

2015-2020年中国高端白酒 市场深度研究与投资前景预测报告

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

《2015-2020年中国高端白酒市场深度研究与投资前景预测报告》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/baijiu/S57750GXAI.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

除08年受经济危机影响白酒产量增速有所下滑外，2006年以来白酒产量实现稳步增长，其中1-10月份白酒产量增长29.81%；同时白酒销售出现快速增长，2013年销售增速达38.95%，2011年9月份销售增速为15.24%。2011年1-9月白酒行业收入2618.41亿元，同比增速为39.27%，实现利润总额为384.66亿元，同比增速为47.90%。从白酒行业产销量增速、收入和利润等各项数据来看，白酒行业继续保持了快速增长的态势。虽然国内经济增速有所放缓及市场对白酒行业景气持续有所担忧，但是从目前销量增速来看，2011年白酒行业销售增速基本锁定在25%左右的水平，预计白酒行业未来3-5年至少保持10%以上的销量增速，利润仍可有20-30%的增速，白酒行业景气度依然维持。

具体来看，以茅台、五粮液以及国窖1573等为主的超高端白酒供不应求，继续价量齐升，而以洋河蓝色经典系列、古井贡原浆酒系列、汾酒青花瓷等为主的中高端白酒继续保持更快增速、甚至翻番。超高端、中高端白酒的持续高速增长，原因在于，一是，我国白酒消费基础扎实，文化底蕴深厚，特别是随着我国地位的崛起，也必然伴随着白酒文化的繁盛；二是，在于国内经济依然保持活力，政、商务活跃，居民收入水平不断提高，并由此带来消费的不断升级；三是，橄榄型社会结构是发展的方向，特别是随着我国中产阶级的壮大，也必然带来白酒消费结构的升级，表现在近年中高端白酒的高速增长，这将是一个长期的过程。

不过在行业形势一片大好的时候，我们也应关注行业存在的潜在风险：国内经济增速下滑导致白酒行业消费需求下降；政策风险，一方面由于信息不透明，公务消费的监管在国内难度大，但是近两年来受到民众的关注度大幅提升，管理层换届可能会对三公消费的监管更加严格，随着公务消费监管透明度的提高，公务商务消费增长放缓，此外，居民消费对销量拉动相对有限，届时高端白酒的高速增长态势将会回落；另一方面严禁醉驾及发改委限价令等政策对白酒行业的成长有所影响，未来白酒高速增长态势将受限。

报告用途及价值

本行业报告主要依据国家统计局、国家海关总署、国家发改委、国务院发展研究中心、中国食品工业协会、中国酿酒工业协会及白酒分会、智研数据研究中心、国内外相关报刊杂志的基础信息。

本高端白酒行业报告，立足于白酒行业整体发展环境，对中国高端白酒行业及市场的发展情况、各区域市场、消费者和营销策略、竞争格局等进行了分析及预测，并对未来高端白酒行业发展的整体环境及发展趋势进行探讨和研判，最后在前面大量分析、预测的基础上，提出了未来高端白酒企业应采取的战略措施，为高端白酒经营企业以及计划投资高端白酒行业的机构全面把握行业发展趋势、准确了解市场运行情况、正确制定企业竞争战略和投资策

略提供决策依据。

第一部分 白酒行业发展分析

第一章 中国白酒行业整体发展情况分析 1

第一节 中国白酒行业的分类与特性 1

一、白酒的分类 1

二、白酒香型介绍 2

三、白酒行业的特征 2

四、白酒生产的特性 3

第二节 中国白酒行业发展历程与现状 8

一、白酒行业发展的历程 8

二、白酒酿造技术现状 10

三、白酒行业发展现状 10

四、白酒行业规模和地位 13

五、中国白酒发展路径的9种深化 14

第三节 2013-2014年中国白酒行业运行情况分析 18

一、2013年中国白酒行业运行情况 18

二、2014年白酒行业发展分析 20

三、2014年中国白酒行业运行情况 23

（一）行业规模 23

（二）资本劳动密集度 24

（三）产销情况 25

（四）成本费用结构 26

（五）盈利情况 27

（六）行业运营绩效 28

第四节 2014年中国白酒行业运行情况分析 33

一、2014年我国白酒行业生产情况分析 33

二、2014年我国白酒行业盈利情况分析 34

三、2014年我国白酒行业价格情况分析 37

四、2014年我国白酒上市公司经营情况分析 38

第五节 2014年中国白酒市场发展预测 40

第二章 中国高端白酒市场分析

第一节 高端白酒市场特征分析 42

- 一、高档酒市场特征 42
- 二、高端白酒的消费特征 44
- 三、高端白酒市场调查 45
- 四、高端白酒市场进入壁垒与赢利模式分析 46

第二节 2014年高端白酒市场发展情况分析 47

- 一、高档酒增长平稳且涨价频频 47
- 二、以茅台、五粮液为首的高档白酒日益走向奢侈化。 48
- 三、白酒行业出现收藏投资热 48
- 四、二线品牌表现甚佳，成为行业关注的焦点 49

