

2012-2016年中国白酒市场 监测及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2012-2016年中国白酒市场监测及投资前景研究报告》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.bosidata.com/yanjiu1209/A25043KDFT.html>

【报告价格】纸介版7200元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2012-09-03

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2012-2016年中国白酒市场监测及投资前景研究报告》共十四章。介绍了白酒行业相关概述、中国白酒产业运行环境、分析了中国白酒行业的现状、中国白酒行业竞争格局、对中国白酒行业做了重点企业经营状况分析及中国白酒产业发展前景与投资预测。您若想对白酒产业有个系统的了解或者想投资白酒行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

第一章、白酒行业相关介绍

第一节、白酒的概念及历史

- 一、白酒的定义
- 二、白酒的起源
- 三、白酒的地位

第二节、白酒的分类及特征

- 一、白酒的香型
- 二、白酒的几种分类
- 三、白酒的特点

第三节、白酒的其他知识

- 一、白酒的度及其测定方法
- 二、白酒的勾兑和调味
- 三、白酒的各种成分
- 四、白酒的营养物质及有害物质

第四节、新工艺白酒

- 一、白酒工业正向新方向发展
- 二、白酒新工艺的创新与发展
- 三、新工艺白酒的探索
- 四、固、液勾兑在新工艺白酒中的应用

第二章、中国白酒产业的发展

第一节、中国白酒行业发展综述

- 一、中国白酒行业发展回顾

二、中国白酒产业结构分析

三、“十一五”中国白酒行业发展综述

四、中国白酒行业取得的重要变化进展

第二节、2009年中国白酒行业的发展

一、2009年白酒行业整体发展状况

二、2009年消费税大调整引发白酒行业震动

三、2009年国庆黄金周白酒市场销量下滑

四、2009年中国白酒行业处于景气恢复中

第三节、2010年中国白酒行业的发展

一、2010年中国白酒行业运行概况

二、2010年中国白酒行业发展特点

三、2010年白酒行业的三强之争态势

四、2010年白酒行业呈现“两极分化”趋势

第四节、2011-2012年一季度中国白酒行业的发展

一、2011年中国白酒业蓬勃发展

二、2011年中国白酒业再创新高

三、2011年白酒业受各路资本青睐

四、2011年白酒业涨价潮继续蔓延

五、2012年一季度中国白酒业发展形势

第五节、2009-2012年3月全国及重点省市白酒产量分析

一、2009年1-12月全国及主要省份白酒产量分析

二、2010年1-12月全国及主要省份白酒产量分析

三、2011年1-12月全国及主要省份白酒产量分析

四、2012年1-3月全国及主要省份白酒产量分析

第六节、中国白酒行业的问题

一、白酒行业的主要问题

二、白酒行业存在的不足

三、白酒行业的环保问题

四、白酒行业应重视的问题

第七节、中国白酒行业的发展策略及规划

一、白酒行业的发展对策

二、白酒产业结构调整策略

- 三、白酒行业不同品牌的发展策略
- 四、中国应积极发展低度白酒
- 五、中国白酒产业的发展规划

第三章、中国白酒市场分析

第一节、中国白酒市场的影响因素

- 一、宏观经济对白酒市场的影响
- 二、国家政策对白酒市场的影响
- 三、其他因素对白酒市场的影响

第二节、中国白酒市场格局

- 一、中高档白酒市场
- 二、流通渠道市场
- 三、终端白酒市场
- 四、促销白酒市场
- 五、区域细分市场

第三节、中国白酒市场特点浅析

- 一、中档酒是新生白酒品牌的最佳立足空间
- 二、餐饮终端是白酒企业的竞争焦点
- 三、渠道价值仍然不可低估
- 四、促销方式以单纯产品促销为主
- 五、地域市场品牌及商务用酒占消费主流

第四节、中国白酒终端市场的运作解析

- 一、产品选择和客户管理
- 二、公关和培训
- 三、促销和服务客户
- 四、激励政策和物流管理
- 五、理货管理和回款管理

第五节、中国白酒消费市场分析

- 一、白酒消费的三大模式
- 二、白酒消费的五大特点
- 三、白酒消费市场现状分析
- 四、未来白酒消费四大趋势

第六节、中国白酒市场的同质化现象

- 一、浓香型白酒占据较大市场份额
- 二、品牌泛滥导致名酒形象淡化
- 三、价格体系紊乱及终端不良竞争加剧
- 四、白酒外包装雷同及广告宣传浮夸

第四章、中国白酒制造行业财务状况

第一节、中国白酒制造行业经济规模

- 一、2007-2011年白酒制造业销售规模
- 二、2007-2011年白酒制造业利润规模
- 三、2007-2011年白酒制造业资产规模

第二节、中国白酒制造行业盈利能力指标分析

- 一、2007-2011年白酒制造业亏损面
- 二、2007-2011年白酒制造业销售毛利率
- 三、2007-2011年白酒制造业成本费用利润率
- 四、2007-2011年白酒制造业销售利润率

