

2016-2022年中国白酒行业 深度分析及投资风险评估报告

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年中国白酒行业深度分析及投资风险评估报告》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/R43802P4D0.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

随着白酒行业竞争的不断加剧，大型白酒企业并购整合与资本运作日趋频繁，国内优秀的白酒企业愈来愈重视对行业市场的研究，特别是对企业发展环境和客户需求趋势变化的深入研究。白酒行业整体表现向好，在宏观经济增速放缓、行业竞争加剧的形势之下，行业进入了“挤压式增长”阶段，企业PK竞争力的时代到来，有核心竞争力的企业才能继续保持较快速度的增长。根据前瞻网统计，白酒市场可划分为超高端(600元以上)、次高端(200元-600元)、中高端(50元-200元)、中低端(50元以下)，而超高端市场主要由茅台和五粮液占据，市场容量较小；次高端和中高端白酒产品，市场容量较大，。

虽然从2012年至今，各白酒企业纷纷使出浑身解数进行转型调整，但事实证明，白酒企业的冬天还要持续很久，从高端、中端到低端，整体白酒企业均呈现整体业绩放缓的疲态，无论是高端、中端还是低端最终都未能抵住行业风暴的洗礼，不仅不再是成倍增长，甚至还出现了大量的负增长

2014年中国白酒产量达1257.13万千升，比去年同期增长2.5%。2010年到2014年我国白酒产量保持稳定增长，其中2011年产量增长高达15.1%。此后三年产量增长率稳步下跌，但是没有出现减产现象。预计2015年我国白酒产量将维持低速增长。

报告目录：

第一章 中国白酒行业发展综述

1.1 白酒行业定义及分类

1.1.1 行业定义及统计代码

1.1.2 主要产品大类

1.1.3 白酒行业统计标准

(1) 统计部门和统计口径

(2) 统计方法

(3) 数据种类

1.2 白酒行业市场环境分析

1.2.1 行业政治法律环境分析

(1) 政府管制与调控

(2) 行业政策法规

(3) 行业发展规划

1.2.2 行业经济环境分析

- (1) 宏观经济与行业相关性分析
- (2) 国内GDP增长状况
- (3) 国内居民收入状况

1.2.3 行业社会环境分析

- (1) 人口结构分析
- (2) 居民酒类消费观念

1.2.4 行业技术环境分析

- (1) 行业技术发展现状分析
- (2) 行业最新技术动向分析
- (3) RFID防伪技术分析

1.3 白酒行业波特五力模型

1.3.1 白酒行业现有竞争者分析

1.3.2 白酒行业上游议价能力分析

1.3.3 白酒行业下游议价能力分析

1.3.4 白酒行业替代者威胁分析

1.3.5 白酒行业潜在进入者威胁分析

1.3.6 白酒行业竞争状况总结

第二章 中国白酒行业产业链上下游分析

2.1 白酒行业产业链环节与构成

2.2 白酒行业原材料市场分析

2.2.1 高粱供给与价格走势

- (1) 高粱供给与白酒业需求
- (2) 2013-2015年高粱价格波动

2.2.2 大米供给与价格走势

- (1) 大米供给与白酒业需求
- (2) 2013-2015年大米价格波动

2.2.3 小麦供给与价格走势

- (1) 小麦供给与白酒业需求
- (2) 2013-2015年小麦价格波动

2.2.4 玉米供给与价格走势

- (1) 玉米供给与白酒业需求
- (2) 2013-2015年玉米价格波动
- 2.3 白酒行业中间产业服务链解析
 - 2.3.1 白酒物流环节发展分析
 - (1) 传统模式
 - (2) 白酒电商
 - 2.3.2 白酒包装行业发展分析
- 2.4 白酒行业下游流通链综述
 - 2.4.1 白酒零售渠道发展综述
 - 2.4.2 白酒餐饮渠道发展综述
 - (1) 东北地区
 - (2) 河南、河北地区
 - (3) 江浙地区
 - 2.4.3 白酒休闲娱乐渠道综述

