

# 2007-2008年中国白酒市场 研究发展分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2007-2008年中国白酒市场研究发展分析报告》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.cction.com/report/200806/1479.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

### 第一章、白酒概述

#### 第一节、白酒的基本特性

##### 一、白酒的概念及生产工艺

##### 二、白酒的分类

##### 三、白酒的度数及测定方法

##### 四、白酒的勾兑及调味

##### 五、白酒所含的营养物及有害物

#### 第二节、白酒的起源及其发展

##### 一、白酒的兴起

##### 二、白酒的地位及作用

##### 三、白酒工业的发展

#### 第三节、中国白酒行业技术进步与发展

##### 一、生物工程技术的研究

##### 二、酿酒发酵机理的研究

##### 三、白酒香味成分的剖析

##### 四、生产工艺的改革与创新

### 第二章、中国白酒行业分析

#### 第一节、中国白酒业的历史沿革与发展

##### 一、中国白酒的发展历程分析

##### 二、建国以来白酒产业发展历程

##### 三、20世纪80年代白酒产量发展阶段

##### 四、20世纪90年代至今的调整整顿阶段

##### 五、中国白酒工业进入稳定发展阶段

#### 第二节、中国白酒业现状分析

##### 一、中国白酒行业发展特点分析

##### 二、2006年中国白酒产业概况

##### 三、2006年中国白酒行业增速放缓

##### 四、2006年国内白酒行业十大焦点回顾

##### 五、中国加快白酒行业产业结构调整

#### 第三节、2005-2007年9月全国及重点省市白酒产量统计

一、2005年1-12月全国及重点省市白酒产量统计

二、2006年1-12月全国及重点省市白酒产量统计

三、2007年1-9月全国及重点省市白酒产量统计

第四节、中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进出口数据分析

一、2001-2007年9月中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进出口总体数据

二、2006-2007年9月中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料主要省市进出口数据

三、2006-2007年9月中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料主要国家进出口数据

第五节、中国白酒业面临的难题

一、中国白酒产业存在十大问题

二、中国白酒行业需关注的问题

三、中国白酒行业面临七大困境

四、小白酒生产企业质量问题突出

第六节、中国白酒行业发展思路

一、白酒须理性对待其发展

二、探索中国白酒行业发展方向

三、中国白酒工业发展的对策

四、中国白酒业宏观层面的发展战略

五、国内白酒行业循环发展的关键

第三章、中国白酒市场分析

第一节、宏观环境对中国白酒市场的推动作用探讨

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、中国白酒市场发展现状

一、简述中国白酒市场概况

二、中国白酒市场现状概括

三、商务酒助力白酒市场的发展

四、解析白酒市场的同质化危机

第三节、中国白酒市场要点问题探析

一、市场招商不留痕

二、区域搏击无间道

三、高端品牌不胜寒

四、酒界杂家言无忌

五、未来乾坤楚留香

第四节、中国高度白酒市场分析

一、简述高度白酒市场现状

二、高度白酒消费形态解析

三、主要高度白酒产品推广探究

四、高度白酒市场进入思路

第四章、白酒消费市场分析

第一节、白酒消费市场现状

一、中国白酒市场消费调查

二、中国白酒行业消费特征简析

三、国内四省白酒消费市场分析

四、农村市场白酒消费特点剖析

第二节、消费者行为特征分析

一、白酒消费动机透析

二、解读“80后”白酒消费群体

三、白酒消费的场所及情境