第三节 2014年高端白酒市场发展情况分析 49

第四节 2014年高端白酒市场预测 51

第五节 我国高端白酒市场分析及预测 52

- 一、2014年《酱香型白酒国家标准》正式实施 52
- 二、仁怀十二五力争建设成中国最大酱香型白酒生产基地 53
- 三、酱香型白酒发展前景预测 53
- 四、酱香型白酒发展策略 54
- 五、酱香型白酒区域发展策略 55

第三章 高端白酒分区域市场分析

第一节 华北地区高端白酒市场 57

- 一、华北市场概述 57
- 二、北京白酒市场 57
- 三、天津白酒市场 60
- 四、河北白酒市场 61
- 五、山西白酒市场 63
- 六、内蒙古白酒市场 64

第二节 华东地区高端白酒市场 65

- 一、华东地区市场概述 65
- 二、上海白酒市场 65
- 三、山东白酒市场 66

四、江苏白酒市场 67

五、浙江白酒市场 70

六、安徽白酒市场 74

七、江西白酒市场 75

八、福建白酒市场 77

第三节 华南地区高端白酒市场 78

一、华南市场概述 78

二、广东白酒市场 79

三、广西白酒市场 79

四、海南白酒市场 81

第四节 华中地区高端白酒市场 85

一、华中市场概述 85

二、河南白酒市场 85

三、湖南白酒市场 87

四、湖北白酒市场 90

第五节 东北地区高端白酒市场 91

一、东北地区概述 91

二、黑龙江白酒市场 92

三、吉林白酒市场 95

四、辽宁白酒市场 97

第六节 西北地区高端白酒市场 99

一、西北地区市场概述 99

二、陕西白酒市场 99

三、甘肃白酒市场 102

第七节 西南地区高端白酒市场 102

一、西南市场概述 102

二、四川白酒市场 102

三、重庆白酒市场 104

四、贵州白酒市场 106

五、云南白酒市场 107

第二部分 消费者及营销策略分析

第四章 高端白酒消费者分析

第一节 2014年高端白酒消费者需求分析 108

- 一、现阶段我国高端白酒消费特点 108
- 二、商务消费回暖和再库存化预期带动行业反弹 109
- 三、私人消费回暖带动高端白酒复苏 110
- 四、长期：商务和私人消费是未来持续增长动力 111
- 五、高端白酒市场具有收入和利润的高弹性 113
- 六、高端白酒厂商盈利具有高弹性 115
- 七、我国高端白酒各主要细分市场消费占比测算 119

第二节 白酒消费者购买行为分析 120

- 一、白酒消费者购买行为类型分析 121
- 二、白酒消费者购买动机分析 121
- 三、白酒消费者购买方式分析 122
- 四、白酒消费者购买目分析 123
- 五、白酒消费者对广告促销的态度分析 123

