



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008-2009年中国白酒市场调查 与投资咨询市场分析及发展趋势 研究报告

一、调研说明

《2008-2009年中国白酒市场调查与投资咨询市场分析及发展趋势研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/42644.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

第一章 中国白酒行业概况 1

第一节 白酒的定义及分类 1

一、白酒的定义 1

二、白酒的分类 1

第二节 中国白酒行业概述 3

一、市场规模与潜力 3

二、行业所处的生命周期 5

三、行业盈利性分析 5

四、白酒文化特点分析 6

第三节 白酒行业面临的问题 8

一、替代产品的快速增长 8

二、消费观念的转变 8

三、地方保护主义 8

四、假酒屡禁不止 9

五、虚假广告泛滥 9

第二章 2001 - 2007年（1-8月）白酒行业运行情况 10

第一节 2001-2007年（1-8月）中国白酒行业概况 10

一、2001—2007（1-8月）年中国白酒企业数量变化情况分析 10

二、2001—2007年（1-8月）中国白酒产量变化情况分析 10

三、2001 - 2007年（1-8月）中国白酒行业运行基本指标 11

四、2001 - 2007年（1-8月）各省(市/区)白酒行业基本运行指标分析 12

五、2005-2006年中国白酒行业领先企业基本指标分析 16

第二节 2005-2007年（1-8月）中国白酒行业运行情况分析 17

一、不同类型企业运行情况分析 17

二、不同规模企业运行情况分析 21

三、重点地区白酒行业运行情况分析 24

第三章 中国白酒进出口状况分析 36

第一节 中国白酒进出口概况	36
一、进口总体情况	36
二、进口总体情况	36
第二节 2005年中国白酒进口情况分析	37
一、进口不同种类白酒统计	37
二、进口白酒的贸易方式统计	38
三、进口白酒的国家/地区统计	38
四、各省市进口白酒情况统计	39
第四章 白酒行业相关政策分析	41
第一节 破除地方保护主义的政策分析	41
一、反封锁的斗争	41
二、破除封锁的方式	42
第二节 中国白酒行业税收政策分析	42
一、中国白酒行业税收政策概述	42
二、84号文件对中国白酒行业的影响	46
三、84号文件执行产生的实际效果	48
四、白酒税收政策改革势在必行	53
第三节 纯粮固态发酵白酒行业规范	54
一、纯粮固态发酵白酒行业规范概述	54
二、推广纯粮固态发酵白酒标志的必要性	55
三、纯粮固态发酵白酒的申请和判定	55
第四节 酒类商品经营管理规范	56
一、酒类商品批发、零售经营管理规范简介	56
二、酒类商品批发、零售经营管理规范作用	57
第五节 白酒的产业政策	57
一、两税合一以及加息对主要白酒企业的影响	57
二、税负改革有利于产品结构调整	59
三、关于白酒的其它信息	59
第五章 白酒相关行业分析	60
第一节 中国白酒替代品分析	60

一、中国三大酒业2004年-2007年（1-8月）市场表现比较分析	60
二、中国三大酒业2001年-2007年（1-8月）经营指标对比分析	62
三、2006年中国酒业市场概述	63
四、影响中国酒业发展的主要因素分析	66
五、中国酒业存在的主要问题	71
六、中国酒业发展趋势分析	71
第二节 中国白酒包装行业分析	74
一、中国白酒包装发展历程	74
二、白酒包装现状分析	76
三、白酒包装需要注意的问题	77
四、白酒防伪包装的发展	78
五、白酒包装印刷技术分析	81
六、白酒包装的发展趋势分析	83
第三节 零售业巨变对白酒行业的影响	85
一、小型零售店的快速分化	85
二、国内集团型零售企业的迅速扩张	87
三、二级城市地方强势品牌称霸	88
四、国际零售业巨头大规模进攻	89

第六章 中国白酒消费者分析 92

第一节 白酒消费者调查背景介绍 92

- 一、调查范围 92
- 二、数据来源 92
- 三 其它相关说明 92

第二节 社会基本特征的分析 92

- 一、不同收入水平消费者使用频率 92
- 二、不同收入水消费者白酒度数偏好 93
- 三、不同年龄的消费者使用频率 94
- 四、不同年龄的消费者白酒度数偏好 94
- 五、不同地区的消费者使用频率 94

