

2021-2027年中国酿酒市场 发展态势与市场前景预测报告

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

《2021-2027年中国酿酒市场发展态势与市场前景预测报告》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/putaojiu/G35327LOP5.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

当前中国酒业面临的挑战依然存在，非理性消费和高速增长已经不可持续，在满足消费高质化、多元化需求和释放消费潜力方面，需要提升行业整体意识和水平，这个过程也是缓解行业长期积累的矛盾、促进市场健康发展的重要契机。

通过数据来看，2018年酿酒产业整体经济效益稳定，正在向高质量阶段发展挺进。从产量规模来看，在向企稳回升的态势发展，行业结构的深度调整在稳固有序地进行。2019年1-10月，全国酿酒行业总产量4825.60万千升，同比增长0.80%。销售收入6819.83亿元，同比增长8.68%。利润1308.75亿元，同比增长17.88%。其中，规模以上企业，白酒总产量635.08万千升，同比增长1.42%。销售收入4548.63亿元，同比增长10.45%。利润1122.20亿元，同比增长19.34%；啤酒总产量3343.14万千升，同比增长1.05%。销售收入1384.95亿元，同比增长6.17%。利润139.12亿元，同比增长16.11%；葡萄酒总产量34.65万千升，同比下降10.25%。销售收入113.08亿元，同比下降20.04%。利润4.75亿元，同比下降50.06%；黄酒销售收入132.68亿元，同比增长3.40%。利润13.80亿元，同比增长6.77%；酒精总产量560.62万千升，同比下降2.91%。销售收入407.22亿元，同比增长14.56%。利润-1.22亿元，同比下降158.65%；其他酒销售收入232.77亿元，同比增长2.78%。利润30.10亿元，同比增长17.54%。

2019年1-10月全国酿酒行业利润情况 智研数据研究中心发布的《2021-2027年中国酿酒市场发展态势与市场前景预测报告》共十六章。首先介绍了中国酿酒行业市场发展环境、酿酒整体运行态势等，接着分析了中国酿酒行业市场运行的现状，然后介绍了酿酒市场竞争格局。随后，报告对酿酒做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国酿酒行业发展趋势与投资预测。您若想对酿酒产业有个系统的了解或者想投资中国酿酒行业，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证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。 报告目录：第一部分 产业环境透视第一章 酿酒行业发展综述第一节 酿酒行业定义及分类一、行业定义二、行业主要产品分类三、行业特性及在国民经济中的地位第二节 酿酒行业发展特征一、快速消费品行业二、质量安全关注行业三、原材料依赖型产业四、规模经济的典型特征五、顺经济周期行业六、资本和技术密集型产业 第二章 酿酒行业市场环境及影响分析（PEST）第一节 酿酒行业政治法律环境（P）一、酿酒产业相关法律二、酿酒行业政策分析三、酿酒行业发展规划第二节 行业经济环境分析（E）一、国内宏观经济概况二、区域市场发展环境三、相关产业链市场影响第三节 行业社会环境分析（S）一、酿酒产业社会环境二、社会环境对行业的影响第四节 行

业技术环境分析（T）一、酿酒技术发展水平1、白酒酿造技术分析2、葡萄酒酿造技术分析3、啤酒酿造技术分析4、黄酒酿造技术分析5、其他酿酒相关技术二、技术环境对行业的影响