四、白酒消费模式简析

第三节、白酒消费热点分析

一、淡雅型白酒逐渐成消费热点

二、白酒市场高端消费指向营养健康

三、新品开发放缓白酒消费渐向名优集中

四、中国白酒消费加快向高端产品靠拢

第四节、各地区白酒消费调查

一、安徽白酒消费市场调查

二、江西白酒消费市场调查

三、湖南白酒消费市场现状

四、湖北白酒消费市场调查

五、东莞夜场白酒消费情况

## 第五章、高端白酒市场

### 第一节、把脉中国白酒高端潮流

- 一、高端白酒潮流兴起
- 二、高端白酒成为潮流原因分析
- 三、高端白酒制胜策略
- 四、浅谈高端白酒的悖论
- 五、为高端白酒降温的三大原由

### 第二节、高端白酒市场发展现状

- 一、高端白酒市场刮起商务旋风
- 二、高端白酒消费走入黄金时代
- 三、高端白酒涨价原因剖析
- 四、高端白酒市场演绎个性化色彩

### 第三节、高端白酒市场竞争现状

- 一、中国白酒厂商抢夺高端市场
- 二、高端白酒市场竞争格局
- 三、高端白酒未来竞争更加激烈

### 第四节、中国高端白酒发展误区

- 一、贪多求全品牌只是表层延伸
- 二、重外轻内打造有价无值品牌
- 三、无论大小企业都欲突击高端市场
- 四、单纯依靠终端成就不了高端品牌

### 第五节、高端白酒营销分析

- 一、白酒高端构建大区经销体系突显执行鸿沟
- 二、浅析白酒高端产品选择经销商的误区
- 三、高端弱势品牌突破发展困局的措施
- 四、防范高端白酒经营风险的策略
- 五、解析高端白酒的啤酒效应
- 六、白酒高端品牌营销策略剖析

## 第六章、浓香型白酒

### 第一节、相关问题概述

- 一、浓香型白酒简介

二、简述浓香型白酒的流派

三、液态法生产浓香型白酒工艺

四、浓香型白酒制曲工艺及其优缺点

第二节、剖析浓香型酒的市场机会

一、饮食同源为浓香型酒提供机会

二、清香型酒的营销滞后成就了浓香型酒

三、山西假酒案助推浓香型酒发展

四、行业规则在市场条件下对浓香型酒的帮助

五、市场的机会促使经销商更大规模的推广

第三节、浓香型白酒标准的制定

一、浓香型白酒行业标准制定的依据

二、浓香型白酒标准亟待修订

三、修订后的标准应具有的特点

第七章、其它香型白酒

第一节、清香型白酒

一、清香型白酒发展概述

二、清香型白酒困境与出路

三、清香型白酒发展思路

第二节、其它香型

一、酱香型白酒

二、凤型白酒

三、凤兼型白酒

四、芝麻香型白酒

第八章、保健酒市场分析

第一节、保健酒行业现状分析

一、中国保健酒行业扫描

二、保健酒行业不断升温

三、保健酒发展存在的问题与出路

四、保健酒业面临诸多挑战

五、保健酒行业发展思路

第二节、中国保健酒市场发展现状

- 一、保健酒市场发展综述
- 二、中国保健酒市场面临的困境
- 三、中国保健酒市场竞争加剧
- 四、2007年中国保健酒发展进入快车道

### 第三节、保健酒营销策略

- 一、保健酒市场需要差异化操作
- 二、浅谈保健酒以细分市场突围
- 三、从消费行为探究保健酒的营销策略
- 四、浅析保健酒战略突围之策略

### 第四节、保健酒业发展趋势分析

- 一、保健酒成为酒类产品第四股新势力
- 二、2010年中国保健酒的市场趋势预测
- 三、中国保健酒发展走势

## 第九章、中国白酒行业运行数据分析

### 第一节、2005-2007年8月中国白酒制造业总体数据分析

- 一、2005年1-12月年中国白酒制造业全部企业数据分析
- 二、2006年1-12月年中国白酒制造业全部企业数据分析
- 三、2007年1-8月年中国白酒制造业全部企业数据分析

### 第二节、2006-2007年8月中国白酒制造业不同所有制企业数据分析

- 一、2006年1-12月中国白酒制造业不同所有制企业数据分析
- 二、2007年1-8月中国白酒制造业不同所有制企业数据分析

### 第三节、2006-2007年8月中国白酒制造业不同规模企业数据分析

- 一、2006年1-12月中国白酒制造业不同规模企业数据分析
- 二、2007年1-8月中国白酒制造业不同规模企业数据分析

### 第四节、2005年-2007年8月中国白酒制造销售收入前十家数据分析

- 一、2005年1-12月中国白酒制造销售收入前十家企业
- 二、2006年1-12月中国白酒制造销售收入前十家企业
- 三、2007年1-8月中国白酒制造销售收入前十家企业

