

2015-2020年中国高端白酒 行业深度研究与行业竞争对手分析报告

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

《2015-2020年中国高端白酒行业深度研究与行业竞争对手分析报告》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/Z22719BSG2.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

报告目录

| | |
|------------------------------|----|
| 第一章全球白酒制造行业发展分析 | 18 |
| 第一节 2013-2014年世界白酒制造行业发展状况分析 | 18 |
| 一、全球白酒制造市场供给分析 | 18 |
| 二、全球白酒制造市场需求分析 | 18 |
| 三、全球主要白酒制造企业分析 | 19 |
| 第二节 2013-2014年全球主要国家白酒制造市场分析 | 19 |
| 一、美国白酒制造市场分析 | 19 |
| 二、德国白酒制造市场分析 | 19 |
| 三、日本白酒制造市场分析 | 20 |
| 第三节 2015-2020年全球白酒制造市场发展趋势分析 | 20 |
| | |
| 第二章 2014年中国白酒行业整体运行情况分析 | 21 |
| 第一节 中国白酒行业相关要述 | 21 |
| 一、白酒的分类 | 21 |
| 二、白酒香型介绍 | 22 |
| 三、白酒生产的特性 | 23 |
| 第二节 中国白酒行业运行简况 | 25 |
| 一、白酒行业发展的历程 | 25 |
| 二、白酒酿造技术现状 | 26 |
| 三、白酒行业规模和地位 | 28 |
| 四、中国白酒发展路径的9种深化 | 30 |
| 第三节 近三年中国白酒行业运行情况分析 | 34 |
| 一、2013年中国白酒行业运行情况 | 34 |
| 二、2013年中国白酒行业运行情况 | 37 |
| 三、2014年中国白酒行业运行情况 | 38 |
| 第四节 2014年中国白酒行业运行情况分析 | 45 |
| 一、2014年中国白酒行业产销情况 | 45 |
| 二、2014年中国白酒市场价格情况 | 46 |

- 三、2014年白酒上市公司业绩良好 46
- 四、2014年白酒业掀起新一轮“资本潮” 46
- 第五节 2015-2020年中国白酒市场发展预测 47

第三章 2014年中国高端白酒市场运行分析 50

- 第一节 高端白酒市场特征分析 50
 - 一、高档酒市场特征 50
 - 二、高端白酒的消费特征 50
 - 三、高端白酒市场调查 51
 - 四、高端白酒市场进入壁垒与赢利模式分析 51
- 第二节 2014年高端白酒市场发展情况分析 52
 - 一、前期调整主要源自需求下滑和库存消化 52
 - 二、2014年高端白酒市场价格情况分析 52
- 第三节 2015-2020年高端白酒市场预测分析 53
 - 一、高档白酒进入平稳增长期 53
 - 二、当前影响中国高端白酒发展的因素 54

第四章 2013-2014年中国白酒产业技术研发分析 55

- 第一节 生物工程技术的研究 55
 - 一、窖泥微生物研究 55
 - 二、酱香功能菌的研究 56
- 第二节 白酒制造发酵机理的研究 58
- 第三节 白酒香味成分剖析 59
- 第四节 生产工艺的改革与创新 62
 - 一、麸曲酱香白酒工艺创新 62
 - 二、复式发酵 71
 - 三、分层发酵 71
 - 四、夹泥发酵 72
 - 五、汾酒发酵的最高品温控制 72
 - 六、将先进的纳米技术引入白酒行业 72