第三章 国际酿酒行业发展分析及经验借鉴第一节 国际啤酒市场现状分析一、国际啤酒行业市场规模二、世界啤酒畅销品牌分析三、世界啤酒竞争格局分析第二节 国际重点啤酒市场分析一、美国啤酒市场分析二、德国啤酒市场分析三、法国啤酒市场分析第三节 全球葡萄酒市场分析一、全球葡萄酒市场规模二、全球葡萄酒产量分析三、全球葡萄酒市场发展趋势第四节 全球重点葡萄酒市场分析一、美国葡萄酒市场分析二、欧洲葡萄酒市场分析三、智利葡萄酒市场分析四、阿根廷葡萄酒市场分析 第二部分 市场深度分析第四章 中国酿酒所属行业运行现状分析第一节 中国酿酒所属行业发展状况分析一、中国酿酒行业发展阶段二、中国酿酒行业发展总体概况三、中国酿酒行业发展特点分析四、中国酿酒行业商业模式分析第二节 中国酿酒所属行业市场运行现状分析一、中国酿酒所属行业市场规模二、中国酿酒产品结构分析三、中国酿酒所属行业产销分析四、中国酿酒所属行业利润总额分析第三节 中国酿酒企业发展分析一、企业数量及增长分析二、不同规模企业结构分析三、行业从业人员数量分析第四节 中国酿酒所属行业财务指标分析一、行业盈利能力分析二、行业偿债能力分析三、行业营运能力分析四、行业发展能力分析 第五章 中国酿酒所属行业市场供需形势分析第一节 酿酒行业生产分析一、产品及原材料进口、自有比例二、国内产品及原材料生产基地分布第二节 中国酿酒所属行业供需分析一、2015-2019年中国酿酒所属行业供给情况1、中国饮料酒产量分析2、中国发酵酒精产量分析3、中国饮料酒总产值分析4、中国发酵酒精总产值分析二、2015-2019年中国酿酒所属行业需求情况1、中国饮料酒销售产值分析2、中国发酵酒精销售产值分析3、中国饮料酒销售收入分析4、中国发酵酒精销售收入分析酒精产业：规模以上酒精生产企业119家，累计完成总产量646.63万千升，同比增长3.24%；完成销售收入512.80亿元，同比增长13.61%；实现利润总额10.76亿元，同比下降50.85%。规模以上酒精生产企业119家经营情况三、2015-2019年中国酿酒所属行业供需平衡分析1、中国饮料酒产销率分析2、中国发酵酒精产销率分析第三节 酿酒产品市场应用及需求预测一、酿酒产品应用市场总体需求分析1、饮料酒产品市场需求特征2、饮料酒产品市场需求总规模3、发酵酒精产品市场需求特征4、发酵酒精产品市场需求总规模二、2021-2027年酿酒行业需求预测1、2021-2027年饮料酒领域需求产品功能预测2、2021-2027年饮料酒领域需求产品市场格局预测3、2021-2027年发酵酒精领域需求产品市场格局预测第四节 2015-2019年酒类市场价格走势分析一、重点品牌白酒均价分析二、重点品牌葡萄酒价格分析三、重点品牌啤酒价格分析 第三部分 市场全景调研第六章 酿酒行业产业链分析第一节 产业链上游原材料市场分析一、高粱市场分析1、高粱供给与酿酒业需求2、2015-2019年高粱价格波动二、大米市场分析1、大米供给与酿酒业需求2、2015-2019年大米价格波动三、小麦市场分析1、小麦供给与酿酒业需求2、2015-2019年小麦

价格波动四、玉米市场分析1、玉米供给与酿酒业需求2、2015-2019年玉米价格波动五、大麦市场分析1、大麦供给与酿酒业需求2、2015-2019年大麦价格波动六、葡萄市场分析1、葡萄供给与酿酒业需求2、2015-2019年葡萄价格波动

第二节 产业链下游包装市场分析一、玻璃包装业发展分析1、平板玻璃产量情况2、玻璃行业市场情况二、纸质包装业发展分析1、纸质包装市场规模分析2、纸质包装市场SWOT分析3、纸质包装市场发展前景三、塑料包装市场发展分析1、全国塑料制品产量情况2、全国塑料制品出口情况四、铝包装市场发展分析1、铝包装市场供给分析2、铝包装市场需求分析3、铝包装市场供需平衡分析

第七章 中国白酒市场分析及预测

第一节 中国白酒所属行业整体运行指标分析一、白酒行业企业规模二、白酒行业资产负债三、白酒行业供需规模四、白酒行业经营规模

白酒产业：规模以上白酒企业1445家，完成酿酒总产量871.20万千升，同比增长3.14%；完成销售收入5363.83亿元，同比增长12.88%；实现利润总额1250.50亿元，同比增长29.98%。规模以上白酒企业1445家企业经营情况五、白酒行业经营效率