第三节 中产阶级白酒消费群体分析 124

- 一、中产阶级扩大带来的机会 124
- 二、中产阶级的消费特征 124
- 三、中产阶级市场竞争策略 125

第四节 “80后”白酒消费群体分析 126

- 一、“80后”未来的主流消费群体 126
- 二、“80后”群体的消费特征分析 126
- 三、针对“80后”群体白酒企业的创新策略 127

第五节 白酒消费行为的价值体现及营销启示 128

- 一、白酒消费行为特点 128
- 二、白酒消费行为的价值体现 129
- 三、白酒消费行为价值体现的营销启示 130

第五章 高端白酒营销策略分析

第一节 2014年白酒的需求特质与渠道 133

- 一、2014年白酒的需求特质 133
- 二、需求特质影响下的白酒营销模式、渠道方式 136

- 三、需求特质与白酒企业的战略选择 143
- 第二节 白酒营销形势分析 145
 - 一、白酒营销模式及其发展趋势 145
 - 二、中国白酒营销的四种形式 148
 - 三、白酒营销的分层化趋势 151
- 第三节 白酒营销渠道分析 155
 - 一、白酒终端现状与策略分析 155
 - 二、电子商务对白酒营销渠道的发展 157
- 第四节 白酒营销策略分析 158
 - 一、白酒营销规律分析 158
 - 二、白酒淡季营销策略分析 162
 - 三、白酒企业促销攻略 163
 - 四、白酒企业三、四级市场攻略 166
 - 五、白酒价格营销策略分析 170
 - 六、高端白酒招商策略 174
- 第五节 白酒广告策略分析 177
- 第六节 高端白酒文化营销策略分析 182
 - 一、高端白酒：中国酒文化的宏大叙事 182
 - 二、白酒业：契合文化的品牌想象力 184
 - 三、浅析白酒如何注入新文化 188
- 第七节 高端白酒营销策略分析 190
 - 一、浅谈高端白酒的营销定位 190
 - 二、专业酒展推动高端白酒营销 191
 - 三、高端白酒营销的根据地之战 192
- 第八节 高端白酒买断品牌需求创新的驱动战略 194

第三部分 白酒行业竞争格局分析

第六章 高端白酒行业竞争状况分析

- 第一节 中国白酒行业集中度分析 199
- 第二节 当前高端白酒行业竞争格局 199
 - 一、高端白酒五强格局初成型 200
 - 二、浓香型高端白酒竞争格局 203

- 三、未来5年中国白酒市场竞争加剧 205
- 第三节 中国白酒品牌生存发展情况分析 206
 - 一、品牌格局 206
 - 二、品牌发展战略 207
 - 三、品牌发展趋势 210
- 第四节 高端白酒行业竞争趋势分析 211
 - 一、2014年高端白酒行业竞争趋势 211
 - 二、品牌决定未来格局 213
 - 三、白酒行业市场竞争中的四大关键因素 218

第七章 中国高端白酒企业分析

- 第一节 五粮液 225
 - 一、公司概况 225
 - 二、2014年企业经营情况分析 227
 - 三、2014年企业经营情况分析 228
 - 四、2013-2014年企业财务数据分析 228
 - 五、2014年公司发展展望及策略 234
- 第二节 贵州茅台 235
 - 一、公司概况 235
 - 二、2014年企业经营情况分析 235
 - 三、2014年企业经营情况分析 235
 - 四、2013-2014年企业财务数据分析 236
 - 五、2014年公司发展展望及策略 242
- 第三节 四川剑南春集团有限责任公司 243
 - 一、公司概况 243
 - 二、2014年剑南春原酒生产能力恢复震前水平 243
 - 三、2015年剑南春销售收入过百亿 244
- 第四节 泸州老窖股份有限公司 244
 - 一、公司概况 244
 - 二、2014年企业经营情况分析 245
 - 三、2014年企业经营情况分析 246
 - 四、2013-2014年企业财务数据分析 246

五、2014年公司发展展望及策略	252
第五节 四川水井坊股份有限公司	253
一、公司概况	253
二、2014年企业经营情况分析	254
三、2014年企业经营情况分析	254
四、2013-2014年企业财务数据分析	255
五、2014年公司发展展望及策略	260
第六节 四川沱牌舍得酒业股份有限公司	263
一、公司概况	263
二、2014年企业经营情况分析	265
三、2014年企业经营情况分析	265
四、2013-2014年企业财务数据分析	266
五、2014年公司发展展望及策略	271
第七节 山西杏花村汾酒集团有限责任公司	272
一、公司概况	272
二、2014年企业经营情况分析	273
三、2014年企业经营情况分析	273
四、2013-2014年企业财务数据分析	274
五、2014年公司发展展望及策略	279
第八节 安徽古井贡酒股份有限公司	280
一、公司概况	280
二、2014年企业经营情况分析	282
三、2014年企业经营情况分析	282
四、2013-2014年企业财务数据分析	283
五、2014年公司发展展望及策略	288
第九节 酒鬼酒股份有限公司	289
一、公司概况	289
二、2014年企业经营情况分析	290
三、2014年企业经营情况分析	290
四、2013-2014年企业财务数据分析	292
五、2014年公司发展展望及策略	297
第十节 湖北稻花香集团	297

- 一、公司概况 297
- 二、“十一五”跨越发展纪实 298
- 三、2014年稻花香经营情况分析 303
- 四、2014年稻花香销售收入过百亿受表彰 303

第四部分 白酒行业趋势及策略

第八章 2015-2020年中国高端白酒行业发展环境与趋势分析 305

第一节 中国白酒行业经济环境分析与预测 305

- 一、宏观环境对白酒市场的推动作用分析 305
- 二、2014年宏观环境对白酒市场的推动作用分析 312
- 三、2015-2020年我国经济前景分析与预测 319