第三节、中国白酒制造行业营运能力指标分析

- 一、2007-2011年白酒制造业应收账款周转率
- 二、2007-2011年白酒制造业流动资产周转率
- 三、2007-2011年白酒制造业总资产周转率

第四节、中国白酒制造行业偿债能力指标分析

- 一、2007-2011年白酒制造业资产负债率
- 二、2009-2011年白酒制造业利息保障倍数

第五节、中国白酒制造行业财务状况综合评价

- 一、白酒制造业财务状况综合评价
- 二、影响白酒制造业财务状况的经济因素分析

第五章、高端白酒的发展

第一节、中国高端白酒的发展回顾

- 一、高端白酒的崛起
- 二、2006年白酒市场向高端品牌集中
- 三、2006年高端白酒品牌的市场布局

四、2007年高端白酒市场强势地位明显

第二节、2008-2010年中国高端白酒的发展

一、2008年高端白酒寡头格局基本形成

二、2009年高端白酒行业景气度持续上涨

三、2010年高端白酒掀起涨价潮

四、2010年高端白酒升级引发市场格局生变

第三节、2011-2012年中国高端白酒的发展

一、2011年高端白酒价格持续上涨

二、2011年国内高端白酒首次启动网络交易

三、2012年中国高端白酒业发展态势

四、2012年高端白酒品牌进入投资理财界

第四节、高端白酒发展强劲的原因剖析

一、消费升级注入高端白酒持续动力

二、龙头企业具备品牌号召力

三、定价权优势是核心竞争力

四、抗通胀能力最强

第五节、高端白酒发展的问题及策略

一、高端白酒存在的主要问题

二、高端白酒发展中应注意的问题

三、高端白酒旺季实现赢利性增长的对策

四、高端白酒品牌的发展策略

第六章、中国主要香型白酒的发展

第一节、浓香型白酒

一、浓香型白酒占据白酒行业主导地位

二、浓香型白酒“淡雅”与“浓郁”流派的差异分析

三、浓香型白酒正面临挑战

四、2010年中国北方浓香型白酒生产基地开建

五、浓香型白酒生产工艺方向的探索

第二节、清香型白酒

一、清香型白酒进入快速发展阶段

二、清香型白酒的复兴发展

三、清香型白酒未来发展优势将更明显

四、清香型白酒的复兴战略探索

第三节、酱香型白酒

一、酱香型白酒是传统酿酒的典范

二、酱香型白酒渐成市场趋势

三、2010年酱香型白酒市场竞争愈发激烈

四、2011年中国酱香型白酒发展状况

五、2012年中国酱香型白酒产业动态

第七章、主要地区的白酒行业

第一节、四川省

一、四川省白酒业的发展优势

二、四川白酒产业发展回顾

三、2010年四川白酒产业发展概况

四、2011年四川白酒产业发展概况

五、2011年泸州白酒产业发展概况

六、2011年宜宾白酒产业发展概况

七、“十二五”四川白酒产业发展规划

第二节、贵州省

一、贵州白酒产业的发展回顾

二、2010年贵州白酒产业发展概况

三、2011年贵州白酒产业发展概况

四、2011年贵州白酒企业技改投资规模超百亿

五、2011年贵州白酒产业热点分析

六、“十二五”贵州省将打造千亿级白酒产业

七、塑造贵州白酒产业的后发优势

第三节、江苏省

一、江苏白酒产业竞争格局的发展态势

二、江苏白酒市场的回归现象

三、2009年江苏白酒行业稳步发展

四、2010年江苏白酒业发展概况

五、2011年江苏白酒业整合发展

六、江苏白酒行业的发展策略

七、江苏白酒行业值得借鉴的发展经验

第四节、安徽省

一、安徽白酒产业的发展概述

二、安徽白酒行业优势企业发展概况

三、2010年安徽白酒产业发展分析

四、2011年安徽省白酒行业发展概况

五、安徽白酒企业改制模式浅析

六、安徽白酒市场消费状况浅析

七、安徽白酒行业的营销分析

八、安徽白酒业遭遇发展瓶颈

第五节、河南省

一、河南白酒产业的发展回顾

二、2010年河南白酒产业发展分析

三、2011年河南白酒业发展概况

四、河南省白酒企业的发展策略

五、河南白酒产业的发展战略

六、“十二五”河南白酒产业发展展望

第六节、山东省

一、2010年山东省白酒行业发展概况

二、“十一五”山东省白酒工业发展综述

