

# 2016-2022年中国低度酒市 场分析预测及战略咨询报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2016-2022年中国低度酒市场分析预测及战略咨询报告》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/F298471DAV.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

低度酒产业发展过程融合了工业、生态、农业等产业资源，将各关联产业资源优化组合，实现产业资源的优化配置，促进酒产业内部有效的资源优化配置，并实现产业之间的有效资源配置，将加快低度酒产业发展、产业结构调整等，对酿酒产业经济在新世纪的发展具有极其深远的意义。同时，低度酒产业的高效发展将促进工业、农业、生态等产业的快速发展，促使起相关产业产生更好的社会、经济效益。

整体来看，2015年，全球低度酒需求持续增长，少数品种销量下滑。2015年全球啤酒销量下降，但是，中国啤酒仍然是世界上最畅销且受欢迎的。全球啤酒消费增量主要在非洲，新兴市场企业有吸引力。果酒作为世界通畅性产品，在世界饮酒中占据15-20%的比例。其中，葡萄酒是果酒中的主打产品，产量最大；其次为苹果酒，以法国的产品最具盛名。除此之外，德国的李子酒以及日本的梅酒亦相当出名。目前，世界果酒人均年消费量达到6L。2015年全球香槟销售额高达47.5亿欧元（约合338.1亿元人民币），创下历史纪录。这主要受到强劲的出口需求、有利的汇率因素和逐步稳定的法国本土市场销售的驱动。另外，在国际上，保健酒、养生酒、营养酒的消费量约占酒类（含白酒、葡萄酒、果酒等）消费总量的12%。

到2015年，中国低度酒占全国酒业比重超过60%。2015年，中国啤酒产销量分别是506.2亿升、521.8亿升；中国低度白酒产销量分别是116亿升、111亿升；黄酒产销量分别是34亿升、36亿升。

中国低度酒进入品类竞争时代，完全是消费市场变化产物，这种品类变化必将极大地丰富中国白酒产业内涵。目前，中国低度酒正在沿着国标、技术、市场、消费等战略维度构建自身品类价值，从而形成中国低度酒超级品类阵营。随着我国经济与世界经济的全面接轨，酒作为一种必不可少的饮料，必然要进入世界市场流通。国外白酒酒种的最大特点是酒度低，我国白酒要更大规模的走向世界，必须要向低度化发展，以适应国外的饮酒习惯。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国低度酒市场分析预测及战略咨询报告》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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