第二节 中国白酒行业发展环境分析与预测 324

- 一、2014年中国白酒行业发展环境 324
- 二、2014年酱香白酒国标出台及影响分析 325

第三节 2015-2020年我国白酒行业发展预测 327

- 一、2015-2020年我国白酒行业发展预测 327
- 二、2015-2020年我国白酒行业发展趋势 329

第四节 高端白酒行业景气度分析及预测 331

- 一、一线超高端白酒“十二五”生存环境无虞 331
- 二、高档酒受到经济波动的影响将相对有限 332
- 三、白酒价格上涨一定是必然趋势 332
- 四、2014年三线次高端白酒企业利润增长预期 333

第五节 未来高端白酒行业发展趋势 333

- 一、高端白酒消费结构转化 334
- 二、超高端阵营增速加快 334
- 三、高端阵营稳步扩 334
- 四、次高端阵营较快速发展 335
- 五、高端白酒正在从“品牌梯队模式向“多香并立模式转型 335

第九章 2015-2020年中国高端白酒行业发展战略分析 337

第一节 中国白酒行业新盈利模式探析 337

第二节 白酒品牌发展策略分析 340

- 一、建设白酒品牌的十大法则 340
- 二、白酒品牌布局策略 343
- 三、白酒品牌客户资源的战略整合 348
- 四、中小白酒企业的品牌经营 355
- 五、白酒品牌传播如何诠释自己的卖点 357
- 六、成功创建白酒品牌的关键 361
- 七、白酒老品牌升级路线的布局策略 362
- 八、中国白酒价格带竞争趋势暨关键策略掌控 365
- 九、“十一五”中国白酒业资本运作模式 374
- 第三节 高端白酒品牌发展策略分析 378
 - 一、高端白酒品牌竞争策略 378
 - 二、浅析高档白酒品牌的发展思路 380
 - 三、打造高档白酒品牌的四大法则 384
 - 四、中国高端白酒“功能价值”救赎之路 389
 - 五、高端白酒正确把握价值与理性的相融 394
- 第四节 中国白酒的蓝海战略 398
 - 一、白酒企业寻找蓝海十个命题的判断 398
 - 二、白酒企业开辟蓝海的方向 403
- 第五节 白酒海外市场攻略 404
 - 一、区域的选择 404
 - 二、模式的选择 404
 - 三、时机与方式的选择 405

图表目录

- 图表：2013年中国白酒主要分布（1） 4
- 图表：2013年中国白酒主要分布（2） 5
- 图表：1952-2007年中国名酒评选历史 6
- 图表：中国八大名酒（1979年评定）生产历史的独特性 6
- 图表：中国八大名酒（1979年评定）生产工艺以及品质上的独特性 8
- 图表：2014年白酒行业主要指标 10
- 图表：2013年重点省份白酒行业规模以上企业指标占比情况(%) 11
- 图表：2014年白酒行业不同规模企业各项指标占比情况(%) 11