第五节 白酒贮存研究 72

第六节 新型白酒的发展 73

第七节 低度酒的生产与发展 74

第五章 2013-2014年中国白酒制造所属行业主要指标监测分析 79

第一节 2013-2014年中国白酒制造行业数据统计与监测分析 79

一、2013-2014年中国白酒制造行业企业数量增长分析 79

二、2013-2014年中国白酒制造行业从业人数调查分析 79

三、2013-2014年中国白酒制造行业总销售收入分析 80

四、2013-2014年中国白酒制造行业利润总额分析 80

五、2013-2014年中国白酒制造行业投资资产增长性分析 81

第二节 2014年中国白酒制造行业最新数据统计与监测分析（定期更新） 81

一、企业数量与分布 82

二、销售收入 82

三、利润总额 83

四、从业人数 83

第三节 2014年中国白酒制造行业投资状况监测（定期更新） 84

一、行业资产区域分布 84

二、主要省市投资增速对比 85

第六章 2013-2014年中国白酒（折65度，商品量）产量数据统计分析 86

第一节 2013-2014年中国白酒（折65度，商品量）产量数据分析 86

一、2013-2014年全国白酒（折65度，商品量）产量数据分析 86

二、2013-2014年白酒（折65度，商品量）重点省市数据分析 86

第二节 2014年中国白酒（折65度，商品量）产量数据分析 94

一、2014年全国白酒（折65度，商品量）产量数据分析 94

二、2014年白酒（折65度，商品量）重点省市数据分析 94

第三节 2014年中国白酒（折65度，商品量）产量增长性分析 96

一、产量增长 96

二、集中度变化 97

第七章 2001-2014年中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进出口统计（2208） 98

第一节 2001-2014年中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进出口数据监测 98

一、浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进口数据分析 98

二、浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料出口数据分析 98

三、浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进出口单价分析 99

第二节 浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进出口国家及地区分析 99

一、浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进口来源国家及地区 99

二、浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料出口国家及地区 100

第三节 浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进出口省市分析 101

一、浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料主要进口省市分析 101

二、浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料主要出口省市分析 101

第八章 2014年中国高端白酒分区域市场运行分析 103

第一节 华北地区高端白酒市场 103

第二节 华东地区高端白酒市场 103

第三节 华南地区高端白酒市场 104

第四节 华中地区高端白酒市场 104

第五节 东北地区高端白酒市场 104

第六节 西北地区高端白酒市场 105

第七节 西南地区高端白酒市场 105

第九章 高端白酒消费者分析 107

第一节 2014年高端白酒消费者需求分析 107

一、现阶段我国高端白酒消费特点 107

二、商务消费回暖和再库存化预期带动行业反弹 107

三、私人消费回暖带动高端白酒复苏 108

四、长期：商务和私人消费是未来持续增长动力 109

五、高端白酒市场具有收入和利润的高弹性 110

| | | |
|-----|---------------------|-----|
| 六、 | 高端白酒厂商盈利具有高弹性 | 111 |
| 七、 | 我国高端白酒各主要细分市场消费占比测算 | 112 |
| 第二节 | 白酒消费者购买行为分析 | 113 |
| 一、 | 白酒消费者购买行为类型分析 | 113 |
| 二、 | 白酒消费者购买动机分析 | 114 |
| 三、 | 白酒消费者购买方式分析 | 114 |
| 四、 | 白酒消费者购买目的分析 | 115 |
| 五、 | 白酒消费者对广告促销的态度分析 | 116 |
| 第三节 | 中产阶层白酒消费群体分析 | 116 |
| 一、 | 中产阶层扩大带来的机会 | 116 |
| 二、 | 中产阶层的消费特征 | 117 |
| 三、 | 中产阶层市场竞争策略 | 117 |
| 第四节 | “80后”白酒消费群体分析 | 117 |
| 一、 | “80后”未来的主流消费群体 | 118 |
| 二、 | “80后”群体的消费特征分析 | 118 |
| 三、 | 针对“80后”群体白酒企业的创新策略 | 119 |
| 第五节 | 白酒消费行为的价值体现及营销启示 | 120 |
| 一、 | 白酒消费行为特点 | 120 |
| 二、 | 白酒消费行为的价值体现 | 121 |
| 三、 | 白酒消费行为价值体现的营销启示 | 122 |
| 第十章 | 2014年中国高端白酒营销策略分析 | 125 |
| 第一节 | 白酒营销形势分析 | 125 |
| 一、 | 白酒营销模式及其发展趋势 | 125 |
| 二、 | 中国白酒营销的四种形式 | 128 |
| 三、 | 白酒营销的分层化趋势 | 129 |
| 第二节 | 白酒营销渠道分析 | 134 |
| 一、 | 白酒终端现状与策略分析 | 134 |
| 二、 | 电子商务对白酒营销渠道的发展 | 136 |
| 三、 | 金融危机下白酒销售渠道分析 | 136 |
| 第三节 | 白酒营销策略分析 | 137 |