智研数据研究中心是国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

## 报告目录：

### 第一部分 低度酒产业经营情况

#### 第一章 2015年世界低度酒行业发展态势分析

##### 第一节 2015年世界低度酒市场发展状况分析

###### 一、世界低度酒行业特点分析

###### 二、世界低度酒市场需求分析

##### 第二节 2015年全球低度酒市场分析

###### 一、2015年全球低度酒需求分析

###### 二、2015年全球低度酒产销分析

###### 三、2015年中外低度酒市场对比

### 第二章 我国低度酒行业发展现状

#### 第一节 我国低度酒行业发展现状

##### 一、低度酒行业品牌发展现状

##### 二、低度酒行业消费市场现状

##### 三、低度酒市场消费层次分析

##### 四、我国低度酒市场走向分析

#### 第二节 2015年低度酒行业发展情况分析

##### 一、2015年低度酒行业发展特点分析

##### 二、2015年低度酒行业发展情况

#### 第三节 2015年低度酒行业运行分析

##### 一、2015年低度酒行业产销运行分析

##### 二、2015年低度酒行业利润情况分析

##### 三、2015年低度酒行业发展周期分析

##### 四、2016-2022年低度酒行业利润增速预测

#### 第四节 对中国低度酒市场的分析及思考

##### 一、低度酒市场特点

##### 二、低度酒市场分析

##### 三、低度酒市场变化的方向

##### 四、中国低度酒产业发展的新思路

##### 五、对中国低度酒产业发展的思考

### 第三章 2015年中国低度酒市场运行态势剖析

#### 第一节 2015年中国低度酒市场动态分析

- 一、低度酒行业新动态
- 二、低度酒主要品牌动态
- 三、低度酒行业消费者需求新动态

#### 第二节 2015年中国低度酒市场运营格局分析

- 一、市场供给情况分析
- 二、市场需求情况分析
- 三、影响市场供需的因素分析

#### 第三节 2015年中国低度酒市场进出口形式综述

#### 第四节 2015中国低度酒市场价格分析

- 一、热销品牌产品价格走势分析
- 二、影响价格的主要因素分析

### 第二部分 低度酒行业运营分析

#### 第四章 低度酒行业经济运行分析

##### 第一节 2015年低度酒行业主要经济指标分析

##### 第二节 2015年我国低度酒行业绩效分析

- 一、2015年行业产销能力
- 二、2015年行业规模情况
- 三、2015年行业盈利能力
- 四、2015年行业经营发展能力
- 五、2015年行业偿债能力分析

#### 第五章 中国低度酒行业消费市场分析

##### 第一节 低度酒市场消费需求分析

- 一、低度酒市场的消费需求变化
- 二、低度酒行业的需求情况分析
- 三、2015年低度酒品牌市场消费需求分析

##### 第二节 低度酒消费市场状况分析

- 一、低度酒行业消费特点

二、低度酒行业消费分析

三、低度酒行业消费结构分析

四、低度酒行业消费的市场变化

五、低度酒市场的消费方向

第三节 低度酒市场消费者调研分析

一、低度酒市场各年龄层（老、中、青）消费规模及比例分析

二、低度酒市场消费者收入结构调研分析

第四节 低度酒行业产品的品牌市场调查

一、消费者对行业品牌认知度宏观调查

二、消费者对行业产品的品牌偏好调查

三、消费者对行业品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、低度酒行业品牌忠诚度调查

六、低度酒行业品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第六章 我国低度酒行业市场调查分析

第一节 2015年我国低度酒行业市场宏观分析

一、主要观点

二、市场结构分析

三、整体市场关注度

四、厂商分析

第二节 2015中国低度酒行业市场微观分析

一、品牌关注度格局

二、产品关注度调查

三、不同价位关注度

第七章 低度酒行业上下游产业分析

第一节 上游产业分析

一、发展现状

1、高粱市场分析

2、大米市场分析

3、小麦市场分析

4、玉米市场分析

5、水果

二、发展趋势预测

1、高粱

2、大米

3、小麦

4、玉米

5、水果

三、市场现状分析

1、2013-2015年高粱价格波动

2、2013-2015年大米价格波动

3、2013-2015年小麦价格波动

4、2013-2015年玉米价格波动

5、水果价格波动

四、行业竞争状况及其对低度酒行业的意义

第二节 下游产业分析

一、发展现状

1、餐饮

2、酒店

3、零售

二、发展趋势预测

1、餐饮

2、酒店

3、零售

三、市场现状分析

1、餐饮

2、酒店

3、零售

四、行业新动态及其对低度酒行业的影响

五、行业竞争状况及其对低度酒行业的意义

### 第三部分 低度酒行业竞争格局

#### 第八章 低度酒行业竞争格局分析

##### 第一节 行业竞争结构分析

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力分析
- 五、客户议价能力分析

##### 第二节 行业集中度分析

- 一、企业集中度分析
- 二、区域集中度分析

##### 第三节 中国低度酒行业竞争格局综述

- 一、2015年低度酒行业集中度
- 二、2015年低度酒行业竞争程度
- 三、2015年低度酒企业与品牌数量
- 四、2015年低度酒行业竞争格局分析

##### 第四节 2015年低度酒行业竞争格局分析

- 一、2015年国内外低度酒行业竞争分析
- 二、2015年我国低度酒市场竞争分析

#### 第九章 低度酒企业竞争策略分析

##### 第一节 低度酒市场竞争策略分析

- 一、2015年低度酒市场增长潜力分析
- 二、2015年低度酒主要潜力品种分析
- 三、现有低度酒市场竞争策略分析
- 四、潜力低度酒竞争策略选择
- 五、典型企业产品竞争策略分析