第三章 中国白酒行业产销需求与运行状况分析

- 3.1 白酒行业产量规模分析
 - 3.1.1 全国白酒行业产量规模分析
 - 3.1.2 不同省市白酒产量规模分析
 - 3.1.3 全国白酒行业产量规模预测
- 3.2 白酒行业经营效益指标
 - 3.2.1 白酒行业盈利能力指标
 - 3.2.2 白酒行业运营能力指标
 - 3.2.3 白酒行业偿债能力指标
 - 3.2.4 白酒行业发展能力指标
- 3.3 白酒行业供需平衡指标
 - 3.3.1 白酒行业供给指标分析
 - (1) 白酒行业总产值情况
 - (2) 分省市白酒行业总产值情况
 - (3) 白酒行业产成品情况
 - (4) 分省市白酒行业产成品情况
 - 3.3.2 白酒行业需求指标分析

- (1) 白酒行业销售产值情况
- (2) 分省市白酒行业销售产值情况
- (3) 白酒行业销售收入情况
- (4) 分省市白酒行业销售收入情况

3.3.3 白酒行业产销率分析

- (1) 白酒行业整体产销率情况
- (2) 白酒行业分地区产销率情况

3.4 白酒行业进出口情况

3.4.1 白酒行业出口情况

- (1) 2010-2015年白酒行业出口情况

1) 出口总体情况

2) 出口产品结构

- (2) 白酒行业出口前景

3.4.2 白酒行业进口情况

- (1) 2013-2015年白酒行业进口情况

1) 进口总体情况

2) 进口产品结构

- (2) 白酒行业进口前景

第四章 国内外白酒行业发展与竞争分析

4.1 国际烈酒市场发展及竞争分析

4.1.1 国际烈酒市场增长情况分析

- (1) 烈酒消费在时间序列上的变化
- (2) 烈酒消费在空间上的变化
- (3) 烈酒品类增长与竞争分析

4.1.2 高端烈酒市场格局与品牌塑造

- (1) 高端烈酒市场格局
- (2) 高端烈酒品牌建设案例

4.2 国内白酒市场发展及竞争分析

4.2.1 国内白酒市场发展特征

- (1) 销售渠道现状
- (2) 行业结构变化与新增长点

(3) 白酒企业并购与整合

1) 白酒行业内部整合

2) 行业外资本渗透

3) 2015年并购与整合事件分析

4.2.2 国内白酒市场竞争分析

(1) 国内白酒市场竞争

(2) 行业竞争结构升级与企业发展空间测算

4.2.3 白酒行业市场空间测算

第五章 白酒行业细分产品市场分析

5.1 白酒产品主要分类

5.2 不同香型产品市场分析

5.2.1 细分产品市场份额分析

5.2.2 浓香型白酒市场

(1) 浓香型白酒市场规模

(2) 浓香型白酒市场发展趋势

5.2.3 酱香型白酒市场

(1) 酱香型白酒市场规模

(2) 酱香型白酒市场发展趋势

5.2.4 清香型白酒市场

(1) 清香型白酒市场规模

(2) 清香型白酒市场发展趋势

5.2.5 兼香型白酒市场

(1) 兼香型白酒市场规模

(2) 兼香型白酒市场发展趋势

5.3 不同档次定位产品市场分析

5.3.1 高端白酒产品分析

(1) 高端白酒容量与行业地位

(2) 次高端白酒容量与行业占比

5.3.2 中低端白酒产品分析

(1) 中低端白酒市场规模分析

(2) 中低端白酒供需平衡分析

(3) 中低端白酒价格走势分析

(4) 中低端白酒市场投资机遇

第六章 中国白酒市场调研分析

6.1 国内外白酒消费需求对比

6.1.1 国际烈酒消费市场对比分析

(1) 国际烈酒消费与国内市场对比

(2) 日本烈酒消费特征调研分析

6.1.2 白酒需求结构与转型趋势

(1) 白酒结构性需求增长空间

(2) 白酒消费群体结构特征

(3) 白酒需求结构转型趋势

6.1.3 白酒行业需求规模预测

6.2 政商务白酒消费潜力分析

6.2.1 中国财政收支与白酒消费

(1) 公共财政收支情况

(2) 政府收支与白酒消费

6.2.2 国有及控股企业运行与白酒消费

(1) 国有及控股企业营业总收入

(2) 国有及控股企业实现利润

(3) 国有及控股企业白酒消费

6.2.3 中国政商务消费政策

(1) 限制“三公消费”