## 第十章、主要地区白酒市场分析

### 第一节、山东省



- 一、山东白酒市场概述
- 二、山东白酒市场竞争剖析
- 三、山东白酒市场消费者分析
- 四、山东白酒企业悲喜交加
- 五、山东白酒业进入“纯粮时代”

## 第二节、四川省

- 一、2005年四川白酒发展势头强劲
- 二、四川白酒市场格局稳中生变
- 三、四川白酒越过美贸易壁垒
- 四、四川白酒跨出专业化集群化步伐
- 五、四川酒面临再次洗牌

## 第三节、江苏省

- 一、江苏白酒发展面面观
- 二、江苏地级城市白酒市场现状
- 三、江苏白酒市场回归的三大现象
- 四、江苏品牌白酒加快扩张步伐
- 五、税负过重阻碍江苏白酒业的发展

## 第四节、安徽省

- 一、安徽白酒消费市场调查
- 二、新税制利于安徽白酒业发展
- 三、解析安徽白酒营销
- 四、安徽白酒面临外酒入侵需重构酒业版图

## 第五节、广东省

- 一、广东白酒市场简况
- 二、广东白酒出省遇到“拦路虎”
- 三、广东白酒市场涌入大量川酒
- 四、广东白酒市场上演“龙虎斗”
- 五、广东白酒企业发展思路

## 第六节、河南

- 一、透视河南白酒行业
- 二、河南白酒消费市场扫描
- 三、浅析河南白酒业营销突围途径

## 四、河南白酒打造强势区域品牌的战略

### 第七节、云南

- 一、云南白酒业发展概况
- 二、云南白酒行业加速洗牌步伐
- 三、云南白酒欲摆脱困境
- 四、税收调整给云南白酒业带来发展良机

### 第八节、其它地区

- 一、北京白酒市场分析
- 二、陕西白酒市场扫描
- 三、湖北白酒业简况
- 四、重庆成高档白酒需求较大城市

## 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、中国啤酒业发展机遇与挑战分析
- 三、国内啤酒产业面临原材料涨价的压力
- 四、透视啤酒市场竞争行为的演化方向
- 五、未来中国啤酒行业发展趋势预测

### 第二节、葡萄酒

- 一、宏观经济对中国葡萄酒业的影响研究
- 二、中国葡萄酒业发展态势良好
- 三、2007年上半年中国葡萄酒业特点分析
- 四、葡萄酒市场的发展透析
- 五、葡萄酒市场消费潜力巨大
- 六、中国葡萄酒产业的发展趋势分析

### 第三节、黄酒

- 一、黄酒扩张颠覆酒业市场格局
- 二、黄酒市场发展空间较大
- 三、2006年中国黄酒业发展回顾
- 四、消费升级点燃中国黄酒发展引擎
- 五、黄酒业复兴“文化牌”很重要

## 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、白酒行业竞争分析

### 第一节、白酒行业竞争态势

- 一、中国白酒市场竞争简况
- 二、白酒市场转向垄断竞争阶段
- 三、白酒工业竞争催生四大“脸谱”
- 四、高档白酒市场定位渐细化市场竞争加剧
- 五、洋酒对中国白酒市场展开攻势