图表：2014年不同控股类型规模以上白酒企业各项指标占比情况(%) 11

图表：现阶段白酒行业的8个特点 12

图表：2013年1-12月全国及各省市白酒(折65度,商品量)产量统计数据 19

图表：2014年1-12月份全国及各省市白酒产量及增长率统计 20

图表：2014年1-12月白酒制造主营业务收入及利润总额 22

图表：2014年1-12月白酒制造工业销售产值 22

图表：2013-2014年白酒制造业产业规模情况 24

图表：2013-2014年白酒制造业资本劳动密集度情况 25

图表：2013-2014年白酒制造业产销情况 26

图表：2013-2014年白酒制造业成本费用情况 27

图表：2014年1~12月白酒制造业成本费用结构 27

图表：2013-2014年白酒制造业盈利情况 28

图表：2013-2014年白酒制造业成长能力 29

图表：2013-2014年白酒制造业盈利能力 30

图表：2013-2014年白酒制造业偿债能力 31

图表：2013-2014年白酒制造业经营能力 32

图表：2013-2014年我国白酒月度产量及同比增长情况 32

图表：2014年1月-2014年9月我国白酒行业单月产量及增速变动 33

图表：2014年1-9月全国及各省市白酒(折65度,商品量)产量统计数据 33

图表：2013年-2014年1-9月我国白酒行业收入累计值及增速变动 35

图表：2013年-2014年1-9月我国白酒行业利润总额累计值及增速变动 35

图表：2013年-2014年1-9月我国白酒行业毛利率水平变动 36

图表：2013年-2014年1-9月我国白酒行业利润总额比率变动 36

图表：2013年8月-2014年贵州茅台、五粮液、泸州老窖主要白酒产品出厂价格变动(人民币元/瓶) 37

图表：2014年前三季度我国白酒行业上市公司财务数据简览 39

图表：2014年第三季度单季我国白酒行业上市公司财务数据简览 39

图表：白酒与其他酒精饮料消费特征比较 44

图表：2013年中国高端白酒消费群体结构 45

图表：可以称为高端品牌的调查结果 46

图表：高端白酒心理价位调查结果 46

图表：2013年-2014年部分高端白酒终端价格走势 50

图表：西安白酒渠道状况简表 100

图表：宝鸡市白酒渠道状况简表况 100

图表：咸阳白酒渠道状况简表况 101

图表：渭南白酒市场渠道概况： 101

图表：我国高端白酒消费的主要群体分析 108

图表：我国高端白酒需求结构分析 109

图表：我国高端白酒消费的主要群体分析 109

图表：经济周期中我国高端白酒消费驱动因素及表 110

图表：20年内白酒行业收入和利润表现证明了调整的短期性 111

图表：我国白酒重度消费群体的年龄分布以及当前我国人口结构 112

图表：日本消费亦证明了人口结构将带动烈性酒消费频率的提升 113

图表：美国GDP增速和烈性酒消费之间的关系 114

图表：日本、韩国和台湾烈性酒消费受到经济波动的影响 114

图表：20年内白酒行业利润和收入表现证明了白酒行业调整的短期性 116

图表：美国和欧洲主要烈性酒公司收入和利润波动 116

图表：不同品牌销售渠道分布 117

图表：不同品牌销售定位 118

图表：主要高端白酒企业销售区域占比 118

图表：高档白酒短期和长期发展因素分析 118

图表：我国高端白酒总量测算 119

图表：政府消费白酒测算 120

图表：09年我国高端白酒需求结构分析 120

图表：白酒购买类型调查图 121

图表：影响消费者购买动机调查表 122

图表：白酒市场消费者购买方式调查分析图 122

图表：白酒市场消费者购买目的调查分析图 123

图表：消费者对广告和促销影响力的态度调查分析图 123

图表：高通胀的年份：04年、07年、11年，CPI不断走高 134

图表：高通胀的年份，白酒上市企业的利润增速出现不俗表现 135

图表：高通胀环境，白酒通常的消费规律改变，预收款不降反升 136

图表：不同时代需求的变迁推动渠道模式的变化 137

图表：全国财政收入、支出增长 138

图表：财政收入GDP的比重持续十年稳步上升 139

图表：02年开始，税收、企业盈余的占比不断提升 139

图表：从02到11年，工业企业利润增速平均为31.5% 140

图表：1999-08年住宿和餐饮单位个数 141

图表：1999-08年住宿和餐饮从业人数增长近5倍 141

图表：不同价位产品的需求特质、营销模式分析 142

图表：部分白酒上市公司营销模式对比 143

图表：2013年中国白酒消费市场品牌分布情况 202

图表：2013年中国主要白酒品牌企业地域分布情况 202

图表：主要白酒香型工艺对比 203

图表：贵州茅台、五粮液、泸州老窖市场占有率历年变化 204

图表：贵州茅台、五粮液、泸州老窖利润总额合计占行业比例统计 205

图表：2013-2014年五粮液集团有限公司主营构成表 228

图表：2013-2014年五粮液集团有限公司流动资产表 229