(2) 2012-2015年政商务消费政策

(3) 中国政商务消费政策前瞻

6.2.4 中国政商务白酒消费规模

6.2.5 中国政商务白酒消费特点

(1) 政商务消费人群结构

(2) 政商务消费人群年龄结构

(3) 政商务消费典型案例分析

6.2.6 中国政商务白酒消费趋势

6.3 普通居民消费特征调研

6.3.1 中国白酒居民消费调研

- (1) 消费者品牌偏好
- (2) 消费者对白酒香型偏好
- (3) 消费者对白酒度数偏好
- (4) 消费者购买白酒时考虑的因素
- (5) 消费者消费白酒主要场所
- (6) 消费者对白酒的价格选择
- (7) 消费者白酒消费年均支出
- (8) 消费者购买白酒的渠道

6.3.2 白酒产品样本区域消费案例

- (1) 北京白酒消费者需求调查
- (2) 武汉白酒消费者需求调查

第七章 中国白酒行业流通渠道分析

7.1 白酒企业渠道模式分析

7.1.1 全国总代理、总经销制

7.1.2 跨区域性的集团分销制

7.1.3 区域代理制

7.1.4 企业自建销售网络制

7.1.5 企业直销零售市场制

7.1.6 企业网络直销制

7.1.7 企业与电商合作制

7.2 白酒流通行业价值链分析

7.2.1 价值链的生产商分析

7.2.2 价值链的流通企业分析

7.2.3 价值链的消费者分析

7.2.4 价值链各参与者关系分析

- (1) 大型流通企业与生产商的关系
- (2) 中小型流通企业与生产商或消费者的关系
- (3) 大型流通企业与中小型流通企业或消费者的关系

7.3 白酒流通渠道特性分析

7.3.1 白酒流通周期性特征

7.3.2 白酒流通季节性特征

7.3.3 白酒流通区域性特征

7.4 白酒零售渠道发展分析

7.4.1 白酒零售业态类型

(1) 酒类产品购买终端

(2) 酒类产品饮用终端

7.4.2 白酒零售业态格局划分

7.4.3 白酒零售市场主要特点

7.4.4 白酒零售市场发展趋势

7.5 白酒电商渠道发展分析

7.5.1 白酒电商渠道铺设情况

7.5.2 白酒电商渠道优势分析

7.5.3 白酒电商竞争格局分析

7.5.4 白酒电商化趋势

第八章 中国白酒行业区域市场分析

8.1 行业总体区域结构特征分析

8.1.1 行业区域结构总体特征

(1) 行业区域分布总体特征

(2) 行业企业区域分布

(3) 行业区域销售收入分析

(4) 行业区域资产规模分析

8.1.2 行业区域集中度分析

(1) 2015年行业区域集中度分析

(2) 2010-2015年行业区域集中度变化情况

8.2 四川省白酒行业发展分析及预测

8.2.1 四川省白酒行业产销情况分析

8.2.2 四川省白酒行业市场竞争格局分析

8.2.3 四川省白酒行业市场集中度分析

8.2.4 四川省白酒行业发展趋势分析

8.3 山东省白酒行业发展分析及预测

8.3.1 山东省白酒行业产销情况分析

8.3.2 山东省白酒行业市场竞争格局分析

8.3.3 山东省白酒行业市场集中度分析

8.3.4 山东省白酒行业发展趋势预测

8.4 湖北省白酒行业发展分析及预测

8.4.1 湖北省白酒行业产销情况分析

8.4.2 湖北省白酒行业市场竞争格局分析

8.4.3 湖北省白酒行业市场集中度分析

8.4.4 湖北省白酒行业发展趋势预测

8.5 江苏省白酒行业发展分析及预测

8.5.1 江苏省白酒行业产销情况分析

8.5.2 江苏省白酒行业市场竞争格局分析

8.5.3 江苏省白酒行业市场集中度分析

8.5.4 江苏省白酒行业发展趋势预测

8.6 贵州省白酒行业发展分析及预测

8.6.1 贵州省白酒行业产销情况分析

8.6.2 贵州省白酒行业市场竞争格局分析

8.6.3 贵州省白酒行业市场集中度分析

8.6.4 贵州省白酒行业发展趋势预测

8.7 河南省白酒行业发展分析及预测

8.7.1 河南省白酒行业产销情况分析

8.7.2 河南省白酒行业市场竞争格局分析

8.7.3 河南省白酒行业市场集中度分析

8.7.4 河南省白酒行业发展趋势预测

第九章 中国主要白酒企业经营情况分析

9.1 白酒企业发展总体状况

9.1.1 企业规模总体排名

9.1.2 工业产值排名情况

9.1.3 销售收入排名情况

9.1.4 利润总额排名情况

9.2 白酒上市公司发展状况

9.2.1 上市公司收入汇总分析

9.2.2 上市公司收入质量分析

- (1) 税金率的检验
- (2) 收入还原的检验
- (3) 现金和收入的检验

9.2.3 上市公司盈利来源分析

- (1) 上市公司整体毛利率
- (2) 上市公司整体销售费用
- (3) 上市公司整体管理费用
- (4) 上市公司整体财务费用
- (5) 上市公司整体营业利润
- (6) 上市公司盈利分析

9.2.4 上市公司盈利质量分析