第二节 白酒市场特点分析一、高端白酒呈下行走势二、中高端白酒竞争格外激烈三、中端白酒相继扩张四、低端白酒依旧平淡

第三节 2015-2019年白酒市场供需形势分析一、需求分析1、白酒消费特性与发展趋势2、消费的趋动因素二、供给分析1、白酒行业生产情况2、白酒生产结构分析

第四节 2015-2019年白酒细分市场分析一、中国酱香型白酒市场分析1、酱香型白酒发展概况2、酱香型白酒市场分析3、酱香型白酒发展前景分析二、中国浓香型白酒市场分析1、浓香型白酒发展概述2、浓香型白酒市场分析3、浓香型白酒发展前景分析三、中国清香型白酒市场分析1、清香型白酒发展概述2、清香型白酒市场分析3、清香型白酒发展前景分析四、中国米香型白酒市场分析1、米香型白酒发展概述2、米香型白酒市场分析3、米香型白酒发展前景分析五、中国兼香型白酒市场发展分析1、兼香型白酒发展概述2、兼香型白酒市场分析3、兼香型白酒发展前景分析六、中国白酒重点市场发展分析1、超高端和高端白酒市场分析2、中端白酒市场分析3、低端白酒市场分析

第五节 2015-2019年白酒市场发展形势分析一、行业内兼并重组趋势明显二、区域性名酒的全国化道路愈演愈烈三、中端白酒将替代高端白酒成为各酒商生产重点

第八章 中国葡萄酒市场分析及预测

第一节 中国葡萄酒所属行业整体运行指标分析一、葡萄酒行业企业规模二、葡萄酒行业资产负债三、葡萄酒行业供需规模四、葡萄酒行业经营规模五、葡萄酒行业经营效率

第二节 葡萄酒市场特点分析一、中国葡萄酒市场日趋理性和成熟二、中国葡萄酒进口保持增长三、中国葡萄酒市场洗牌开始四、中国进口葡萄酒消费结构变化

第三节 2015-2019年葡萄酒市场供需形势分析一、需求分析1、葡萄酒消费特性与发展趋势2、葡萄酒消费的趋动因素二、供给分析1、葡萄酒行业生产情况2、葡萄酒生产结构分析

第四节 2015-2019年葡萄酒细分市场分析一、行业主要产品市场分析1、红葡萄酒产品市场分析2、白葡萄酒产品市场分析二、行业产品市场热点分析1、年份葡萄酒市场发展状况2、庄园葡萄酒市场发展状况