三、2011年山东白酒业发展概况

四、山东白酒市场的分析

五、山东省白酒行业的发展策略及建议

六、“十二五”山东省白酒工业发展展望

第七节、陕西省

一、陕西省白酒市场分析

二、陕西省白酒行业的发展现状

三、陕西省白酒行业存在的问题

四、陕西省白酒企业的发展策略

第八节、东北地区

一、东北白酒产业发展概述

- 二、东北白酒行业的SWOT分析
- 三、“十二五”东北白酒产业的发展形势
- 四、东北白酒产业存在的问题
- 五、东北白酒产业的发展策略

第九节、其它地区

- 一、河北省白酒产业的发展分析
- 二、2010湖北省白酒产业发展分析
- 三、2011年广东白酒行业发展分析
- 四、云南省白酒产业的发展分析
- 五、广西省白酒产业的品牌现状

第八章、重点企业

第一节、宜宾五粮液股份有限公司

- 一、公司简介
- 二、2010年1-12月五粮液经营状况分析
- 三、2011年1-12月五粮液经营状况分析
- 四、2012年1-3月五粮液经营状况分析

第二节、贵州茅台酒股份有限公司

- 一、公司简介
- 二、2010年1-12月贵州茅台经营状况分析
- 三、2011年1-12月贵州茅台经营状况分析
- 四、2012年1-3月贵州茅台经营状况分析

第三节、泸州老窖股份有限公司

- 一、公司简介
- 二、2010年1-12月泸州老窖经营状况分析
- 三、2011年1-12月泸州老窖经营状况分析
- 四、2012年1-3月泸州老窖经营状况分析

第四节、山西杏花村汾酒厂股份有限公司

- 一、公司简介
- 二、2010年1-12月山西汾酒经营状况分析
- 三、2011年1-12月山西汾酒经营状况分析
- 四、2012年1-3月山西汾酒经营状况分析

第五节、酒鬼酒股份有限公司

- 一、公司简介
- 二、2010年1-12月酒鬼酒经营状况分析
- 三、2011年1-12月酒鬼酒经营状况分析
- 四、2012年1-3月酒鬼酒经营状况分析

第六节、四川沱牌舍得酒业股份有限公司

- 一、公司简介
- 二、2010年1-12月沱牌曲酒经营状况分析
- 三、2011年1-12月沱牌舍得经营状况分析
- 四、2012年1-3月沱牌舍得经营状况分析

第七节、安徽古井贡酒股份有限公司

- 一、公司简介
- 二、2010年1-12月古井贡酒经营状况分析
- 三、2011年1-12月古井贡酒经营状况分析
- 四、2012年1-3月古井贡酒经营状况分析

第八节、上市公司财务比较分析

- 一、盈利能力分析
- 二、成长能力分析
- 三、营运能力分析
- 四、偿债能力分析

第九章、中国白酒行业的营销分析

第一节、中国白酒营销的发展状况

- 一、中国白酒营销的发展阶段
- 二、中国白酒营销模式分析
- 三、中国白酒营销的“产品化运动”分析
- 四、中国白酒营销存在的问题

第二节、中国白酒渠道营销途径状况分析

- 一、白酒企业的渠道困境
- 二、白酒市场渠道商状况
- 三、白酒渠道商之间的博弈
- 四、白酒渠道困境的根本原因

第三节、中国白酒市场的分层化营销分析

- 一、分层营销终结盘中盘模式
- 二、高档酒营销产地化
- 三、低档酒营销大市场化
- 四、中档酒区域化布局及产地化加市场化营销

第四节、白酒文化营销的探析

- 一、酒文化是白酒行业的核心竞争力
- 二、白酒文化营销的现存方式
- 三、白酒文化营销的不成熟表现
- 四、白酒文化营销的误区及对策

第五节、中国白酒行业营销策略

- 一、白酒行业营销误区的对策
- 二、白酒营销的创新策略
- 三、白酒行业淡季营销策略分析
- 四、白酒营销的盈利模式探索

第六节、区域强势白酒品牌的营销战略

- 一、以根据地市场为圆心勾画新的市场版图
- 二、打造声誉产品提升企业的整体产品声誉
- 三、强化营销的组织功能建设
- 四、突破传统的厂商合作模式
- 五、营销管理的两大转变

第七节、中低端白酒农村市场营销的攻略

- 一、战略抉择以市场份额为导向
- 二、产品细分有所为有所不为
- 三、市场细分形成区域为王
- 四、以声誉产品塑造品牌声誉
- 五、建设适合农村市场营销的模式