##### 第二节 低度酒企业竞争策略分析

- 一、2016-2022年我国低度酒市场竞争趋势
- 二、2016-2022年低度酒行业竞争格局展望
- 三、2016-2022年低度酒行业竞争策略分析

##### 第三节 低度酒行业发展机会分析



## 第十章 重点低度白酒企业竞争分析

### 第一节 宜宾五粮液股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2014-2015年经营状况
- 四、2016-2022年发展战略

### 第二节 贵州茅台酒股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2014-2015年经营状况
- 四、2016-2022年发展战略

### 第三节 泸州老窖股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2014-2015年经营状况
- 四、2016-2022年发展战略

### 第四节 江苏洋河酒厂股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2014-2015年经营状况
- 四、2016-2022年发展战略

## 第十一章 我国低度酒主要品牌分析

### 第一节 华润啤酒

- 一、生产厂家介绍
- 二、2013-2015年（华润雪花）产量及销售额
- 三、在低度酒市场占有率统计
- 四、主要消费群体统计

### 第二节 青岛啤酒

- 一、生产厂家介绍
- 二、2013-2015年（青岛啤酒）产量及销售额

三、在低度酒市场占有率统计

四、主要消费群体统计

### 第三节 燕京啤酒

一、生产厂家介绍

二、2013-2015年（燕京啤酒）产量及销售额

三、在低度酒市场占有率统计

四、主要消费群体统计

### 第四节 张裕葡萄酒

一、生产厂家介绍

二、2013-2015年（张裕葡萄酒）产量及销售额

三、在低度酒市场占有率统计

四、主要消费群体统计

### 第五节 长城葡萄酒

一、生产厂家介绍

二、2013-2015年（长城葡萄酒）销售额

三、在低度酒市场占有率统计

四、主要消费群体统计

### 第六节 古越龙山

一、生产厂家介绍

二、2013-2015年（古越龙山）产量及销售额

三、在低度酒市场占有率统计

### 第七节 金枫酒业

一、生产厂家介绍

二、2013-2015年（金枫）产量及销售额

### 第八节 会稽山

一、生产厂家介绍

二、2013-2015年（会稽山）销售额

### 第九节 通化葡萄酒

一、生产厂家介绍

二、2013-2015年（通化葡萄酒）销售额

### 第十节 劲酒

一、生产厂家介绍

## 二、2013-2015年（劲酒）销售额

## 第十二章 低度白酒主要品牌及市场情况分析

### 第一节 玉冰烧

#### 一、生产厂家介绍

#### 二、2013-2015年（石湾玉冰烧）产量及销售额

#### 三、在低度白酒市场占有率统计

#### 四、主要消费群体统计

### 第二节 张弓酒

#### 一、生产厂家介绍

#### 二、2013-2015年（张弓酒）产量及销售额

#### 三、在低度白酒市场占有率统计

#### 四、主要消费群体统计

### 第三节 双沟特液

#### 一、生产厂家介绍

#### 二、2013-2015年（双沟特液）产量及销售额

#### 三、在低度白酒市场占有率统计

#### 四、主要消费群体统计

### 第四节 洋河微分子酒

#### 一、生产厂家介绍

#### 二、2014-2015年（洋河微分子酒）产量及销售额

#### 三、在低度白酒市场占有率统计

#### 四、主要消费群体统计

### 第五节 五粮液低度酒

#### 一、生产厂家介绍

#### 二、2013-2015年（五粮液低度酒）产量及销售额

#### 三、在低度白酒市场占有率统计

#### 四、主要消费群体统计

### 第六节 沱牌曲低度酒

#### 一、生产厂家介绍

#### 二、2013-2015年（沱牌低度酒）产量及销售额

#### 三、在低度白酒市场占有率统计

#### 四、主要消费群体统计

##### 第七节 郎酒低度酒

###### 一、生产厂家介绍

###### 二、2013-2015年（郎酒低度酒）产量及销售额

###### 三、在低度白酒市场占有率统计

###### 四、主要消费群体统计

##### 第八节 汾酒低度酒

###### 一、生产厂家介绍

###### 二、2013-2015年（汾酒低度酒）产量及销售额

###### 三、在低度白酒市场占有率统计

###### 四、主要消费群体统计

##### 第九节 泸州老窖低度酒

###### 一、生产厂家介绍