第五节 2015-2019年葡萄酒市场发展形势

分析一、营销阵地将向电商进一步转移二、葡萄酒投资风险进一步提升三、三线、中西部城市逆势增长四、进口葡萄酒迎来新的变局 第九章 中国啤酒市场分析及预测第一节 中国啤酒所属行业整体运行指标分析一、啤酒行业企业规模二、啤酒行业资产负债三、啤酒行业供需规模四、啤酒行业经营规模五、啤酒行业经营效率第二节 啤酒市场特点分析一、产业增长平缓，小型企业“活力”领跑二、总体盈利水平下降，行业竞争或将加剧三、“多极化”成为行业突破点第三节 2015-2019年啤酒市场供需形势分析一、需求分析1、消费特性与发展趋势2、啤酒消费的趋动因素二、供给分析1、啤酒行业生产情况2、啤酒生产结构分析第四节 2015-2019年啤酒细分市场分析一、外资品牌啤酒市场分析二、国内品牌啤酒市场分析三、中高端啤酒市场分析四、低端啤酒市场分析第五节 2015-2019年啤酒市场发展形势分析一、行业集中度进一步提高二、中高端产品成为未来利润增长点三、啤酒市场加速进入寡头时代 第十章 中国黄酒市场分析及预测第一节 中国黄酒所属行业整体运行指标分析一、黄酒行业企业规模二、黄酒行业资产负债三、黄酒行业供需规模四、黄酒行业经营规模五、黄酒行业经营效率第二节 黄酒市场营销策略分析一、渠道创新二、海外市场攻势的加强三、新生消费群体的培养四、整合营销传播的加强第三节 2015-2019年黄酒市场供需形势分析一、需求分析1、黄酒消费的地域特征2、黄酒消费的趋动因素3、黄酒消费需求的主要趋向4、黄酒市场消费潜力分析二、供给分析1、黄酒行业生产情况2、黄酒生产结构分析3、黄酒产量的区域分布第四节 2015-2019年黄酒细分市场分析一、不同档次黄酒产品的市场分析1、中高端黄酒产品市场分析2、低端黄酒产品市场分析二、不同产区黄酒产品的市场分析1、越派黄酒产品市场分析2、海派黄酒产品市场分析3、湘（新）派黄酒产品市场分析4、闽派黄酒产品市场分析第五节 未来黄酒行业发展趋势预测一、行业集中度进一步提高二、产品更趋个性化，地域特色更为明显三、农村市场潜力加速释放四、网上销售前景广阔 第十一章 酒精饮品市场发展分析第一节 中国酒精饮品所属行业整体运行指标分析一、酒精饮品行业企业规模二、酒精饮品行业市场规模三、酒精饮品行业产销量分析四、酒精饮品市场价格走势分析第二节 酒精饮品行业发展概况及特点一、酒精饮品行业发展概况二、酒精饮品消费特点分析1、酒精饮品消费场景分析2、酒精饮品消费人群分析3、酒精饮品消费驱动因素分析三、酒精饮品行业发展趋势及前景第三节 酒精饮品市场竞争格局分析一、企业竞争格局二、品牌竞争格局三、产品竞争格局第四节 酒精饮品行业投资策略分析 第四部分 竞争格局分析第十二章 酿酒行业区域市场分析第一节 华北地区市场分析一、北京市酒类市场分析1、北京市酒类市场销售情况2、北京市酒类市场价格监测3、北京市酒类市场竞争分析4、北京市酒类市场发展前景二、天津市酒类市场分析1、天津市酒类市场销售情况2、天津市酒类市场价格监测3、天津市酒类市场竞争分析4、天津市酒类市场发展前景三、河北省酒类市场分析1、河北省酒类市场销售情况2、河北省酒类市场价格监测3、河北省酒类市场竞争分析4、河北省酒类市场发