第十章、中国白酒企业的发展策略分析

第一节、白酒企业的利润点

- 一、高端市场的利润点
- 二、终端渠道的利润点

三、酒文化的利润点

四、品牌是实在的利润点

第二节、白酒企业发展的差异化策略

一、产品差异化

二、形象差异化

三、市场差异化

四、服务差异化

第三节、白酒企业的招商策略

一、品牌规划策略

二、市场规划策略

三、招商启动策略

四、白酒企业招商应注意的问题

第四节、中国两大白酒企业集团品牌战略的比较与分析

一、五粮液、茅台品牌战略的比较

二、五粮液、茅台品牌战略成果的评价

三、五粮液、茅台品牌战略的风险分析

四、遏制风险的对策建议

第五节、二线白酒企业突围的关键要素

一、战略企图

二、声誉产品

三、市场板块

四、团队整合

五、资源匹配度

第六节、中小白酒企业的发展策略

一、中小白酒企业的发展力模型

二、中小型白酒企业新品上市的策略

三、中小型白酒企业的市场推广策略

四、中小型白酒企业发展的聚焦化战略

第十一章、白酒替代产品分析

第一节、啤酒

一、中国啤酒品牌市场探究

- 二、“十一五”中国啤酒行业发展综述
- 三、2009年我国啤酒行业发展状况
- 四、2010中国啤酒行业发展分析
- 五、2011年中国啤酒行业发展状况
- 六、2011-2012年3月全国及主要省份啤酒产量分析
- 七、“十二五”我国啤酒行业发展展望

第二节、葡萄酒

- 一、全国及主要省份葡萄酒产量回顾
- 二、2010年中国葡萄酒行业发展分析
- 三、“十一五”中国葡萄酒行业发展综述
- 四、2011年中国葡萄酒行业发展状况
- 五、2011-2012年3月全国及主要省份葡萄酒产量分析
- 六、2012年一季度国产葡萄酒市场分析
- 七、“十二五”我国葡萄酒行业发展规划

第三节、黄酒

- 一、中国黄酒行业发展综述
- 二、2009年中国黄酒行业发展分析
- 三、2010年中国黄酒行业发展分析
- 四、“十一五”中国黄酒行业发展综述
- 五、2011年我国黄酒业科技实力增强
- 六、黄酒业复兴“文化牌”很重要
- 七、“十二五”我国黄酒行业发展规划

第十二章、白酒包装现状与发展

第一节、中国白酒包装现状

- 一、简述白酒包装发展历程
- 二、浅谈国内白酒的包装设计现状
- 三、白酒酒盒包装存在的弊端
- 四、浅析激光全息材料在白酒纸包装上的应用
- 五、白酒的软包装印刷剖析

第二节、白酒包装建议

- 一、白酒包装需下大功夫

- 二、白酒包装应打响品牌
- 三、白酒包装需要推陈出新
- 四、白酒包装应该以实用为风向标
- 五、解析超高端白酒的包装法则

第三节、白酒包装趋势分析

- 一、追求高档化
- 二、崇尚个性化
- 三、包装材料的变化
- 四、包装色调上的变化
- 五、容量上的变化

第十三章、中国白酒行业的政策法规分析

第一节、中国白酒行业政策环境总述

- 一、中国白酒产业的政策导向
- 二、中国白酒产业政策概述
- 三、2011年白酒生产线纳入产业指导限制类目录
- 四、2011年底商务部发布酒类流通管理意见
- 五、“十二五”食品工业规划鼓励白酒业发展
- 六、中国《白酒法》的制定刻不容缓

第二节、白酒行业税收政策分析

- 一、白酒行业税收政策的变化
- 二、2006年白酒行业消费税调整的影响分析
- 三、2008年新所得税法对白酒行业的影响
- 四、2009年白酒税收调整促使行业发展规范化

第三节、2009年白酒消费税调整方案解读

- 一、白酒消费税调整方案出台背景
- 二、政策的主要内容
- 三、政策的主要影响解析
- 四、政策出台对一线品牌的影响

第四节、2008-2011年白酒产业政策法规动向

- 一、2008年白酒生产许可证有新规定
- 二、2008年白酒制造业清洁生产标准实施

三、2009年底《浓酱兼香型白酒国家标准》正式实施

四、2011年底《酱香型白酒》国家标准正式实施

第五节、白酒政策文件解读

一、《食品质量认证实施规则——酒类》解析

二、浓香型白酒标准解析

三、白酒分析方法解析

四、兼香型白酒国家标准开启“标准化时代”