###### 二、2013-2015年（xx品牌）产量及销售额

###### 三、在低度白酒市场占有率统计

###### 四、主要消费群体统计

##### 第十节 水井坊低度酒

###### 一、生产厂家介绍

###### 二、2013-2015年（水井坊低度酒）产量及销售额

###### 三、在低度白酒市场占有率统计

###### 四、主要消费群体统计

#### 第十三章 花香型低度酒主要品牌及市场分析

##### 第一节 “桂花乡”桂花酒

###### 一、品牌及生产厂家介绍

###### 二、主要产品介绍

###### 三、2013-2015年“桂花乡”桂花酒产量统计

###### 四、2013-2015年“桂花乡”桂花酒销售额统计

##### 第二节 七必坊玫瑰酒

###### 一、品牌及生产厂家介绍

###### 二、主要产品介绍

###### 三、2013-2015年七必坊玫瑰酒产量统计

#### 四、2013-2015年七必坊玫瑰酒销售额统计

##### 第三节 古越龙山桂花酒

###### 一、品牌及生产厂家介绍

###### 二、主要产品介绍

###### 三、2013-2015年古越龙山桂花酒产量统计

###### 四、2013-2015年古越龙山桂花酒销售额统计

##### 第四节 女儿红桂花酒

###### 一、品牌及生产厂家介绍

###### 二、主要产品介绍

###### 三、2013-2015年女儿红桂花酒产量统计

###### 四、2013-2015年女儿红桂花酒销售额统计

##### 第五节 花香型低度酒市场分析

###### 一、花香型低度酒市场现状

###### 二、花香型低度酒市场前景预测

###### 三、花香型低度酒市场缺口

#### 第四部分 低度酒行业发展预测

##### 第十四章 低度酒行业发展趋势分析

###### 第一节 我国低度酒行业前景与机遇分析

###### 一、我国低度酒行业发展前景

###### 二、低度白酒发展前景分析

###### 三、花香型低度酒发展前景分析

###### 第二节 2016-2022年中国低度酒市场趋势分析

###### 一、2015年低度酒市场趋势总结

###### 二、2016年低度酒行业发展趋势分析

###### 三、2016-2022年低度酒产业政策趋向

###### 四、2016-2022年低度酒行业技术革新趋势

###### 五、2016-2022年国际环境对低度酒行业的影响

##### 第十五章 低度酒行业发展趋势与投资战略研究

###### 第一节 低度酒市场发展潜力分析

###### 一、市场空间广阔

二、竞争格局变化

三、高科技应用带来新生机

## 第二节 低度酒行业发展趋势分析

一、品牌格局趋势

二、渠道分布趋势

三、消费趋势分析

## 第三节 低度酒行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

## 第四节 对我国低度酒品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、低度酒实施品牌战略的意义

三、低度酒企业品牌的现状分析

四、我国低度酒企业的品牌战略

五、低度酒品牌战略管理的策略

## 第十六章 2016-2022年低度酒行业发展预测

### 第一节 未来低度酒需求与消费预测

一、2016-2022年低度酒产品消费预测

二、2016-2022年低度酒市场规模预测

三、2016-2022年低度酒行业销售收入预测

四、2016-2022年低度酒行业总资产预测

### 第二节 2016-2022年中国低度酒行业供需预测

一、2016-2022年中国低度酒供给预测

二、2016-2022年中国低度酒需求预测

三、2016-2022年中国低度酒供需平衡预测

四、2016-2022年中国低度酒产品价格预测

### 第三节 影响低度酒行业发展的主要因素

- 一、2016-2022年影响低度酒行业运行的有利因素分析
- 二、2016-2022年影响低度酒行业运行的稳定因素分析
- 三、2016-2022年影响低度酒行业运行的不利因素分析
- 四、2016-2022年我国低度酒行业发展面临的挑战分析
- 五、2016-2022年我国低度酒行业发展面临的机遇分析

### 第四节 低度酒行业投资风险及控制策略分析

- 一、2016-2022年低度酒行业市场风险及控制策略
- 二、2016-2022年低度酒行业政策风险及控制策略
- 三、2016-2022年低度酒行业经营风险及控制策略
- 四、2016-2022年低度酒行业技术风险及控制策略
- 五、2016-2022年低度酒行业同业竞争风险及控制策略
- 六、2016-2022年低度酒行业其他风险及控制策略