展前景

第二节 华东地区市场分析

一、上海市酒类市场分析

1、上海市酒类市场销售情况

2、上海市酒类市场价格监测

3、上海市酒类市场竞争分析

4、上海市酒类市场发展前景

二、江苏省酒类市场分析

1、江苏省酒类市场销售情况

2、江苏省酒类市场价格监测

3、江苏省酒类市场竞争分析

4、江苏省酒类市场发展前景

三、浙江省酒类市场分析

1、浙江省酒类市场销售情况

2、浙江省酒类市场价格监测

3、浙江省酒类市场竞争分析

4、浙江省酒类市场发展前景

四、山东省酒类市场分析

1、山东省酒类市场销售情况

2、山东省酒类市场价格监测

3、山东省酒类市场竞争分析

4、山东省酒类市场发展前景

第三节 中南地区市场分析

一、湖北省酒类市场分析

1、湖北省酒类市场销售情况

2、湖北省酒类市场价格监测

3、湖北省酒类市场竞争分析

4、湖北省酒类市场发展前景

二、河南省酒类市场分析

1、河南省酒类市场销售情况

2、河南省酒类市场价格监测

3、河南省酒类市场竞争分析

4、河南省酒类市场发展前景

三、广东省酒类市场分析

1、广东省酒类市场销售情况

2、广东省酒类市场价格监测

3、广东省酒类市场竞争分析

4、广东省酒类市场发展前景

第四节 东北地区市场分析

一、辽宁省酒类市场分析

1、辽宁省酒类市场销售情况

2、辽宁省酒类市场价格监测

3、辽宁省酒类市场竞争分析

4、辽宁省酒类市场发展前景

二、黑龙江省酒类市场分析

1、黑龙江省酒类市场销售情况

2、黑龙江省酒类市场价格监测

3、黑龙江省酒类市场竞争分析

4、黑龙江省酒类市场发展前景

第五节 西南地区市场分析

一、四川省酒类市场分析

1、四川省酒类市场销售情况

2、四川省酒类市场价格监测

3、四川省酒类市场竞争分析

4、四川省酒类市场发展前景

二、贵州省酒类市场分析

1、贵州省酒类市场销售情况

2、贵州省酒类市场价格监测

3、贵州省酒类市场竞争分析

4、贵州省酒类市场发展前景

三、云南省酒类市场分析

1、云南省酒类市场销售情况

2、云南省酒类市场价格监测

3、云南省酒类市场竞争分析

4、云南省酒类市场发展前景

第十三章 酿酒行业领先企业经营形势分析

第一节 中国领先白酒企业经营形势分析

一、中国贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司

1、企业发展概况

2、企业营销渠道及分布

3、企业产品结构分析

4、企业经营情况分析

5、企业竞争优势劣势分析

6、企业未来发展战略

二、四川省宜宾五粮液集团有限公司

1、企业发展概况

2、企业营销渠道及分布

3、企业产品结构分析

4、企业经营情况分析

5、企业竞争优势劣势分析

6、企业未来发展战略

三、江苏洋河酒厂股份有限公司

1、企业发展概况

2、企业营销渠道及分布

3、企业产品结构分析

4、企业经营情况分析

5、企业竞争优势劣势分析

6、企业未来发展战略

四、泸州老窖股份有限公司

1、企业发展概况

2、企业营销渠道及分布

3、企业产品结构分析

4、企业经营情况分析

5、企业竞争优势劣势分析

6、企业未来发展战略

五、四川郎酒集团有限责任公司

1、企业发展概况

2、企业营销渠道及分布

3、企业产品结构分析

4、企业经营情况分析

5、企业竞争优势劣势分析

6、企业未来发展战略

第二节 中国领先葡萄酒企业经营形势分析

一、中粮长城酒业有限公司

1、企业发展概况

2、企业营销渠道及分布

3、企业产品结构分析

4、企业经营情况分析

5、企业竞争优势劣势分析

6、企业未来发展战略

二、烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司

1、企

业发展概况2、企业营销渠道及分布3、企业产品结构分析4、企业经营情况分析5、企业竞争优劣势分析6、企业未来发展战略三、中法合营王朝葡萄酒有限公司1、企业发展概况2、企业营销渠道及分布3、企业产品结构分析4、企业经营情况分析5、企业竞争优劣势分析6、企业未来发展战略四、甘肃莫高实业发展股份有限公司1、企业发展概况2、企业营销渠道及分布3、企业产品结构分析4、企业经营情况分析5、企业竞争优劣势分析6、企业未来发展战略五、通化葡萄酒股份有限公司1、企业发展概况2、企业营销渠道及分布3、企业产品结构分析4、企业经营情况分析5、企业竞争优劣势分析6、企业未来发展战略

第三节 中国领先啤酒企业经营形势分析

一、青岛啤酒股份有限公司1、企业发展概况2、企业营销渠道及分布3、企业产品结构分析4、企业经营情况分析5、企业竞争优劣势分析6、企业未来发展战略二、华润雪花啤酒（中国）有限公司1、企业发展概况2、企业营销渠道及分布3、企业产品结构分析4、企业经营情况分析5、企业竞争优劣势分析6、企业未来发展战略三、北京燕京啤酒股份有限公司1、企业发展概况2、企业营销渠道及分布3、企业产品结构分析4、企业经营情况分析5、企业竞争优劣势分析6、企业未来发展战略四、重庆啤酒股份有限公司1、企业发展概况2、企业营销渠道及分布3、企业产品结构分析4、企业经营情况分析5、企业竞争优劣势分析6、企业未来发展战略五、燕京啤酒（桂林漓泉）股份有限公司1、企业发展概况2、企业营销渠道及分布3、企业产品结构分析4、企业经营情况分析5、企业竞争优劣势分析6、企业未来发展战略