图表：2013-2014年五粮液集团有限公司长期投资表 229

图表：2013-2014年五粮液集团有限公司固定资产表 229

图表：2013-2014年五粮液集团有限公司无形及其他资产表 230

图表：2013-2014年五粮液集团有限公司流动负债表 230

图表：2013-2014年五粮液集团有限公司长期负债表 230

图表：2013-2014年五粮液集团有限公司股东权益表 230

图表：2013-2014年五粮液集团有限公司主营业务收入表 231

图表：2013-2014年五粮液集团有限公司主营业务利润表 231

图表：2013-2014年五粮液集团有限公司营业利润表 231

图表：2013-2014年五粮液集团有限公司利润总额表 231

图表：2013-2014年五粮液集团有限公司净利润表 232

图表：2013-2014年五粮液集团有限公司每股指标表 232

图表：2013-2014年五粮液集团有限公司获利能力表 232

图表：2013-2014年五粮液集团有限公司经营能力表 232

图表：2013-2014年五粮液集团有限公司偿债能力表 233

图表：2013-2014年五粮液集团有限公司资本结构表 233

图表：2013-2014年五粮液集团有限公司发展能力表 233

图表：2013-2014年五粮液集团有限公司现金流量分析表 233

图表：五粮液股份有限公司SWOT分析 234

图表：五粮液股份有限公司波特分析 234

图表：2014年前三季度贵州茅台股份有限公司经营效益 236

图表：2013-2014年贵州茅台酒股份有限公司主营构成表 236

图表：2013-2014年贵州茅台酒股份有限公司流动资产表 237

图表：2013-2014年贵州茅台酒股份有限公司长期投资表 237

图表：2013-2014年贵州茅台酒股份有限公司固定资产表 237

图表：2013-2014年贵州茅台酒股份有限公司无形及其他资产表 238

图表：2013-2014年贵州茅台酒股份有限公司流动负债表 238

图表：2013-2014年贵州茅台酒股份有限公司长期负债表 238

图表：2013-2014年贵州茅台酒股份有限公司股东权益表 238

图表：2013-2014年贵州茅台酒股份有限公司主营业务收入表 239

图表：2013-2014年贵州茅台酒股份有限公司主营业务利润表 239

图表：2013-2014年贵州茅台酒股份有限公司营业利润表 239

图表：2013-2014年贵州茅台酒股份有限公司利润总额表 239

图表：2013-2014年贵州茅台酒股份有限公司净利润表 239

图表：2013-2014年贵州茅台酒股份有限公司每股指标表 240

图表：2013-2014年贵州茅台酒股份有限公司获利能力表 240

图表：2013-2014年贵州茅台酒股份有限公司经营能力表 240

图表：2013-2014年贵州茅台酒股份有限公司偿债能力表 241

图表：2013-2014年贵州茅台酒股份有限公司资本结构表 241

图表：2013-2014年贵州茅台酒股份有限公司发展能力表 241

图表：2013-2014年贵州茅台酒股份有限公司现金流量分析表 241

图表：贵州茅台股份有限公司SWOT分析 242

图表：贵州茅台股份有限公司波特分析 242

图表：2014年前三季度泸州老窖股份有限公司经营效益 246

图表：2013-2014年泸州老窖股份有限公司主营构成表 246

图表：2013-2014年泸州老窖股份有限公司流动资产表 247

图表：2013-2014年泸州老窖股份有限公司长期投资表 247

图表：2013-2014年泸州老窖股份有限公司固定资产表 247

图表：2013-2014年泸州老窖股份有限公司无形及其他资产表 248

图表：2013-2014年泸州老窖股份有限公司流动负债表 248

图表：2013-2014年泸州老窖股份有限公司长期负债表 248

图表：2013-2014年泸州老窖股份有限公司股东权益表 248

图表：2013-2014年泸州老窖股份有限公司主营业务收入表 249

图表：2013-2014年泸州老窖股份有限公司主营业务利润表 249

图表：2013-2014年泸州老窖股份有限公司营业利润表 249

图表：2013-2014年泸州老窖股份有限公司利润总额表 249

图表：2013-2014年泸州老窖股份有限公司净利润表 249

图表：2013-2014年泸州老窖股份有限公司每股指标表 250

图表：2013-2014年泸州老窖股份有限公司获利能力表 250

图表：2013-2014年泸州老窖股份有限公司经营能力表 250

图表：2013-2014年泸州老窖股份有限公司偿债能力表 251

图表：2013-2014年泸州老窖股份有限公司资本结构表 251

图表：2013-2014年泸州老窖股份有限公司发展能力表 251

图表：2013-2014年泸州老窖股份有限公司现金流量分析表 251

图表：泸州老窖股份有限公司SWOT分析 252

图表：泸州老窖股份有限公司波特分析 252