## 第十七章 投资建议

### 第一节 行业研究结论

### 第二节 行业发展建议

#### 图表目录：

图表：2015年全球低度酒产量统计

图表：2015年全球低度酒销量统计

图表：2015年中国低度酒行业产量统计

图表：2015年中国低度酒行业销量统计

图表：2015年中国低度酒行业利润总额统计

图表：2016-2022年低度酒行业利润增速预测

图表：华润雪花啤酒（中国）有限公司啤酒价格

图表：2015年张裕葡萄酒价格一览表

图表：2015年会稽山&古越龙山酒品价格

图表：2015年低度酒行业主要经济指标

图表：2015年低度酒行业产销率

图表：2015年中国低度酒行业规模统计

图表：2015年中国低度酒行业盈利能力

图表：2015年中国低度酒行业运营能力和发展能力

图表：2015年中国低度酒行业偿债能力

图表：2015年低度酒行业消费结构

图表：2015年低度酒市场各年龄层（老、中、青）消费规模及比例

图表：2015年我国低度酒行业市场结构

图表：2012-2015年我国葡萄酒行业企业数量

图表：2012-2015年我国黄酒行业企业数量

图表：2012-2015年我国啤酒行业企业数量

图表：2015年中国苹果价格走势

图表：2015年中国香蕉价格走势

图表：2015年中国柑橘类水果价格走势

图表：2011-2015年我国餐饮行业O2O市场规模及增长率

图表：2015年各线城市五星级酒店可租客房平均收入（已作季节性调整）

图表：2015年中国酒店市场关键指标

图表：2015年一线城市五星级酒店指标

图表：2015年一、二线城市酒店关键指标

图表：2015年第三季度十大五星级酒店市场可租客房平均收入

图表：2015年中国五星级酒店客房平均收入同比增幅

图表：2015年中国低度酒行业市场集中度

图表：2015年低度酒企业与品牌数量

图表：2014-2015年宜宾五粮液股份有限公司主要财务指标分析

图表：2014-2015年宜宾五粮液股份有限公司盈利能力分析

图表：2014-2015年宜宾五粮液股份有限公司营运能力分析

图表：2014-2015年宜宾五粮液股份有限公司偿债能力分析

图表：2014-2015年宜宾五粮液股份有限公司发展能力分析

图表：2014-2015年贵州茅台酒股份有限公司主要财务指标分析

图表：2014-2015年贵州茅台酒股份有限公司盈利能力分析

图表：2014-2015年贵州茅台酒股份有限公司偿债能力分析

图表：2014-2015年贵州茅台酒股份有限公司运营能力分析

图表：2014-2015年贵州茅台酒股份有限公司发展能力分析

图表：2014-2015年泸州老窖股份有限公司主要财务指标分析

图表：2014-2015年泸州老窖股份有限公司盈利能力分析



图表：2014-2015年泸州老窖股份有限公司偿债能力分析

图表：2014-2015年泸州老窖股份有限公司营运能力分析

图表：2014-2015年泸州老窖股份有限公司发展能力分析

图表：2014-2015年江苏洋河酒厂股份有限公司主要财务指标分析

图表：2014年9月-2015年9月江苏洋河酒厂股份有限公司盈利能力分析

图表：2014-2015年江苏洋河酒厂股份有限公司偿债能力分析

图表：2014-2015年江苏洋河酒厂股份有限公司运营能力分析

图表：2014-2015年江苏洋河酒厂股份有限公司发展能力分析