五、《酱香型白酒》国家标准浅析

六、《“十二五”期间加强酒类流通管理指导意见》解读

第十四章、白酒行业的发展前景及趋势

第一节、中国白酒行业的前景分析

一、未来中国白酒业机遇与挑战并存

二、中国白酒行业将继续较快发展

三、白酒或将进入“产区”式发展新时代

四、全国和地方性品牌共生的局面长期存在

五、白酒产业结构会进一步整合及优化

第二节、“十二五”中国白酒产业发展展望

一、“十二五”我国白酒行业发展规划

二、“十二五”中国白酒仍将保持增长态势

三、“十二五”我国白酒市场形势良好

四、“十二五”白酒金三角区域将更快发展

第三节、2012-2016年中国白酒制造行业预测分析

一、2012年白酒行业景气度将持续高涨

二、2012-2016年白酒行业发展的有利因素

三、2012-2016年白酒行业发展的制约因素

四、2012-2016年白酒制造行业规模预测

第四节、未来中国白酒行业发展的趋势

一、白酒行业的总体发展趋势分析

二、白酒业或将分化为四种资本重组模式

三、行业龙头领先优势将进一步加剧

四、高度白酒仍将是市场主流

五、高端白酒向更高端挺进

附录

附录一：白酒消费税最低计税价格核定管理办法（试行）

附录二：白酒检验规则和标志、包装、运输、贮存

附录三：白酒产品质量监督抽查实施规范

附录四：白酒生产许可证审查细则

附录五：全国白酒行业纯粮固态发酵白酒行业规范

附录六：纯粮固态发酵白酒审定规则

附录七：清洁生产标准 白酒制造业

附录八：蒸馏酒及配制酒卫生标准

附录九：食品质量认证实施规则——酒类

附录十：酒类流通管理办法

附录十一：酒类商品零售经营管理规范

附录十二：酒类商品批发经营管理规范

附录十三：商务部关于“十二五”期间加强酒类流通管理的指导意见

图表目录：

图表1 各香型白酒不同的风格特征

图表2 全国各区域白酒产量情况

图表3 白酒行业分企业产量前20名统计（折65度，商品量）

图表4 我国白酒销量变化情况

图表5 我国白酒制造业累计工业总产值合计

图表6 我国白酒收入、利润总额增长率及毛利率走势情况

图表7 A股白酒类上市公司的平均利润

图表8 中国酒饮料利润对比

图表9 A股白酒行业公司销售额和净利润

图表10 A股白酒类上市公司表现

图表11 中国白酒行业产量变化

图表12 中国白酒行业产量变化

图表13 我国白酒行业相关统计数据

图表14 我国白酒企业情况

图表15 我国白酒企业结构情况

图表16 2009年1-12月全国白酒（折65度，商品量）产量数据

图表17 2009年1-12月四川省白酒（折65度，商品量）产量数据

图表18 2009年1-12月山东省白酒（折65度，商品量）产量数据

图表19 2009年1-12月河南省白酒（折65度，商品量）产量数据

图表20 2009年1-12月辽宁省白酒（折65度，商品量）产量数据

图表21 2009年1-12月湖北省白酒（折65度，商品量）产量数据

图表22 2009年1-12月吉林省白酒（折65度，商品量）产量数据

图表23 2009年1-12月内蒙古自治区白酒（折65度，商品量）产量数据

图表24 2010年1-12月全国白酒（折65度，商品量）产量数据

图表25 2010年1-12月四川省白酒（折65度，商品量）产量数据

图表26 2010年1-12月山东省白酒（折65度，商品量）产量数据

图表27 2010年1-12月河南省白酒（折65度，商品量）产量数据

图表28 2010年1-12月辽宁省白酒（折65度，商品量）产量数据

图表29 2010年1-12月江苏省白酒（折65度，商品量）产量数据

图表30 2010年1-12月安徽省白酒（折65度，商品量）产量数据

图表31 2010年1-12月吉林省白酒（折65度，商品量）产量数据

图表32 2011年1-12月全国白酒（折65度，商品量）产量数据

图表33 2011年1-12月四川省白酒（折65度，商品量）产量数据

图表34 2011年1-12月河南省白酒（折65度，商品量）产量数据

图表35 2011年1-12月山东省白酒（折65度，商品量）产量数据

图表36 2011年1-12月辽宁省白酒（折65度，商品量）产量数据

图表37 2011年1-12月江苏省白酒（折65度，商品量）产量数据

图表38 2011年1-12月内蒙古自治区白酒（折65度，商品量）产量数据

图表39 2011年1-12月吉林省白酒（折65度，商品量）产量数据

图表40 2012年1-3月全国白酒（折65度，商品量）产量数据

图表41 2012年1-3月四川省白酒（折65度，商品量）产量数据

图表42 2012年1-3月山东省白酒（折65度，商品量）产量数据

图表43 2012年1-3月河南省白酒（折65度，商品量）产量数据

图表44 2012年1-3月江苏省白酒（折65度，商品量）产量数据

图表45 2012年1-3月辽宁省白酒（折65度，商品量）产量数据

图表46 2012年1-3月湖北省白酒（折65度，商品量）产量数据