### 第二节、中小白酒企业生存现状及对策

- 一、中小白酒企业的症结所在
- 二、中小白酒企业竞争的杠杆点剖析
- 三、中小型白酒企业相对竞争力解析
- 四、探究中小白酒企业发展的五力模型

## 五、中小白酒企业的生存思路

### 第三节、提升白酒业竞争力的措施

- 一、白酒企业提高竞争力的两点措施
- 二、试论白酒市场竞争战略
- 三、酒文化是国内白酒业的核心竞争力

## 第十四章、白酒行业营销分析

### 第一节、简述白酒行业营销模式

- 一、浅析白酒代理营销模式
- 二、白酒分销模式解析
- 三、白酒工业买断经营模式透析
- 四、探析农村市场白酒通路建设模式

### 第二节、白酒营销的误区与难题

- 一、中国白酒营销存在的问题
- 二、白酒营销亟待净化
- 三、白酒工业泛文化营销的误区

### 第三节、白酒品牌营销策略

- 一、浅析白酒营销之品牌定位策略
- 二、白酒行业三大品牌策略剖析
- 三、解读白酒地方强势品牌营销策略
- 四、白酒品牌区域化与区域市场深度营销探究
- 五、白酒经销商的小而专发展走向分析

### 第四节、其它营销策略

- 一、白酒餐饮渠道运作策略分析
- 二、白酒淡旺季市场导入策略对比剖析
- 三、浅谈白酒的婚庆市场运作策略
- 四、透视白酒的逆向营销思维
- 五、简述白酒的细分市场策略
- 六、白酒夜场营销探究
- 七、探究白酒营销的差异化策略
- 八、解读白酒中型城市营销战略

### 第五节、白酒未来营销趋势分析

- 一、白酒产品市场将高度细分
- 二、外产业高素质人才加速向白酒流动
- 三、销售渠道更细化白酒促销更创新化
- 四、白酒文化将走时尚化
- 五、白酒经销商将建立白酒运营平台

## 第十五章、主要白酒企业介绍

### 第一节、泸州老窖

- 一、公司介绍
- 二、2006年泸州老窖经营状况分析
- 三、2007年前三季度泸州老窖经营状况分析
- 四、泸州老窖面临的市场竞争格局分析
- 五、未来泸州老窖发展的机遇与挑战