图表：2013-2015年华润雪花啤酒产品及增长分析

图表：2011-2015年华润雪花啤酒市场占有率分析

图表：2015年中国华润雪花啤酒主要消费群体（按性别）分类

图表：2015年中国华润雪花啤酒主要消费群体（按年龄）分类

图表：2013-2015年青岛啤酒产量及增长分析

图表：2013-2015年青岛啤酒销售额及增长分析

图表：2011-2015年青岛啤酒市场占有率分析

图表：2013-2015年燕京啤酒产量及增长分析

图表：2013-2015年燕京啤酒销售额及增长分析

图表：2011-2015年燕京啤酒市场占有率分析

图表：2013-2015年张裕葡萄酒销售额及增长分析

图表：2011-2015年张裕葡萄酒市场占有率分析

图表：2013-2015年长城葡萄酒销售额及增长分析

图表：2011-2015年长城葡萄酒市场占有率分析

图表：2013-2015年古越龙山销售额及增长分析

图表：2011-2015年古越龙山市场占有率分析

图表：2015年上海金枫酒业股份有限公司主营构成

图表：2015年会稽山绍兴酒股份有限公司主营构成

图表：2014-2015年通化葡萄酒股份有限公司盈利能力

图表：2013-2015年（石湾玉冰烧）产量

图表：2013-2015年（石湾玉冰烧）销售额

图表：2013-2015年（张弓酒）产量

图表：2013-2015年（张弓酒）销售额

图表：2013-2015年（双沟特液）产量

图表：2013-2015年（双沟特液）销售额

图表：2014-2015年（洋河微分子酒）产量

图表：2014-2015年（洋河微分子酒）销售额

图表：2013-2015年（五粮液低度酒）产量

图表：2013-2015年（五粮液低度酒）销售额

图表：2013-2015年（沱牌低度酒）产量

图表：2013-2015年（沱牌低度酒）销售额

图表：2013-2015年（郎酒低度酒）产量

图表：2013-2015年（郎酒低度酒）销售额

图表：2013-2015年（汾酒低度酒）产量

图表：2013-2015年（汾酒低度酒）销售额

图表：2013-2015年（xx品牌）产量

图表：2013-2015年（xx品牌）销售额

图表：2013-2015年（水井坊低度酒）产量

图表：2013-2015年（水井坊低度酒）销售额

图表：2013-2015年“桂花乡”桂花酒产量统计

图表：2013-2015年“桂花乡”桂花酒销售额统计

图表：2013-2015年七必坊玫瑰酒产量统计

图表：2013-2015年七必坊玫瑰酒销售额统计

图表：2013-2015年古越龙山桂花酒产量统计

图表：2013-2015年古越龙山桂花酒销售额统计

图表：2013-2015年女儿红桂花酒产量统计

图表：2013-2015年女儿红桂花酒销售额统计

图表：确定公司战略目标的步骤

图表：制定公司战略规划的步骤

图表：2016-2022年中国低度酒市场规模预测

图表：2016-2022年中国低度酒行业销售收入预测

图表：2016-2022年中国低度酒行业总资产预测

图表：2016-2022年中国低度酒行业产量预测

图表：2016-2022年中国低度酒行业销量预测

图表：2016-2022年中国低度酒行业产销平衡预测

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/baijiu/F298471DAV.html>