第五部分 发展前景展望

第十四章 2021-2027年酿酒行业前景及趋势预测

第一节 2021-2027年酿酒市场发展前景

一、2021-2027年酿酒市场发展潜力二、2021-2027年酿酒市场发展前景展望三、2021-2027年酿酒细分行业发展前景分析

第二节 2021-2027年酿酒市场发展趋势预测

一、2021-2027年酿酒行业发展趋势二、2021-2027年酿酒市场规模预测1、酿酒行业市场容量预测2、酿酒行业销售收入预测三、2021-2027年酿酒行业应用趋势预测四、2021-2027年细分市场发展趋势预测

第三节 2021-2027年中国酿酒行业供需预测

一、2021-2027年中国酿酒企业数量预测二、2021-2027年中国酿酒行业产量预测三、2021-2027年中国酿酒市场销量预测四、2021-2027年中国酿酒行业需求预测五、2021-2027年中国酿酒行业供需平衡预测

第十五章 酿酒行业投资及风险分析

第一节 酿酒行业投资特性分析

一、酿酒行业进入壁垒分析二、酿酒行业盈利因素分析三、酿酒行业盈利模式分析

第二节 酿酒行业发展的影响因素

一、有利因素二、不利因素

第三节 酿酒行业投融资情况

一、行业资金渠道分析二、固定资产投资分析三、兼并重组情况分析四、酿酒行业投资现状分析

第四节 酿酒行业投资机会

一、产业链投资机会二、细分市场投资机会三、重点区域投资机会

第五节 酿酒行业投资风险及防范

一、政策风险及防范二、技术风险及防范三、供求风险及防范四、宏观经济波动风险及防范五、关联产业风险及防范六、产品结构风险及防范七、其他风险及防范

第六部分 发展战略研究

第十六章 酿酒行业发展战略研究（一）

第一节 酿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
第二节 对中国酿酒品牌的战略思考一、酿酒品牌的重要性二、酿酒实施品牌战略的意义三、酿酒企业品牌的现状分析四、中国酿酒企业的品牌战略五、酿酒品牌战略管理的策略
第三节 酿酒经营策略分析一、酿酒市场细分策略二、酿酒市场创新策略三、品牌定位与品类规划四、酿酒新产品差异化战略
第四节 酿酒行业投资战略研究一、2019年酿酒企业投资战略二、2021-2027年酿酒行业投资战略三、2021-2027年细分行业投资战略（ ）
图表目录：图表：2015-2019年全球葡萄酒行业市场规模图表：2015-2019年中国酿酒行业市场结构图表：2015-2019年中国白酒行业市场规模图表：2015-2019年中国葡萄酒行业市场规模图表：2015-2019年中国啤酒行业市场规模图表：2015-2019年中国黄酒行业市场规模图表：2015-2019年酿酒行业工业总产值图表：2015-2019年酿酒行业产量分析图表：2015-2019年白酒产量分析图表：2015-2019年葡萄酒产量分析图表：2015-2019年啤酒产量分析图表：2015-2019年黄酒产量分析图表：2015-2019年酿酒行业需求分析图表：2015-2019年五粮液集团有限公司主营成本图表：2015-2019年五粮液集团有限公司销售费用图表：2015-2019年酿酒行业出口数据图表：2021-2027年酿酒行业工业总产值预测图表：2021-2027年酿酒行业出口交货值预测图表：2021-2027年酿酒行业利润总额预测图表：2021-2027年酿酒行业资产总计预测图表：2021-2027年酿酒行业负债总计预测图表：2021-2027年酿酒市场价格走势预测图表：2021-2027年酿酒行业主营业务收入预测图表：2021-2027年酿酒行业产量预测图表：2021-2027年白酒产量预测图表：2021-2027年葡萄酒产量预测图表：2021-2027年啤酒产量预测图表：2021-2027年黄酒产量预测图表：2021-2027年白酒表观消费量预测图表：2021-2027年葡萄酒表观消费量预测图表：2021-2027年啤酒表观消费量预测更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/putaojiu/G35327LOP5.html>