第三节 消费者行为分析 96

- 一、品牌选择 96

二、使用场合分析 99

第四节 购买相关的态度和特选 99

一、价格敏感程度 99

二、品牌的影响 100

三、购买方便的影响 100

四、包装的影响程度 101

第七章 中国白酒市场的特点 102

第一节 中国白酒市场概述 102

一、白酒市场现状分析 102

二、白酒市场存在的问题 102

三、白酒市场经营困难成因 104

四、白酒市场的发展方向 106

第二节 中国白酒市场区域强势品牌分析 111

一、区域强势品牌概述 111

二、区域强势品牌成功因素分析 112

三、区域强势品牌代表分析 113

四、区域强势品牌的影响和弊端 115

第八章 中国高档白酒市场分析 118

第一节 高档白酒市场现状概述 118

一、高档白酒品牌竞争激烈 118

二、高档白酒市场细分不够 118

三、高档白酒终端市场秩序混乱 119

第二节 中国的主要高档白酒比较情况 120

一、2005-2007年中国高档白酒的总体情况 120

(一) 高档白酒的市场容量 120

(二) 高档白酒市场特点 121

(三) 高档白酒行业供求分析 123

二、2005-2007年高档白酒的主要品牌的销售情况 124

1、2004-2007年茅台销量 125

2、2004-2007年五粮液销量 125

3、2004-2007年国窖1573销量	126
4、2005-2007年水井坊销量	127
三、2006-2007年主要高档白酒的市场占有情况	128
第三节 高档白酒市场发展趋势	128
一、白酒高档化	128
二、高档白酒竞争不断深化	129
三、高档白酒终端竞争更激烈	130
四、高档白酒走向寡头垄断	130
五、高档白酒的提价空间	131
第四节 高档白酒市场的分众营销分析	133
一、高档白酒市场环境	133
二、分众营销的理论分析	133
三、分众营销产生的背景	134
四、分众营销的工具	135
五、分众营销的理念	135
六、分众营销导入法则	136
第五节 高档白酒市场竞争策略分析	140
一、品牌策略	140
二、渠道策略	141
三、价格策略	143
第九章 六大区域白酒产业概况	146
第一节 华东地区白酒市场概况	146
一、华东地区白酒市场综述及市场潜力预测	146
二、华东地区2002-2007年（1-8月）白酒产量分析	147
第二节 中南地区白酒市场概况	148
一、中南地区啤酒市场综述及市场潜力预测	148
二、中南地区2002-2007年（1-8月）白酒产量分析	149
第三节 东北地区白酒市场概况	150
一、东北地区白酒市场综述及市场潜力预测	150
二、东北地区2002-2007年（1-8月）白酒产量分析	151
第四节 华北地区白酒市场概况	152

一、华北地区白酒市场综述及市场潜力预测	152
二、华北地区2002-2007年（1-8）白酒产量分析	152
第五节 西南地区白酒市场概况	154
一、西南地区白酒市场综述及市场潜力预测	154
二、西南地区2002-2007年（1-8月）白酒产量分析	154
第六节 西北地区白酒市场概况	156
一、西北地区白酒市场综述及市场潜力预测	156
二、西北地区2002-2007年（1-8月）白酒产量分析	156
第十章 重点地区白酒市场分析	158
第一节 四川省白酒市场分析	158
一、四川省白酒市场分析	158
二、成都市白酒消费者研究	159
三、2003-2007年（1-8月）四川省白酒行业运行情况分析	164
四、2003-2006年四川白酒生产企业经营概况	165
第二节 山东省白酒市场分析	168
一、山东省白酒市场分析	168
二、2003-2007年（1-8月）山东省白酒行业运行情况分析	173
三、2003-2006年山东省白酒生产企业经营概况	174
第三节 安徽省白酒市场分析	177
一、安徽省白酒市场分析	177
二、2003-2007年（1-8月）安徽省白酒行业运行情况分析	180
三、2003-2006年安徽省白酒生产企业经营概况	180
第四节 贵州省白酒市场分析	183
一、贵州省白酒市场分析	183
二、2003-2007年（1-8月）贵州省白酒行业运行情况分析	185
三、200-2006年贵州省白酒生产企业经营概况	186
第五节 江苏省白酒市场分析	188
一、江苏省白酒市场分析	188
二、南京市白酒消费者研究	189
三、2003-2007年（1-8月）江苏省白酒行业运行情况分析	194
四、2003-2006年江苏省白酒生产企业经营概况	195