### 第二节、酒鬼酒

- 一、公司介绍
- 二、2006年酒鬼酒经营状况分析
- 三、2007年前三季度酒鬼酒经营状况分析
- 四、酒鬼酒发展优势概述

### 第三节、五粮液

- 一、公司介绍
- 二、2006年五粮液经营状况分析
- 三、2007年前三季度五粮液经营状况分析
- 四、未来五粮液发展的机遇和挑战

### 第四节、贵州茅台

- 一、公司介绍
- 二、2006年贵州茅台状况分析
- 三、2007年前三季度贵州茅台经营状况分析
- 四、未来贵州茅台发展的展望

### 第五节、沱牌曲酒

- 一、公司介绍
- 二、2006年沱牌曲酒经营状况分析
- 三、2007年前三季度沱牌曲酒经营状况分析

#### 四、未来沱牌曲酒发展的展望

#### 五、沱牌曲酒公司的竞争与挑战分析

#### 第六节、水井坊

##### 一、公司介绍

##### 二、2006年水井坊经营状况分析

##### 三、2007年前三季度水井坊经营状况分析

##### 四、未来水井坊发展的困难与战略分析

#### 第十六章、白酒产业政策环境分析

##### 第一节、白酒行业政策的变化

##### 一、2005年起中国酒类产品纳入质量等级认证

##### 二、2005年新规范出台加强对酒类市场的管理

##### 三、白酒国标有所调整为低度酒带来机遇

##### 四、白酒也要实行QS市场准入制

##### 五、白酒业初次拥有受《商标法》保护的证明商标

##### 第二节、白酒行业标准的制定及修订状况

##### 一、中国白酒标准的制修订情况

##### 二、中国白酒业有了绿色标准

##### 三、修订中国名优白酒标准的建议措施

##### 第三节、白酒消费税改革探析

##### 一、白酒业消费税政策存在问题

##### 二、对白酒业消费税税收政策的探究

##### 三、解析新消费税对白酒业的影响

##### 四、消费税改革加快白酒产品高端化步伐

#### 第十七章、白酒行业投资及前景分析

##### 第一节、白酒行业投资机会及策略

##### 一、白酒产业景气度逐渐回升

##### 二、外行经销商做酒的困境及出路

##### 三、外行投资做酒容易陷入的误区

##### 四、透视跨行资本有效经营白酒品牌战略

##### 第二节、白酒行业发展展望

- 一、未来白酒行业发展走势
- 二、未来国内白酒行业发展形势预测
- 三、未来中国白酒行业将出现新格局
- 四、未来中国白酒市场价格趋势分析
- 五、浅议白酒生产技术的发展趋势
- 第三节、白酒产品发展走势
- 一、白酒产品低度化发展趋势
- 二、保健酒渐成白酒产业发展方向
- 三、&ldquo;水果白酒&rdquo;发展前景看好

#### 附录

- 附录一：中华人民共和国国家标准白酒检验规则
- 附录二：全国白酒行业纯粮固态发酵白酒行业规范
- 附录三：白酒厂卫生规范
- 附录四：低度浓香型白酒标准
- 附录五：凤香型白酒标准
- 附录六：米香型白酒（国家标准）
- 附录七：低度米香型白酒标准
- 附录八：清香型白酒（国家标准）
- 附录九：低度清香型白酒标准
- 附录十：酒类商品批发经营管理规范
- 附录十一：酒类商品零售经营管理规范
- 附录十二：酒类流通管理办法

#### 图表目录：

- 图表1 2006-2007年白酒行业走势
- 图表2 白酒各阶段的产量变化分析
- 图表3 2005年1-12月白酒产量全国统计
- 图表4 2005年1-12月白酒产量山东省统计
- 图表5 2005年1-12月白酒产量四川省统计
- 图表6 2005年1-12月白酒产量河南省统计
- 图表7 2005年1-12月白酒产量辽宁省统计

- 图表8 2005年1-12月白酒产量江苏省统计
- 图表9 2005年1-12月白酒产量安徽省统计
- 图表10 2005年1-12月白酒产量湖北省统计
- 图表11 2006年1-12月白酒产量全国统计
- 图表12 2006年1-12月白酒产量山东省统计
- 图表13 2006年1-12月白酒产量四川省统计
- 图表14 2006年1-12月白酒产量河南省统计
- 图表15 2006年1-12月白酒产量江苏省统计
- 图表16 2006年1-12月白酒产量安徽省统计
- 图表17 2006年1-12月白酒产量辽宁省统计
- 图表18 2006年1-12月白酒产量湖北省统计
- 图表19 2007年1-9月白酒产量全国统计
- 图表20 2007年1-9月白酒产量山东省统计
- 图表21 2007年1-9月白酒产量四川省统计
- 图表22 2007年1-9月白酒产量河南省统计
- 图表23 2007年1-9月白酒产量辽宁省统计
- 图表24 2007年1-9月白酒产量江苏省统计
- 图表25 2007年1-9月白酒产量内蒙古自治区统计
- 图表26 2007年1-9月白酒产量安徽省统计
- 图表27 2001-2005年中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进口数据
- 图表28 2001-2005年中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料出口数据
- 图表29 2006年1-12月中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进口数据
- 图表30 2006年1-12月中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料出口数据
- 图表31 2007年1-9月中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进口数据
- 图表32 2007年1-9月中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料出口数据
- 图表33 2006年1-12月中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料主要省市进口数据
- 图表34 2006年1-12月中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料主要省市出口数据
- 图表35 2007年1-9月中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料主要省市进口数据
- 图表36 2007年1-9月中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料主要省市出口数据
- 图表37 2006年1-12月中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料主要国家进口数据
- 图表38 2006年1-12月中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料主要国家出口数据
- 图表39 2007年1-9月中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料主要国家进口数据