图表：2013-2014年四川水井坊股份有限公司主营构成表 255

图表：2013-2014年四川水井坊股份有限公司流动资产表 255

图表：2013-2014年四川水井坊股份有限公司长期投资表 256

图表：2013-2014年四川水井坊股份有限公司固定资产表 256

图表：2013-2014年四川水井坊股份有限公司无形及其他资产表 256

图表：2013-2014年四川水井坊股份有限公司流动负债表 256

图表：2013-2014年四川水井坊股份有限公司长期负债表 257

图表：2013-2014年四川水井坊股份有限公司股东权益表 257

图表：2013-2014年四川水井坊股份有限公司主营业务收入表 257

图表：2013-2014年四川水井坊股份有限公司主营业务利润表 257

图表：2013-2014年四川水井坊股份有限公司营业利润表 258

图表：2013-2014年四川水井坊股份有限公司利润总额表 258

图表：2013-2014年四川水井坊股份有限公司净利润表 258

图表：2013-2014年四川水井坊股份有限公司每股指标表 258

图表：2013-2014年四川水井坊股份有限公司获利能力表 259

图表：2013-2014年四川水井坊股份有限公司经营能力表 259

图表：2013-2014年四川水井坊股份有限公司偿债能力表 259

图表：2013-2014年四川水井坊股份有限公司资本结构表 259

图表：2013-2014年四川水井坊股份有限公司发展能力表 260

图表：2013-2014年四川水井坊股份有限公司现金流量分析表 260

图表：水井坊公司SWOT分析 262

图表：水井坊公司波特分析 263

图表：2013-2014年四川沱牌舍得酒业股份有限公司主营构成表 266

图表：2013-2014年四川沱牌舍得酒业股份有限公司流动资产表 267

图表：2013-2014年四川沱牌舍得酒业股份有限公司长期投资表 267

图表：2013-2014年四川沱牌舍得酒业股份有限公司固定资产表 267

图表：2013-2014年四川沱牌舍得酒业股份有限公司无形及其他资产表 267

图表：2013-2014年四川沱牌舍得酒业股份有限公司流动负债表 268

图表：2013-2014年四川沱牌舍得酒业股份有限公司长期负债表 268

图表：2013-2014年四川沱牌舍得酒业股份有限公司股东权益表 268

图表：2013-2014年四川沱牌舍得酒业股份有限公司主营业务收入表 268

图表：2013-2014年四川沱牌舍得酒业股份有限公司主营业务利润表 269

图表：2013-2014年四川沱牌舍得酒业股份有限公司营业利润表 269

图表：2013-2014年四川沱牌舍得酒业股份有限公司利润总额表 269

图表：2013-2014年四川沱牌舍得酒业股份有限公司净利润表 269

图表：2013-2014年四川沱牌舍得酒业股份有限公司每股指标表 269

图表：2013-2014年四川沱牌舍得酒业股份有限公司获利能力表 270

图表：2013-2014年四川沱牌舍得酒业股份有限公司经营能力表 270

图表：2013-2014年四川沱牌舍得酒业股份有限公司偿债能力表 270

图表：2013-2014年四川沱牌舍得酒业股份有限公司资本结构表 271

图表：2013-2014年四川沱牌舍得酒业股份有限公司发展能力表 271

图表：2013-2014年四川沱牌舍得酒业股份有限公司现金流量分析表 271

图表：2014年上半年山西汾酒经营效益 274

图表：2013-2014年山西杏花村汾酒集团有限责任公司主营构成表 274

图表：2013-2014年山西杏花村汾酒集团有限责任公司流动资产表 275

图表：2013-2014年山西杏花村汾酒集团有限责任公司长期投资表 275

图表：2013-2014年山西杏花村汾酒集团有限责任公司固定资产表 275

图表：2013-2014年山西杏花村汾酒集团有限责任公司无形及其他资产表 275

图表：2013-2014年山西杏花村汾酒集团有限责任公司流动负债表 275

图表：2013-2014年山西杏花村汾酒集团有限责任公司长期负债表 276

图表：2013-2014年山西杏花村汾酒集团有限责任公司股东权益表 276

图表：2013-2014年山西杏花村汾酒集团有限责任公司主营业务收入表 276

图表：2013-2014年山西杏花村汾酒集团有限责任公司主营业务利润表 276

图表：2013-2014年山西杏花村汾酒集团有限责任公司营业利润表 277

图表：2013-2014年山西杏花村汾酒集团有限责任公司利润总额表 277

图表：2013-2014年山西杏花村汾酒集团有限责任公司净利润表 277

图表：2013-2014年山西杏花村汾酒集团有限责任公司每股指标表 277

图表：2013-2014年山西杏花村汾酒集团有限责任公司获利能力表 278

图表：2013-2014年山西杏花村汾酒集团有限责任公司经营能力表 278

图表：2013-2014年山西杏花村汾酒集团有限责任公司偿债能力表 278