- (1) 上市公司资产负债率分析
- (2) 上市公司资产周转率分析
- (3) 上市公司净资产收益率 (ROE) 分析

9.3 白酒行业领先企业个案

9.3.1 宜宾五粮液股份有限公司

- (1) 企业发展简况
- (2) 企业主营业务与产品
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业优劣势分析
- (6) 企业投资兼并与重组
- (7) 企业最新动向

9.3.2 贵州茅台酒股份有限公司

- (1) 企业发展简况
- (2) 企业主营业务与产品
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业优劣势分析
- (6) 企业最新动向

9.3.3 泸州老窖股份有限公司

- (1) 企业发展简况
- (2) 企业主营业务与产品
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向

9.3.4 江苏洋河酒厂股份有限公司

- (1) 企业发展简况
- (2) 企业主营业务与产品
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向

9.3.5 湖北稻花香酒业股份有限公司

- (1) 企业发展简况
- (2) 企业主营业务与产品
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营状况分析
- (5) 企业优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

9.3.6 湖北枝江酒业股份有限公司

- (1) 企业发展简况
- (2) 企业主营业务与产品
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营状况分析
- (5) 企业优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

9.3.7 四川剑南春（集团）有限责任公司

- (1) 企业发展简况
- (2) 企业主营业务与产品
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营状况分析

(5) 企业优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

9.3.8 江苏双沟酒业股份有限公司

(1) 企业发展简况

(2) 企业主营业务与产品

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营状况分析

(5) 企业优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

9.3.9 四川郎酒集团有限责任公司

(1) 企业发展简况

(2) 企业主营业务与产品

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营状况分析

(5) 企业优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

9.3.10 山西杏花村汾酒厂股份有限公司

(1) 企业发展简况

(2) 企业主营业务与产品

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营情况分析

(5) 企业优劣势分析

(6) 企业最新发展动向

9.3.11 安徽古井贡酒股份有限公司

(1) 企业发展简况

(2) 企业主营业务与产品

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营情况分析

(5) 企业优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

9.3.12 四川金六福酒业有限公司

(1) 企业发展简况

- (2) 企业主营业务与产品
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营状况分析
- (5) 企业优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

9.3.13 河北衡水老白干酒业股份有限公司

- (1) 企业发展简况
- (2) 企业主营业务与产品
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业优劣势分析

9.3.14 四川沱牌舍得酒业股份有限公司

- (1) 企业发展简况
- (2) 企业主营业务与产品
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向 (ZYLXY)