- 图表40 2007年1-9月中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料主要国家出口数据
- 图表41 清香型白酒的分类
- 图表42 酒类发展趋势对比表
- 图表43 消费者购买保健酒时考虑的因素
- 图表44 消费者一次购买保健酒的数量
- 图表45 保健酒消费者的购买场所
- 图表46 消费者选择购买地点的原因
- 图表47 消费者购买保健酒的目的
- 图表48 消费者品牌购买意识
- 图表49 2005年1-12月年中国白酒制造业全部企业数据分析
- 图表50 2006年1-12月年中国白酒制造业全部企业数据分析
- 图表51 2007年1-8月年中国白酒制造业全部企业数据分析
- 图表52 2006年1-12月中国白酒制造业国有企业工业数据
- 图表53 2006年1-12月中国白酒制造业集体企业工业数据
- 图表54 2006年1-12月中国白酒制造业股份合作制企业工业数据
- 图表55 2006年1-12月中国白酒制造业股份制企业工业数据
- 图表56 2006年1-12月中国白酒制造业私营企业工业数据
- 图表57 2006年1-12月中国白酒制造业外商和港澳台投资企业工业数据
- 图表58 2006年1-12月中国白酒制造业其他类型企业工业数据
- 图表59 2006年1-12月中国不同所有制白酒制造企业累计工业总产值对比
- 图表60 2006年1-12月中国不同所有制白酒制造企业累计产品销售收入对比
- 图表61 2006年1-12月中国不同所有制白酒制造企业累计资产总计对比
- 图表62 2006年1-12月中国不同所有制白酒制造企业累计利润总额对比
- 图表63 2006年1-12月中国不同所有制白酒制造企业累计工业总产值增长对比
- 图表64 2006年1-12月中国不同所有制白酒制造企业累计产品销售收入增长对比
- 图表65 2006年1-12月中国不同所有制白酒制造企业累计利润总额增长对比
- 图表66 2006年1-12月中国不同所有制白酒制造企业产销率对比
- 图表67 2006年1-12月中国不同所有制白酒制造企业流动资产周转次数对比
- 图表68 2006年1-12月中国不同所有制白酒制造企业人均销售率对比
- 图表69 2006年1-12月中国不同所有制白酒制造企业亏损面对比
- 图表70 2006年1-12月中国不同所有制白酒制造企业销售利润率对比
- 图表71 2006年1-12月中国不同所有制白酒制造企业资金利税率对比

- 图表72 2007年1-8月中国白酒制造业国有企业工业数据
- 图表73 2007年1-8月中国白酒制造业集体企业工业数据
- 图表74 2007年1-8月中国白酒制造业股份合作制企业工业数据
- 图表75 2007年1-8月中国白酒制造业股份制企业工业数据
- 图表76 2007年1-8月中国白酒制造业私营企业工业数据
- 图表77 2007年1-8月中国白酒制造业外商和港澳台投资企业工业数据
- 图表78 2007年1-8月中国白酒制造业其他类型企业工业数据
- 图表79 2007年1-8月中国不同所有制白酒制造企业累计工业总产值对比
- 图表80 2007年1-8月中国不同所有制白酒制造企业累计产品销售收入对比
- 图表81 2007年1-8月中国不同所有制白酒制造企业累计资产总计对比
- 图表82 2007年1-8月中国不同所有制白酒制造企业累计利润总额对比
- 图表83 2007年1-8月中国不同所有制白酒制造企业累计工业总产值增长对比
- 图表84 2007年1-8月中国不同所有制白酒制造企业累计产品销售收入增长对比
- 图表85 2007年1-8月中国不同所有制白酒制造企业累计利润总额增长对比
- 图表86 2007年1-8月中国不同所有制白酒制造企业产销率对比
- 图表87 2007年1-8月中国不同所有制白酒制造企业流动资产周转次数对比
- 图表88 2007年1-8月中国不同所有制白酒制造企业人均销售率对比
- 图表89 2007年1-8月中国不同所有制白酒制造企业亏损面对比
- 图表90 2007年1-8月中国不同所有制白酒制造企业销售利润率对比
- 图表91 2007年1-8月中国不同所有制白酒制造企业资金利税率对比
- 图表92 2006年1-12月中国白酒制造业大型企业工业数据
- 图表93 2006年1-12月中国白酒制造业中型企业工业数据
- 图表94 2006年1-12月中国白酒制造业小型企业工业数据
- 图表95 2006年1-12月中国不同规模白酒制造企业累计工业总产值对比
- 图表96 2006年1-12月中国不同规模白酒制造企业累计产品销售收入对比
- 图表97 2006年1-12月中国不同规模白酒制造企业累计利润总额对比
- 图表98 2006年1-12月中国不同规模白酒制造企业累计全部从业人员平均人数对比
- 图表99 2006年1-12月中国不同规模白酒制造企业累计工业总产值增长率对比
- 图表100 2006年1-12月中国不同规模白酒制造企业累计产品销售收入增长率对比
- 图表101 2006年1-12月中国不同规模白酒制造企业累计利润总额增长对比
- 图表102 2006年1-12月中国不同规模白酒制造企业累计固定资产净值平均余额比上年增长对比