图表47 2012年1-3月内蒙古自治区白酒（折65度，商品量）产量数据

图表48 中国白酒品牌波士顿矩阵示意图

图表49 2007-2011年白酒制造业销售收入

图表50 2007-2011年白酒制造业销售收入增长趋势图

图表51 2009-2010年11月白酒制造业不同规模企业销售额

图表52 2010年1-11月白酒制造业不同规模企业销售额对比图

图表53 2011年1-12月白酒制造业不同规模企业销售额

图表54 2011年1-12月白酒制造业不同规模企业销售额对比图

图表55 2009-2010年11月白酒制造业不同所有制企业销售额

图表56 2010年1-11月白酒制造业不同所有制企业销售额对比图

图表57 2011年1-12月白酒制造业不同所有制企业销售额

图表58 2011年1-12月白酒制造业不同所有制企业销售额对比图

图表59 2007-2011年白酒制造业利润总额

图表60 2007-2011年白酒制造业利润总额增长趋势图

图表61 2009-2010年11月白酒制造业不同规模企业利润总额

图表62 2010年1-11月白酒制造业不同规模企业利润总额对比图

图表63 2011年1-12月白酒制造业不同规模企业利润总额

图表64 2011年1-12月白酒制造业不同规模企业利润总额对比图

图表65 2009-2010年11月白酒制造业不同所有制企业利润总额

图表66 2011年1-12月白酒制造业不同所有制企业利润总额

图表67 2011年1-12月白酒制造业不同所有制企业利润总额对比图

图表68 2007-2011年白酒制造业资产总额

图表69 2007-2011年白酒制造业总资产增长趋势图

图表70 截至2011年12月底白酒制造业不同规模企业总资产

图表71 截至2011年12月底白酒制造业不同规模企业总资产对比图

图表72 截至2011年12月底白酒制造业不同所有制企业总资产

图表73 截至2011年12月底白酒制造业不同所有制企业总资产对比图

图表74 2007-2011年白酒制造业亏损面

图表75 2007-2011年白酒制造业亏损企业亏损总额

图表76 2007-2011年白酒制造业销售毛利率趋势图

图表77 2007-2011年白酒制造业成本费用率

图表78 2007-2011年白酒制造业成本费用利润率趋势图

图表79 2007-2011年白酒制造业销售利润率趋势图

图表80 2007-2011年白酒制造业应收账款周转率对比图

图表81 2007-2011年白酒制造业流动资产周转率对比图

图表82 2007-2011年白酒制造业总资产周转率对比图

图表83 2007-2011年白酒制造业资产负债率对比图

图表84 2009-2011年白酒制造业利息保障倍数对比图

图表85 高端白酒产品的独特

图表86 我国白酒行业发展模式的改变

图表87 我国白酒价格空间的市场需求分析

图表88 四家名酒企业高档白酒销售收入变化

图表89 A股前四名（茅台、五粮液、泸州老窖和汾酒）与白酒行业利润

图表90 中国高端白酒市场份额（以销售额计算）

图表91 高档白酒主要消费渠道

图表92 四川省白酒产业的经济指标

图表93 四川省白酒行业“销售20强”企业

图表94 四川省白酒行业“十佳成长型”企业

图表95 2010年河南省白酒工业经济指标统计表

图表96 2010年全国主要省市白酒工业总产值对比

图表97 2010年全国主要省市白酒工业销售产值对比

图表98 2010年全国主要省市白酒平均工业销售总产值对比

图表99 2010年1-12月五粮液主要财务数据

图表100 2008年-2010年五粮液主要会计数据

图表101 2008年-2010年五粮液主要财务指标

图表102 2010年1-12月五粮液主营业务分行业情况

图表103 2010年1-12月五粮液主营业务分产品情况

图表104 2010年1-12月五粮液主营业务分地区情况

图表105 2011年1-12月五粮液主要财务数据

图表106 2011年1-12月五粮液非经常性损益项目及金额

图表107 2009年-2011年五粮液主要会计数据和主要财务指标

图表108 2011年1-12月五粮液主营业务分行业、产品情况

图表109 2011年1-12月五粮液主营业务分地区情况

图表110 2012年1-3月五粮液主要会计数据及财务指标

图表111 2012年1-3月五粮液非经常性损益项目及金额

图表112 2010年1-12月贵州茅台主要财务数据

图表113 2010年1-12月贵州茅台非经常性损益项目及金额

图表114 2008年-2010年贵州茅台主要会计数据

图表115 2008年-2010年贵州茅台主要财务指标

图表116 2010年1-12月贵州茅台主营业务分行业、产品情况

图表117 2010年1-12月贵州茅台主营业务分地区情况

图表118 2011年1-12月贵州茅台主要财务数据