- 一、白酒营销规律分析 137
- 二、白酒淡季营销策略分析 143
- 三、白酒企业促销攻略 146
- 四、白酒企业三、四级市场攻略 150
- 五、白酒价格营销策略分析 153
- 六、高端白酒招商策略 153
- 七、关于金融危机时期白酒市场出路的分析 159
- 第四节 白酒广告策略分析 161
- 第五节 高端白酒文化营销策略分析 164
 - 一、高端白酒：中国酒文化的宏大叙事 164
 - 二、白酒业：契合文化的品牌想象力 170
 - 三、浅析白酒如何注入新文化 173
- 第六节 高端白酒营销策略分析 176
 - 一、浅谈高端白酒的营销定位 176
 - 二、专业酒展推动高端白酒营销 178
 - 三、高端白酒营销的根据地之战 179
- 第七节 高端白酒买断品牌需求创新的驱动战略 181

第十一章 2014年高端白酒行业竞争状况分析 187

- 第一节 2014年中国高端白酒行业竞争格局 187
 - 一、高端白酒五强格局初成型 187
 - 二、浓香型高端白酒竞争格局 189
 - 三、2014年中国白酒市场场竞争加剧 189
- 第二节 2014年中国白酒品牌生存发展情况分析 190
 - 一、品牌格局 190
 - 二、品牌发展战略 190
 - 三、品牌发展趋势 193
- 第三节 2015-2020年中国高端白酒行业竞争趋势分析 195
 - 一、高端白酒提价或导致行业洗牌 195
 - 二、品牌决定未来格局 196
 - 三、白酒行业市场竞争中的四大关键因素 201

第十二章 2014年中国高端白酒标杆企业竞争对比及关键性财务数据分析 207

第一节 贵州茅台酒股份有限公司（600519）207

- 一、企业概况 207
- 二、企业主要经济指标分析 207
- 三、企业成长性分析 212
- 四、企业经营能力分析 212
- 五、企业盈利能力及偿债能力分析 213

第二节 宜宾五粮液股份有限公司（000858）214

- 一、企业概况 214
- 二、企业主要经济指标分析 215
- 三、企业成长性分析 220
- 四、企业经营能力分析 220
- 五、企业盈利能力及偿债能力分析 221

第三节 泸州老窖股份有限公司（000568）223

- 一、企业概况 223
- 二、企业主要经济指标分析 224
- 三、企业成长性分析 228
- 四、企业经营能力分析 228
- 五、企业盈利能力及偿债能力分析 229

第四节 四川沱牌曲酒股份有限公司（600702）230

- 一、企业概况 230
- 二、企业主要经济指标分析 233
- 三、企业成长性分析 237
- 四、企业经营能力分析 237
- 五、企业盈利能力及偿债能力分析 238

第五节 四川水井坊股份有限公司（600779）240

- 一、企业概况 240
- 二、企业主要经济指标分析 240
- 三、企业成长性分析 244
- 四、企业经营能力分析 244

| | |
|-----------------------------|-----|
| 五、企业盈利能力及偿债能力分析 | 245 |
| 第六节 山西杏花村汾酒厂股份有限公司（600809） | 247 |
| 一、企业概况 | 247 |
| 二、企业主要经济指标分析 | 248 |
| 三、企业成长性分析 | 251 |
| 四、企业经营能力分析 | 252 |
| 五、企业盈利能力及偿债能力分析 | 253 |
| 第七节 安徽古井贡酒股份有限公司（000596） | 254 |
| 一、企业概况 | 254 |
| 二、企业主要经济指标分析 | 256 |
| 三、企业成长性分析 | 259 |
| 四、企业经营能力分析 | 259 |
| 五、企业盈利能力及偿债能力分析 | 260 |
| 第八节 酒鬼酒股份有限公司（000799） | 262 |
| 一、企业概况 | 262 |
| 二、企业主要经济指标分析 | 262 |
| 三、企业成长性分析 | 266 |
| 四、企业经营能力分析 | 267 |
| 五、企业盈利能力及偿债能力分析 | 267 |
| 第九节 湖北稻花香集团 | 269 |
| 一、企业概况 | 269 |
| 二、企业主要经济指标分析 | 270 |
| 三、企业成长性分析 | 272 |
| 四、企业经营能力分析 | 273 |
| 五、企业盈利能力及偿债能力分析 | 274 |
| 第十节 江苏洋河酒厂股份有限公司 | 277 |
| 第十三章 2014年中国高端白酒行业运行环境与趋势探讨 | 280 |
| 第一节 2014年中国白酒行业经济环境分析 | 280 |
| 一、中国宏观经济环境分析 | 280 |
| 二、中国宏观对白酒市场的推动作用分析 | 289 |