- 图表103 2006年1-12月中国不同规模白酒制造企业亏损面对比
- 图表104 2006年1-12月中国不同规模白酒制造企业销售利润率对比
- 图表105 2006年1-12月中国不同规模白酒制造企业资金利税率对比
- 图表106 2007年1-8月中国白酒制造业大型企业工业数据
- 图表107 2007年1-8月中国白酒制造业中型企业工业数据
- 图表108 2007年1-8月中国白酒制造业小型企业工业数据
- 图表109 2007年1-8月中国不同规模白酒制造企业累计工业总产值对比
- 图表110 2007年1-8月中国不同规模白酒制造企业累计产品销售收入对比
- 图表111 2007年1-8月中国不同规模白酒制造企业累计利润总额对比
- 图表112 2007年1-8月中国不同规模白酒制造企业累计全部从业人员平均人数对比
- 图表113 2007年1-8月中国不同规模白酒制造企业累计工业总产值增长率对比
- 图表114 2007年1-8月中国不同规模白酒制造企业累计产品销售收入增长率对比
- 图表115 2007年1-8月中国不同规模白酒制造企业累计利润总额增长对比
- 图表116 2007年1-8月中国不同规模白酒制造企业累计固定资产净值平均余额比上年增长对比
- 
- 图表117 2007年1-8月中国不同规模白酒制造企业亏损面对比
- 图表118 2007年1-8月中国不同规模白酒制造企业销售利润率对比
- 图表119 2007年1-8月中国不同规模白酒制造企业资金利税率对比
- 图表120 2005年1-12月中国白酒制造销售收入前十家企业情况
- 图表121 2005年1-12月中国白酒制造销售收入前十家累计产品销售收入
- 图表122 2005年1-12月中国白酒制造销售收入前十家累计资产总计
- 图表123 2005年1-12月中国白酒制造销售收入前十家累计利润总额
- 图表124 2005年1-12月中国白酒制造销售收入前十家累计全部从业人员平均人数
- 图表125 2006年1-12月中国白酒制造销售收入前十家企业情况
- 图表126 2006年1-12月中国白酒制造销售收入前十家累计产品销售收入
- 图表127 2006年1-12月中国白酒制造销售收入前十家累计资产总计
- 图表128 2006年1-12月中国白酒制造销售收入前十家累计利润总额
- 图表129 2006年1-12月中国白酒制造销售收入前十家累计全部从业人员平均人数
- 图表130 2007年1-8月中国白酒制造销售收入前十家企业情况
- 图表131 2007年1-8月中国白酒制造销售收入前十家累计产品销售收入
- 图表132 2007年1-8月中国白酒制造销售收入前十家累计资产总计
- 图表133 2007年1-8月中国白酒制造销售收入前十家累计利润总额