图表119 2011年1-12月贵州茅台非经常性损益项目及金额

图表120 2009年-2011年贵州茅台主要会计数据和主要财务指标

图表121 2011年1-12月贵州茅台主营业务分行业、产品情况

图表122 2011年1-12月贵州茅台主营业务分地区情况

图表123 2012年1-3月贵州茅台主要会计数据及财务指标

图表124 2012年1-3月贵州茅台非经常性损益项目及金额

图表125 2010年1-12月泸州老窖主要财务数据

图表126 2010年1-12月泸州老窖非经常性损益项目及金额

图表127 2008年-2010年泸州老窖主要会计数据

图表128 2008年-2010年泸州老窖主要财务指标

图表129 2010年1-12月泸州老窖主营业务分行业、产品情况

图表130 2010年1-12月泸州老窖主营业务分地区情况

图表131 2011年1-12月泸州老窖主要财务数据

图表132 2011年1-12月泸州老窖非经常性损益项目及金额

图表133 2009年-2011年泸州老窖主要会计数据

图表134 2009年-2011年泸州老窖主要财务指标

图表135 2011年1-12月泸州老窖主营业务分行业、产品情况

图表136 2011年1-12月泸州老窖主营业务分地区情况

图表137 2012年1-3月泸州老窖主要会计数据及财务指标

图表138 2012年1-3月泸州老窖非经常性损益项目及金额

图表139 2010年1-12月山西汾酒主要财务数据

图表140 2010年1-12月山西汾酒非经常性损益项目及金额

图表141 2008年-2010年山西汾酒主要会计数据

图表142 2008年-2010年山西汾酒主要财务指标

图表143 2010年1-12月山西汾酒主营业务分行业、产品情况

图表144 2010年1-12月山西汾酒主营业务分地区情况

图表145 2011年1-12月山西汾酒主要财务数据

图表146 2011年1-12月山西汾酒非经常性损益项目及金额

图表147 2009年-2011年山西汾酒主要会计数据

图表148 2009年-2011年山西汾酒主要财务指标

图表149 2011年1-12月山西汾酒主营业务分行业、产品情况

图表150 2011年1-12月山西汾酒主营业务分地区情况

图表151 2012年1-3月山西汾酒主要会计数据及财务指标

图表152 2012年1-3月山西汾酒非经常性损益项目及金额

图表153 2010年1-12月酒鬼酒主要财务数据

图表154 2010年1-12月酒鬼酒非经常性损益项目及金额

图表155 2008年-2010年酒鬼酒主要会计数据

图表156 2008年-2010年酒鬼酒主要财务指标

图表157 2010年1-12月酒鬼酒主营业务分行业、产品情况

图表158 2010年1-12月酒鬼酒主营业务分地区情况

图表159 2011年1-12月酒鬼酒非经常性损益项目及金额

图表160 2009年-2011年酒鬼酒主要会计数据

图表161 2009年-2011年酒鬼酒主要财务指标

图表162 2011年1-12月酒鬼酒主营业务分行业、产品情况

图表163 2011年1-12月酒鬼酒主营业务分地区情况

图表164 2012年1-3月酒鬼酒主要会计数据及财务指标

图表165 2012年1-3月酒鬼酒非经常性损益项目及金额

图表166 2010年1-12月沱牌曲酒主要财务数据

图表167 2010年1-12月沱牌曲酒非经常性损益项目及金额

图表168 2008年-2010年沱牌曲酒主要会计数据

图表169 2008年-2010年沱牌曲酒主要财务指标

图表170 2010年1-12月沱牌曲酒主营业务分行业、产品情况

图表171 2010年1-12月沱牌曲酒主营业务分地区情况

图表172 2011年1-12月沱牌舍得主要财务数据

图表173 2011年1-12月沱牌舍得非经常性损益项目及金额

图表174 2009年-2011年沱牌舍得主要会计数据

图表175 2009年-2011年沱牌舍得主要财务指标

图表176 2011年1-12月沱牌舍得主营业务分行业、产品情况

图表177 2011年1-12月沱牌舍得主营业务分地区情况

图表178 2012年1-3月沱牌舍得主要会计数据及财务指标

图表179 2012年1-3月沱牌舍得非经常性损益项目及金额

图表180 2010年1-12月古井贡酒非经常性损益项目及金额

图表181 2008年-2010年古井贡酒主要会计数据

图表182 2008年-2010年古井贡酒主要财务指标

图表183 2010年1-12月古井贡酒主营业务分行业、产品情况

图表184 2010年1-12月古井贡酒主营业务分地区情况

图表185 2011年1-12月古井贡酒非经常性损益项目及金额

图表186 2009年-2011年古井贡酒主要会计数据

图表187 2009年-2011年古井贡酒主要财务指标

图表188 2011年1-12月古井贡酒主营业务分行业、产品情况

图表189 2011年1-12月古井贡酒主营业务分地区情况