| | |
|--------------------------------|-----|
| 第二节 2014年中国白酒行业运行政策环境分析 | 289 |
| 一、2014年白酒税收促使我国白酒发展更加规范化 | 289 |
| 二、2014年严惩“酒驾”对白酒销售的影响分析 | 291 |
| 三、酱香型白酒国家标准通过专家组审定 | 292 |
| 第三节 2015-2020年中国白酒行业发展预测分析 | 292 |
| 一、白酒收入和利润总额在规模和增速上均领先行业 | 292 |
| 二、白酒行业税前利润率持续提升并领先行业 | 293 |
| 三、白酒产量增速数据和稳定性强于其他子行业 | 293 |
| 四、四次政策调整促使白酒行业出现两个发展方向 | 293 |
| 五、行业格局在政策的引导下出现两个发展方向 | 294 |
| 六、消费升级和城镇化率提升是白酒行业发展的驱动因素 | 295 |
| 第四节 2015-2020年中国高端白酒行业景气度分析及预测 | 295 |
| 一、高端类消费品受益于经济的复苏 | 295 |
| 二、高端白酒提价能力分析 | 295 |
| 三、品牌基础和消费升级促高端白酒销量增长 | 298 |
| 四、白酒公司2~15%提价就可完全抵消消费税征收 | 300 |
| 第五节 2015-2020年中国高端白酒行业发展趋势 | 301 |
| 一、未来高端行业发展趋势 | 301 |
| 二、白酒低度化趋势 | 302 |
| 三、白酒包装发展趋势分析 | 308 |
| 四、高端白酒消费可延续到2020年 | 309 |
| | |
| 第十四章 2015-2020年中国高端白酒行业发展战略分析 | 311 |
| 第一节 中国白酒行业新盈利模式探析 | 311 |
| 第二节 白酒品牌发展策略分析 | 314 |
| 一、建设白酒品牌的法则 | 314 |
| 二、白酒品牌布局策略 | 317 |
| 三、白酒品牌客户资源的战略整合 | 318 |
| 四、中小白酒企业的品牌经营 | 325 |
| 五、白酒品牌传播如何诠释自己的卖点 | 326 |
| 六、成功创建白酒品牌的关键 | 330 |

| | |
|--------------------|-----|
| 第三节 高端白酒品牌发展策略分析 | 333 |
| 一、高端白酒品牌竞争策略 | 333 |
| 二、浅析高档白酒品牌的发展思路 | 334 |
| 三、打造高档白酒品牌的法则 | 336 |
| 四、中国高端白酒“功能价值”救赎之路 | 340 |
| 五、高端白酒正确把握价值与理性的相融 | 342 |
| 第四节 中国白酒的蓝海战略 | 344 |
| 一、白酒企业寻找蓝海十个命题的判断 | 344 |
| 二、白酒企业开辟蓝海的方向 | 350 |
| 第五节 白酒海外市场攻略 | 351 |
| 一、区域的选择 | 351 |
| 二、模式的选择 | 352 |
| 三、时机与方式的选择 | 352 |