- 图表134 2007年1-8月中国白酒制造销售收入前十家累计全部从业人员平均人数
- 图表135 西安某大型商场费用情况一览表
- 图表136 白酒企业竞争力比较分析模型
- 图表137 2006年泸州老窖主要财务数据
- 图表138 2006年泸州老窖非经常性损益项目及金额
- 图表139 2004-2006年泸州老窖主要会计数据及财务指标
- 图表140 2006年泸州老窖利润表附表
- 图表141 2006年泸州老窖主营业务分行业情况表
- 图表142 2006年泸州老窖主营业务分产品情况表
- 图表143 2006年泸州老窖主营业务分地区情况表
- 图表144 2007年前三季度泸州老窖主要会计数据及财务指标
- 图表145 2007年前三季度泸州老窖非经常性损益项目及金额
- 图表146 2006年酒鬼酒主要利润指标情况
- 图表147 2006年酒鬼酒非经常性损益项目及金额
- 图表148 2004-2006年酒鬼酒主要会计数据及财务指标
- 图表149 2006年酒鬼酒利润表附表
- 图表150 2006年酒鬼酒主营业务分行业情况表
- 图表151 2006年酒鬼酒主营业务分地区情况表
- 图表152 2007年前三季度酒鬼酒主要会计数据及财务指标
- 图表153 2007年前三季度酒鬼酒非经常性损益项目及金额
- 图表154 2006年五粮液会计数据摘要
- 图表155 2006年五粮液非经常性损益项目及金额
- 图表156 2004-2006年五粮液主要会计数据及财务指标
- 图表157 2006年五粮液利润表附表
- 图表158 2006年五粮液主营业务分行业情况
- 图表159 2006年五粮液主营业务分产品情况
- 图表160 2006年五粮液主营业务分地区情况
- 图表161 2007年前三季度五粮液主要会计数据及财务指标
- 图表162 2007年前三季度五粮液非经常性损益项目及金额
- 图表163 2006年贵州茅台主要财务数据
- 图表164 2006年贵州茅台非经常性损益项目及金额
- 图表165 2004-2006年贵州茅台主要会计数据及财务指标

- 图表166 2006年贵州茅台主营业务分行业、产品情况表
- 图表167 2006年贵州茅台主营业务分地区情况表
- 图表168 2007年前三季度贵州茅台主要会计数据及财务指标
- 图表169 2007年前三季度贵州茅台非经常性损益项目及金额
- 图表170 2006年沱牌曲酒主要财务数据
- 图表171 2006年沱牌曲酒非经常性损益项目及金额
- 图表172 2004-2006年沱牌曲酒主要会计数据及财务指标
- 图表173 2006年沱牌曲酒主营业务分行业、产品情况表
- 图表174 2006年沱牌曲酒主营业务分地区情况表
- 图表175 2007年前三季度沱牌曲酒主要会计数据及财务指标
- 图表176 2007年前三季度沱牌曲酒非经常性损益项目及金额
- 图表177 2006年水井坊主要财务数据
- 图表178 2006年水井坊非经常性损益项目及金额
- 图表179 2004-2006年水井坊主要会计数据及财务指标
- 图表180 2006年水井坊主营业务分行业、产品情况表
- 图表181 2006年水井坊主营业务分地区情况表
- 图表182 2007年前三季度水井坊主要会计数据及财务指标
- 图表183 2007年前三季度水井坊非经常性损益项目及金额
- 图表184 2001-2005年某白酒企业税收调查数据
- 图表185 低度浓香型白酒感官要求
- 图表186 低度浓香型白酒理化要求
- 图表187 低度浓香型白酒卫生指标
- 图表188 凤香型白酒感官要求
- 图表189 凤香型白酒理化要求
- 图表190 低度凤香型白酒感官要求
- 图表191 低度凤香型白酒理化要求
- 图表192 米香型白酒感官要求
- 图表193 米香型白酒理化要求
- 图表194 低度米香型白酒感官要求
- 图表195 低度米香型白酒理化要求
- 图表196 低度米香型白酒卫生指标
- 图表197 清香型白酒感官要求

图表198 清香型白酒理化要求

图表199 低度清香型白酒感官要求

图表200 低度清香型白酒理化要求

图表201 低度清香型白酒卫生指标

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200806/1479.html>