图表目录：

图表1：2012-2015年影响中国白酒行业政策管制与调控

图表2：我国现行白酒国家标准明细

图表3：中国白酒行业发展规划

图表4：2010-2015年白酒销售规模与中国GDP相关性分析（单位：%）

图表5：2010-2015年中国GDP及增速（单位：亿元，%）

图表6：2010-2015年中国农村居民人均纯收入及增长趋势图（单位：元，%）

图表7：2010-2015年中国城镇居民人均可支配收入及增长趋势图（单位：元，%）

图表8：我国人口性别及年龄结构图（单位：万人）

图表9：2010-2015年中国白酒行业专利申请数量走势图（单位：件）

图表10：截至2015年底白酒行业专利申请总数排名前十的省份专利申请情况（单位：件）

图表11：截至2015年底白酒行业专利申请数排名前十的省份专利分布情况（单位：件）

图表12：截至2015年底白酒行业申请专利技术分类构成图（单位：件）

图表13：2010-2015年白酒行业主要专利申请数（单位：件）

图表14：2000-2015年白酒行业专利申请趋势图（单位：件）

图表15：我国白酒行业现有企业的竞争分析

图表16：我国白酒行业竞争层次分析

图表17：我国女装行业对上游供应商的议价能力分析

图表18：我国白酒行业对下游客户议价能力分析

图表19：我国白酒行业替代者威胁分析

图表20：我国白酒行业潜在进入者威胁分析

图表21：我国白酒行业五力分析结论

图表22：白酒行业产业链图表

图表23：2005-2015年年国内高粱价格走势

图表24：2012-2015年中国大米月度产量及增长率图（单位：吨，%）

图表25：2006-2015年中国大米进出口图（单位：万吨）

图表26：2009-2015年中国中晚籼米收购价格走势

图表27：2007-2015年我国小麦产量及年增长率（单位：亿吨，%）

图表28：2012-2015年我国小麦价格走势（单位：元/吨）

图表29：2007-2015年我国玉米产量及年增长率（单位：亿吨，%）

图表30：2010-2015年我国玉米价格走势（单位：元/千克）

图表31：2007-2015年中国白酒行业产量及增长情况（单位：万千升，%）

图表32：2009-2015年白酒行业产量排名前十省市情况（单位：千升）

图表33：2011-2015年白酒行业产量排名前十省市市场占有率情况（单位：%）

图表34：2016-2022年白酒行业产量增长预测（单位：万千升）

图表35：2010-2015年中国白酒行业经营效益分析（单位：家，人，万元，%）

图表36：2010-2015年中国白酒行业盈利能力分析（单位：%）

图表37：2010-2015年中国白酒行业运营能力分析（单位：次）

图表38：2010-2015年中国白酒行业偿债能力分析（单位：%、倍）

图表39：2010-2015年中国白酒行业发展能力分析（单位：%）

图表40：2008-2015年白酒行业工业总产值及增长率（单位：万元，%）

图表41：2013-2015年工业总产值排名前十的省市（单位：亿元，%）

图表42：2015年工业总产值排名前十的省市占比（单位：%）

图表43：2008-2015年白酒行业产成品及增长率（单位：亿元，%）

图表44：2013-2015年产成品排名前十的省市（单位：万元，%）

图表45：2015年产成品排名前十的省市占比（单位：%）

图表46：2008-2015年白酒行业销售产值及增长率（单位：亿元，%）

图表47：2013-2015年销售产值排名前十的省市（单位：亿元，%）

图表48：2015年销售产值排名前十的省市占比（单位：%）

图表49：2008-2015年白酒行业销售收入及增长率（单位：亿元，%）

图表50：2013-2015年销售收入排名前十的省市（单位：亿元，%）

图表51：2015年销售收入排名前十的省市占比（单位：%）

图表52：2004-2015年白酒行业产销率变化（单位：%）

图表53：2010-2015年白酒行业分地区产销率变化（单位：%）

图表54：2013-2015年中国白酒行业月度出口额走势图（单位：万美元）

图表55：2013-2015年中国白酒行业月度主要出口产品结构表（单位：升，万美元）

图表56：2015年中国白酒行业出口产品结构（单位：%）

图表57：2013-2015年中国白酒行业月度进口额走势图（单位：万美元）

图表58：2013-2015年中国白酒行业主要进口产品结构表（单位：万升，万美元）