图表目录

| | |
|-----------------------------------|----|
| 图表 1 2013-2014年全球白酒制造行业市场规模分析 | 18 |
| 图表 2 2013-2014年全球白酒制造行业需求规模分析 | 18 |
| 图表 3 2014年1-9月白酒制造主营业务收入及利润总额 | 40 |
| 图表 4 2014年1-9月白酒制造工业销售产值 | 40 |
| 图表 5 2015-2020年影响高端白酒行业运行的不利因素 | 54 |
| 图表 6 2013-2014年中国白酒制造行业企业数量增长分析 | 79 |
| 图表 7 2013-2014年中国白酒制造行业从业人数调查分析 | 79 |
| 图表 8 2013-2014年中国白酒制造行业产品销售收入分析 | 80 |
| 图表 9 2013-2014年中国白酒制造行业利润总额分析 | 80 |
| 图表 10 2013-2014年中国白酒制造行业资产合计分析 | 81 |
| 图表 11 2013-2014年12月中国白酒制造行业企业数量分析 | 82 |
| 图表 12 2014年中国白酒制造行业产品销售收入分析 | 82 |
| 图表 13 2014年中国白酒制造行业产品利润总额分析 | 83 |
| 图表 14 2014年中国白酒制造行业从业人数分析 | 83 |
| 图表 15 2014年中国白酒制造行业总资产周转率分析 | 84 |
| 图表 16 2014年中国白酒制造行业投资区域分析 | 84 |
| 图表 17 2014年1-12月我国白酒产量分析 | 86 |

图表 18 2014年1-12月我国白酒各省市产量分析 86

图表 19 2014年1-12月我国白酒产量分析 94

图表 20 2014年1-12月我国白酒各省市产量分析 94

图表 21 2013-2014年12月我国白酒产量增长性分析 96

图表 22 2014年1-12月我国白酒产量集中度分析 97

图表 23 2013-2014年我国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进口分析 98

图表 24 2013-2014年我国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料出口分析 98

图表 25 2013-2014年我国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料出口均价分析 99