图表190 2012年1-3月古井贡酒主要会计数据及财务指标

图表191 2012年1-3月古井贡酒非经常性损益项目及金额

图表192 2012年第一季度白酒行业上市公司盈利能力指标分析

图表193 2011年白酒行业上市公司盈利能力指标分析

图表194 2010年白酒行业上市公司盈利能力指标分析

图表195 2012年第一季度白酒行业上市公司成长能力指标分析

图表196 2011年白酒行业上市公司成长能力指标分析

图表197 2010年白酒行业上市公司成长能力指标分析

图表198 2012年第一季度白酒行业上市公司营运能力指标分析

图表199 2011年白酒行业上市公司营运能力指标分析

图表200 2010年白酒行业上市公司营运能力指标分析

图表201 2012年第一季度白酒行业上市公司偿债能力指标分析

图表202 2011年白酒行业上市公司偿债能力指标分析

图表203 2010年白酒行业上市公司偿债能力指标分析

图表204 我国白酒企业渠道困境的表现

图表205 中国白酒市场渠道商状况

图表206 五粮液与茅台主营业务收入对比

图表207 2010年1-12月中国啤酒产量数据统计（分省市）

图表208 2010-2011年啤酒产量及同比增速

图表209 2010-2011年啤酒月度出口量及同比增速

图表210 2011年1-12月全国啤酒产量数据

图表211 2011年1-12月山东省啤酒产量数据

图表212 2011年1-12月广东省啤酒产量数据

图表213 2011年1-12月河南省啤酒产量数据

图表214 2011年1-12月浙江省啤酒产量数据

图表215 2011年1-12月辽宁省啤酒产量数据

图表216 2011年1-12月江苏省啤酒产量数据

图表217 2011年1-12月黑龙江省啤酒产量数据

图表218 2012年1-3月全国啤酒产量数据

图表219 2012年1-3月山东省啤酒产量数据

图表220 2012年1-3月河南省啤酒产量数据

图表221 2012年1-3月广东省啤酒产量数据

图表222 2012年1-3月辽宁省啤酒产量数据

图表223 2012年1-3月湖北省啤酒产量数据

图表224 2012年1-3月黑龙江省啤酒产量数据

图表225 2012年1-3月江苏省啤酒产量数据

图表226 2008年1-12月全国葡萄酒产量数据

图表227 2008年1-12月吉林省葡萄酒产量数据

图表228 2008年1-12月河北省葡萄酒产量数据

图表229 2008年1-12月河南省葡萄酒产量数据

图表230 2008年1-12月天津市葡萄酒产量数据

图表231 2008年1-12月新疆自治区葡萄酒产量数据

图表232 2008年1-12月北京市葡萄酒产量数据

图表233 2009年1-12月全国葡萄酒产量数据

图表234 2009年1-12月山东省葡萄酒产量数据

图表235 2009年1-12月吉林省葡萄酒产量数据

图表236 2009年1-12月河北省葡萄酒产量数据

图表237 2009年1-12月河南省葡萄酒产量数据

图表238 2009年1-12月天津市葡萄酒产量数据

图表239 2009年1-12月辽宁省葡萄酒产量数据

图表240	2009年1-12月甘肃省葡萄酒产量数据
图表241	2010-2011年葡萄酒产量及同比增速
图表242	2011年1-12月全国葡萄酒产量数据
图表243	2011年1-12月山东省葡萄酒产量数据
图表244	2011年1-12月吉林省葡萄酒产量数据
图表245	2011年1-12月河南省葡萄酒产量数据
图表246	2011年1-12月河北省葡萄酒产量数据
图表247	2011年1-12月天津市葡萄酒产量数据
图表248	2011年1-12月宁夏回族自治区葡萄酒产量数据
图表249	2011年1-12月湖南省葡萄酒产量数据
图表250	2012年1-3月全国葡萄酒产量数据
图表251	2012年1-3月山东省葡萄酒产量数据
图表252	2012年1-3月吉林省葡萄酒产量数据
图表253	2012年1-3月河南省葡萄酒产量数据
图表254	2012年1-3月河北省葡萄酒产量数据
图表255	2012年1-3月辽宁省葡萄酒产量数据
图表256	2012年1-3月天津市葡萄酒产量数据
图表257	2012年1-3月陕西省葡萄酒产量数据
图表258	我国白酒行业重大税制变化
图表259	白酒消费税方案的调整
图表260	政策的主要内容
图表261	白酒消费税实施可能存在的风险
图表262	我国白酒部分品牌的高端产品
图表263	2012-2016年中国白酒制造行业产品销售收入预测
图表264	2012-2016年中国白酒制造行业利润总额预测
图表265	2012-2016年中国白酒制造行业产量预测
图表266	白酒行业龙头优势及特点

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/yanjiu1209/A25043KDFT.html>