图表59：2015年中国白酒行业进口产品结构（单位：%）

图表60：OECD国家人均酒精消费量（单位：升/人）

图表61：部分烈酒消费大国人均烈酒消费量（单位：升/人）

图表62：部分烈酒消费大国人均烈酒消费量增长率（单位：升/人）

图表63：部分烈酒消费大国人均烈酒消费量（单位：升/人）

图表64：部分烈酒消费大国人均烈酒消费量增长率（单位：升/人）

图表65：部分烈酒消费大国人均烈酒消费量（单位：升/人）

图表66：部分烈酒消费大国人均烈酒消费量增长率（单位：升/人）

图表67：部分烈酒消费大国人均烈酒消费量（单位：升/人）

图表68：烈酒消费市场份额（单位：百万美元，%）

图表69：全球各地域烈酒消费所占市场份额（单位：%）

图表70：20世纪80年代至今“烈酒消费重心”转移情况

图表71：Diageo不同销售市场占销售额的比例（单位：%）

图表72：2002-2015年不同年份主要烈酒品种产量（单位：升）

图表73：Johnnie Walker主要产品定位

图表74：白酒行业零售业态主要类型

图表75：白酒行业零售业态特点

图表76：白酒行业纺锤型结构的演进路径

图表77：行业外资本对白酒行业渗透示意图

图表78：白酒行业竞争地位分析图

图表79：白酒行业竞争格局分析图

图表80：产品价格体系及盈利能力模拟假设（单位：元，%）

图表81：不同阶段末期的产品结构模拟假设（单位：%）

图表82：不同阶段末期的收入利润预测（单位：亿元，%）

图表83：考虑深度分销模型后的收入和利润预测（单位：亿元，%）

图表84：白酒上市企业收入规模（单位：百万元）

图表85：渠道环节及利润分配假设（单位：家，个，%）

图表86：深度分销的销量敏感性分析

图表87：销售费用增速和行业产量增速关系

图表88：2015年白酒细分市场份额（单位：%）

图表89：2006-2015年浓香型白酒产量（单位：万千升）

图表90：2006-2015年浓香型白酒市场规模（单位：亿元）

图表91：2006-2015年酱香型白酒产量（单位：万千升）

图表92：2016-2022年酱香型白酒产量预测（单位：万千升）

图表93：2006-2015年酱香型白酒市场规模（单位：亿元）

图表94：2006-2015年清香型白酒产量（单位：万千升）

图表95：2006-2015年清香型白酒市场规模（单位：亿元）

图表96：2006-2015年兼香型白酒产量（单位：万千升）

图表97：2006-2015年兼香型白酒市场规模（单位：亿元）

图表98：2011-2015年高端白酒增速与增量对比（单位：%）

图表99：2013-2015年53度飞天茅台终端价格走势（单位：%）

图表100：2005-2015年次高端白酒容量与行业占比（单位：亿元，%）

图表101：国际人均烈酒消费量比较（单位：升/年）

图表102：国际人均烈酒消费额比较（单位：美元）

图表103：国际烈性酒年均价格走势（单位：%）

图表104：日本烈性酒消费群体的年龄分布情况（单位：升/人，岁）

图表105：2010-2022年我国不同年龄人群占总人口的比重预测（单位：%）

图表106：我国白酒重度消费群体的年龄分布情况（单位：%）

图表107：不同收入群体平均消费白酒数量（单位：千克）

图表108：白酒消费群体人文特征（单位：%）

图表109：白酒以及主要白酒品牌消费者职业结构特征（单位：%）

图表110：白酒以及主要白酒品牌消费者工作单位结构（单位：%）

图表111：白酒以及主要白酒品牌消费者购买目的（单位：%）

图表112：白酒以及主要白酒品牌消费者购买途径（单位：%）

图表113：白酒品牌竞争格局

图表114：白酒需求结构在产品档次的表现情况

图表115：2016-2022年白酒需求结构在价格空间的表现预期（单位：元/500ml，%）

图表116：2003-2015年我国财政收入及增长率情况（单位：亿元，%）

图表117：2003-2015年我国财政支出及增长率情况（单位：亿元，%）

图表118：2006-2015年我国政商务白酒消费规模及增长（单位：亿元，%）

图表119：消费者对白酒品牌的接受情况（单位：%）

图表120：消费者对白酒香型的选择情况（单位：%）

略……

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/baijiu/R43802P4D0.html>