图表 26 2014年我国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进口来源国分析 100

图表 27 2014年我国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料出口目的地分析 100

图表 28 2014年我国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进口省市分析 101

图表 29 2014年我国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料出口省市分析 101

图表 30 2014年1-12月我国白酒市场华北地区产量集中度分析 103

图表 31 2014年1-12月我国白酒市场华东地区产量集中度分析 103

图表 32 2014年1-12月我国白酒市场华南地区产量集中度分析 104

图表 33 2014年1-12月我国白酒市场华中地区产量集中度分析 104

图表 34 2014年1-12月我国白酒市场东北地区产量集中度分析 105

图表 35 2014年1-12月我国白酒市场西北地区产量集中度分析 105

图表 36 2014年1-12月我国白酒市场西南地区产量集中度分析 105

图表 37 经济周期中我国高端白酒消费驱动因素及表 108

图表 38 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 109

图表 39 美国GDP增速和烈性酒消费之间的关系 110

图表 40 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 111

图表 41 我国高端白酒总量测算 112

图表 42 政府消费白酒测算 113

图表 43 我国高端白酒需求结构分析 113

图表 44 白酒消费者购买行为类型分析 114

图表 45 白酒消费者购买动机分析 114

图表 46 白酒消费者购买方式分析 115

图表 47 白酒消费者购买目的分析 115

图表 48 白酒消费者对广告促销的态度分析 116

图表 49 以消费需求为核心的高端白酒战略驱动模块 186

图表 50 2013-2014年12月贵州茅台资产负债表 207

图表 51 2013-2014年12月贵州茅台利润表 210

图表 52 2013-2014年12月贵州茅台成长能力 212

图表 53 2013-2014年12月贵州茅台营运能力 212

图表 54 2013-2014年12月贵州茅台盈利能力及偿债能力 213

图表 55 2013-2014年12月五粮液资产负债表 215

图表 56 2013-2014年12月五粮液利润表 218

图表 57 2013-2014年12月五粮液成长能力 220

图表 58 2013-2014年12月五粮液营运能力 220

图表 59 2013-2014年12月五粮液盈利能力及偿债能力 221

图表 60 2013-2014年12月泸州老窖资产负债表 224

图表 61 2013-2014年12月泸州老窖利润表 226

图表 62 2013-2014年12月泸州老窖成长能力 228

图表 63 2013-2014年12月泸州老窖营运能力 228

图表 64 2013-2014年12月泸州老窖盈利能力及偿债能力 229

图表 65 2013-2014年12月沱牌曲酒资产负债表 233

图表 66 2013-2014年12月沱牌曲酒利润表 236

图表 67 2013-2014年12月沱牌曲酒成长能力 237

图表 68 2013-2014年12月沱牌曲酒营运能力 237

图表 69 2013-2014年12月沱牌曲酒盈利能力及偿债能力 238

图表 70 2013-2014年12月水井坊资产负债表 240

图表 71 2013-2014年12月水井坊利润表 243

图表 72 2013-2014年12月水井坊成长能力 244

图表 73 2013-2014年12月水井坊营运能力 244

图表 74 2013-2014年12月水井坊盈利能力及偿债能力 245

图表 75 2013-2014年12月山西汾酒资产负债表 248

图表 76 2013-2014年12月山西汾酒利润表 250

图表 77 2013-2014年12月山西汾酒成长能力 252

图表 78 2013-2014年12月山西汾酒营运能力 252

图表 79 2013-2014年12月山西汾酒盈利能力及偿债能力 253

图表 80 2013-2014年12月古井贡酒资产负债表 256

图表 81 2013-2014年12月古井贡酒利润表 258

图表 82 2013-2014年12月古井贡酒成长能力 259

图表 83 2013-2014年12月古井贡酒营运能力 259

图表 84 2013-2014年12月古井贡酒盈利能力及偿债能力 260

图表 85 2013-2014年12月酒鬼酒资产负债表 262

图表 86 2013-2014年12月酒鬼酒利润表 265

图表 87 2013-2014年12月酒鬼酒成长能力 266

图表 88 2013-2014年12月酒鬼酒运营能力 267

图表 89 2013-2014年12月酒鬼酒盈利能力及偿债能力 267

图表 90 近4年湖北稻花香集团流动资产周转次数变化情况 270

图表 91 近3年湖北稻花香集团流动资产周转次数变化情况 270

图表 92 近4年湖北稻花香集团总资产周转次数变化情况 271

图表 93 近3年湖北稻花香集团总资产周转次数变化情况 271

图表 94 近3年湖北稻花香集团成本费用利润率变化情况 271

图表 95 近4年湖北稻花香集团销售毛利率变化情况 272

图表 96 近3年湖北稻花香集团销售毛利率变化情况 272

图表 97 近4年湖北稻花香集团固定资产周转次数情况 273

图表 98 近3年湖北稻花香集团固定资产周转次数情况 273

图表 99 近4年湖北稻花香集团资产负债率变化情况 274

图表 100 近3年湖北稻花香集团资产负债率变化情况 274

图表 101 近4年湖北稻花香集团产权比率变化情况 275

图表 102 近3年湖北稻花香集团产权比率变化情况 275

图表 103 近4年湖北稻花香集团已获利息倍数变化情况 276

图表 104 近3年湖北稻花香集团已获利息倍数变化情况 276

图表 105 2013年—2014年季度GDP同比增长率 280

图表 106 2013年—2014年三次产业增加值季度同比增长率 280

图表 107 2013年—2014年工业增加值及其构成月度累计同比增长率 281

图表 108 2013年—2014年城镇固定资产月度累计投资同比增长率 283

图表 109 2013-2014年按地区分城镇固定资产月度累计投资同比增长率 283

图表 110 2013-2014年月度社会消费零售总额及其同比增长率 284

图表 111 2013年—2014年社会消费品零售总额构成月度同比增长率 284

图表 112 2013年—2014年CPI、PPI月度变化率 285

图表 113 2013年—2014年企业商品价格月度指数 285

- 图表 114 2013-2014年月度进出口同比增长率 286
- 图表 115 2013-2014年季度累积货币供应量及同比增长率 287
- 图表 116 2013-2014年月度人民币新增贷款额及当月同比多增贷款额 287
- 图表 117 2013-2014年季度累积本外币存总额及同比增长率 287
- 图表 118 2013年—2014年季度累计外汇储备总额及同比增长率 288
- 图表 119 宏观经济增长推动白酒行业收入利润增长 289
- 图表 120 子行业品牌影响力分析 296
- 图表 121 六大子行业最佳生产环境对比分析 296
- 图表 122 六大子行业产品生产周期对比分析 297
- 图表 123 六大子行业产品品性对比分析 297
- 图表 124 六大子行业文化推动力对比分析 297
- 图表 125 各子行业定价能力分析 298
- 图表 126 全国历届（五届）评酒会获奖名单 298
- 图表 127 中国名酒评比综述表 299
- 图表 128 贵州茅台、五粮液、泸州老窖销售渠道分析 299

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/baijiu/Z22719BSG2.html>