2001-2009年中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料出口金额增长趋势

图

图表：中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进口来源地及量值统计表

图表：中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进口来源结构

图表：中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料出口去向国家和地区统计表

图表：中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料出口去向分布图

图表：2009-2010年贵州茅台酒股份有限公司主营业务收入增长趋势图

图表：2009-2010年贵州茅台酒股份有限公司净利润增长趋势图

图表：2009-2010年贵州茅台酒股份有限公司利润率走势图

图表：2009-2010年贵州茅台酒股份有限公司成长能力指标表

图表：2009-2010年贵州茅台酒股份有限公司经营能力指标表

图表：2009-2010年贵州茅台酒股份有限公司盈利能力指标表

图表：2009-2010年贵州茅台酒股份有限公司偿债能力指标表

图表：2009-2010年宜宾五粮液股份有限公司主营业务收入增长趋势图

图表：2009-2010年宜宾五粮液股份有限公司净利润增长趋势图

图表：2009-2010年宜宾五粮液股份有限公司利润率走势图

图表：2009-2010年宜宾五粮液股份有限公司成长能力指标表

图表：2009-2010年宜宾五粮液股份有限公司经营能力指标表

图表：2009-2010年宜宾五粮液股份有限公司盈利能力指标表

图表：2009-2010年宜宾五粮液股份有限公司偿债能力指标表

图表：2009-2010年泸州老窖股份有限公司主营业务收入增长趋势图

图表：2009-2010年泸州老窖股份有限公司净利润增长趋势图

图表：2009-2010年泸州老窖股份有限公司利润率走势图

图表：2009-2010年泸州老窖股份有限公司成长能力指标表

图表：2009-2010年泸州老窖股份有限公司经营能力指标表

图表：2009-2010年泸州老窖股份有限公司盈利能力指标表

图表：2009-2010年泸州老窖股份有限公司偿债能力指标表

图表：2009-2010年四川沱牌曲酒股份有限公司主营业务收入增长趋势图

图表：2009-2010年四川沱牌曲酒股份有限公司净利润增长趋势图

图表：2009-2010年四川沱牌曲酒股份有限公司利润率走势图

图表：2009-2010年四川沱牌曲酒股份有限公司成长能力指标表

图表：2009-2010年四川沱牌曲酒股份有限公司经营能力指标表

图表：2009-2010年四川沱牌曲酒股份有限公司盈利能力指标表

图表：2009-2010年四川沱牌曲酒股份有限公司偿债能力指标表

图表：2009-2010年四川水井坊股份有限公司主营业务收入增长趋势图

图表：2009-2010年四川水井坊股份有限公司净利润增长趋势图

图表：2009-2010年四川水井坊股份有限公司利润率走势图

图表：2009-2010年四川水井坊股份有限公司成长能力指标表

图表：2009-2010年四川水井坊股份有限公司经营能力指标表

图表：2009-2010年四川水井坊股份有限公司盈利能力指标表

图表：2009-2010年四川水井坊股份有限公司偿债能力指标表

图表：2009-2010年山西杏花村汾酒厂股份有限公司主营业务收入增长趋势图

图表：2009-2010年山西杏花村汾酒厂股份有限公司净利润增长趋势图
图表：2009-2010年山西杏花村汾酒厂股份有限公司利润率走势图
图表：2009-2010年山西杏花村汾酒厂股份有限公司成长能力指标表
图表：2009-2010年山西杏花村汾酒厂股份有限公司经营能力指标表
图表：2009-2010年山西杏花村汾酒厂股份有限公司盈利能力指标表
图表：2009-2010年山西杏花村汾酒厂股份有限公司偿债能力指标表
图表：2009-2010年安徽古井贡酒股份有限公司主营业务收入增长趋势图
图表：2009-2010年安徽古井贡酒股份有限公司净利润增长趋势图
图表：2009-2010年安徽古井贡酒股份有限公司利润率走势图
图表：2009-2010年安徽古井贡酒股份有限公司成长能力指标表
图表：2009-2010年安徽古井贡酒股份有限公司经营能力指标表
图表：2009-2010年安徽古井贡酒股份有限公司盈利能力指标表
图表：2009-2010年安徽古井贡酒股份有限公司偿债能力指标表
图表：2009-2010年酒鬼酒股份有限公司主营业务收入增长趋势图
图表：2009-2010年酒鬼酒股份有限公司净利润增长趋势图
图表：2009-2010年酒鬼酒股份有限公司利润率走势图
图表：2009-2010年酒鬼酒股份有限公司成长能力指标表
图表：2009-2010年酒鬼酒股份有限公司经营能力指标表
图表：2009-2010年酒鬼酒股份有限公司盈利能力指标表
图表：2009-2010年酒鬼酒股份有限公司偿债能力指标表
图表：.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/baijiu/114382A4SM.html>