图表：2013-2014年山西杏花村汾酒集团有限责任公司资本结构表 278

图表：2013-2014年山西杏花村汾酒集团有限责任公司发展能力表 279

图表：2013-2014年山西杏花村汾酒集团有限责任公司现金流量分析表 279

图表：汾酒集团公司SWOT分析 280

图表：汾酒集团公司波特分析 280

图表：2014年上半年古井贡酒经营效益 282

图表：2013-2014年安徽古井贡酒股份有限公司主营构成表 283

图表：2013-2014年安徽古井贡酒股份有限公司流动资产表 283

图表：2013-2014年安徽古井贡酒股份有限公司固定资产表 284

图表：2013-2014年安徽古井贡酒股份有限公司无形及其他资产表 284

图表：2013-2014年安徽古井贡酒股份有限公司流动负债表 284

图表：2013-2014年安徽古井贡酒股份有限公司长期负债表 284

图表：2013-2014年安徽古井贡酒股份有限公司股东权益表 285

图表：2013-2014年安徽古井贡酒股份有限公司主营业务收入表 285

图表：2013-2014年安徽古井贡酒股份有限公司主营业务利润表 285

图表：2013-2014年安徽古井贡酒股份有限公司营业利润表 285

图表：2013-2014年安徽古井贡酒股份有限公司利润总额表 286

图表：2013-2014年安徽古井贡酒股份有限公司净利润表 286

图表：2013-2014年安徽古井贡酒股份有限公司每股指标表 286

图表：2013-2014年安徽古井贡酒股份有限公司获利能力表 286

图表：2013-2014年安徽古井贡酒股份有限公司经营能力表 287

图表：2013-2014年安徽古井贡酒股份有限公司偿债能力表 287

图表：2013-2014年安徽古井贡酒股份有限公司资本结构表 287

图表：2013-2014年安徽古井贡酒股份有限公司发展能力表 287

图表：2013-2014年安徽古井贡酒股份有限公司现金流量分析表 288

图表：古井贡酒公司SWOT 分析 289

图表：古井贡酒公司波特分析 289

图表：2013-2014年酒鬼酒股份有限公司主营构成表 292

图表：2013-2014年酒鬼酒股份有限公司流动资产表 292

图表：2013-2014年酒鬼酒股份有限公司无形及其他资产表 293

图表：2013-2014年酒鬼酒股份有限公司流动负债表 293

图表：2013-2014年酒鬼酒股份有限公司长期负债表 293

图表：2013-2014年酒鬼酒股份有限公司股东权益表 294

图表：2013-2014年酒鬼酒股份有限公司主营业务收入表 294

图表：2013-2014年酒鬼酒股份有限公司主营业务利润表 294

图表：2013-2014年酒鬼酒股份有限公司营业利润表 294

图表：2013-2014年酒鬼酒股份有限公司利润总额表 294

图表：2013-2014年酒鬼酒股份有限公司净利润表 295

图表：2013-2014年酒鬼酒股份有限公司每股指标表 295

图表：2013-2014年酒鬼酒股份有限公司获利能力表 295

图表：2013-2014年酒鬼酒股份有限公司经营能力表 295

图表：2013-2014年酒鬼酒股份有限公司偿债能力表 296

图表：2013-2014年酒鬼酒股份有限公司资本结构表 296

图表：2013-2014年酒鬼酒股份有限公司发展能力表 296

图表：2013-2014年酒鬼酒股份有限公司现金流量分析表 297

图表：2013年中国白酒消费税对主要白酒企业的影响 310

图表：2013年社会固定资产投资与白酒收入增速比较 311

图表：2013年社会固定资产投资与白酒产量增速比较 311

图表：2013年中国白酒产量增速与财政收入比较 311

图表：2013年中国白酒产量增速与财政收入比较 312

图表：2013年按家庭收入等级划分中国人均白酒消费量 312

图表：2013-2014年社会零售总额及增速（亿元） 314

图表：2013-2014年社会零售总额-餐饮业及增速（亿元） 314

图表：2013-2014年FAO 食品价格指数 315

图表：2013-2014年FAO 农产品价格指数 315

图表：2013-2014年CPI 与 CPI-食品、CPI-非食品增速对比 316

图表：2013-2014年PPI 与 PPI-食品增速对比 316

图表：2013-2014年食品饮料与工业企业累计增速比较 317

图表：2013-2014年食品饮料子行业主营收入及增速（亿元） 318

图表：2013-2014年食品饮料各行业利润总额及增速（亿元） 318

图表：2013-2014年白酒产量及增速（万千升） 327

图表：2001-2014年53度茅台、52度五粮液和国窖1573出厂价（元） 328

图表：白酒行业盈利模式示意图 337

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/baijiu/S57750GXAI.html>