第六节 湖北省白酒市场分析	197
一、湖北省白酒市场分析	197
二、武汉市白酒消费者研究	197
三、2003-2007年（1-8月）湖北省白酒行业运行情况分析	202
四、2003-2006年湖北省白酒生产企业经营概况	203
第七节 河南省白酒市场分析	205
一、河南省白酒市场分析	205
二、2003-2006年河南省白酒行业运行情况分析	211
三、2003-2006年河南省白酒生产企业经营概况	211
第八节 山西省白酒市场分析	214
一、山西省白酒市场分析	214
二、2003-2007年（1-8月）山西省白酒行业运行情况分析	216
三、2003-2006年山西省白酒生产企业经营概况	216
第九节 河北省白酒市场分析	217
一、河北省白酒市场分析	217
二、2003-2007年（1-8月）河北省白酒行业运行情况分析	218
三、2003-2006年河北省白酒生产企业经营概况	218
第十节 内蒙古自治区白酒市场分析	221
一、内蒙古自治区白酒市场分析	221
二、2003-2007年（1-8月）内蒙古自治区白酒行业运行情况分析	222
三、2003-2006年内蒙古自治区白酒生产企业经营概况	222
第十一节 广东省白酒市场分析	224
一、广东省白酒市场分析	224
二、广州市白酒消费者研究	225
三、深圳市白酒消费者研究	230
四、2003-2007年（1-8月）广东省白酒行业运行情况分析	235
五、2003-2006年广东省白酒生产企业经营概况	235
第十二节 北京市白酒市场分析	237
一、北京市白酒市场分析	237
二、北京市白酒消费者研究	241
三、2003-2007年（1-8月）北京市白酒行业运行情况分析	245
四、2003-2006年北京市白酒生产企业经营概况	246

第十三节 上海市白酒市场分析	248
一、上海市白酒市场分析	248
二、上海市白酒消费者研究	250
三、2003-2007年（1-8月）上海市白酒行业运行情况分析	255
第十四节 辽宁省白酒市场分析	256
一、辽宁省白酒市场分析	256
二、沈阳市白酒消费者研究	258
三、2003-2007年（1-8月）辽宁省白酒行业运行情况分析	263
四、2003-2006年辽宁省白酒生产企业经营概况	264
第十五节 吉林省白酒市场分析	265
一、吉林省白酒市场分析	265
二、2003-2007年（1-8月）吉林省白酒行业运行情况分析	268
三、2003-2006年吉林省白酒生产企业经营概况	269
第十六节 陕西省白酒市场分析	271
一、陕西省白酒市场分析	271
二、西安市白酒消费者研究	273
三、2003-2007年（1-8月）陕西省白酒行业运行情况分析	278
四、2003-2006年陕西省白酒生产企业经营概况	278
第十七节 新疆自治区白酒市场分析	280
一、新疆自治区白酒市场分析	280
二、2003-2007年（1-8月）新疆自治区白酒行业运行情况分析	281
三、2003-2006年新疆自治区白酒生产企业经营概况	281
第十一章 中国白酒行业代表企业分析	283
第一节 五粮液集团有限公司	283
一、五粮液集团有限公司简介	283
二、五粮液的行业地位	284
三、2005-2007年（1-9月）五粮液集团经营情况分析	284
四、五粮液的优势	289
五、五粮液品牌战略	294
六、五粮液多元化经营情况	296
七、五粮液的发展方向	297

第二节 贵州茅台股份有限公司	299
一、贵州茅台股份有限公司简介	299
二、贵州茅台的重要地位	299
三、贵州茅台的优势	300
四、茅台品牌的核心价值	301
五、2003 - 2007年（1-9月）贵州茅台经营情况分析	302
六、贵州茅台品牌定位分析	306
七、贵州茅台发展方向分析	307
第三节 剑南春（集团）有限责任公司	307
一、剑南春（集团）有限责任公司简介	307
二、剑南春首获纯粮固态发酵白酒认证	308
三、剑南春2003 - 2006年经营概况	308
第四节 四川全兴股份有限公司	309
一、四川全兴股份有限公司简介	309
二、四川全兴的行业地位	310
三、2003 - 2007（1-9月）年四川全兴经营情况分析	310
第五节 泸州老窖股份有限公司	315
一、泸州老窖股份有限公司简介	315
二、泸州老窖行业地位	316
三、泸州老窖2003 - 2007年（1-9月）经营情况分析	316
四、泸州老窖股份对以后发展的定位以及预测	323
第六节 安徽古井贡酒股份有限公司	325
一、安徽古井贡酒股份有限公司简介	325
二、安徽古井贡酒行业地位	325
三、安徽古井贡酒2003 - 2007年（1-9月）经营情况分析	326
四、安徽古井贡酒多元化经营情况	330
第七节 山西杏花村汾酒厂股份有限公司	331
一、山西杏花村汾酒厂股份有限公司简介	331
二、山西汾酒的行业地位	331
三、山西汾酒2003 - 2007年（1-9月）经营情况分析	332
四、山西汾酒未来发展方向分析	335
第八节 四川沱牌曲酒股份有限公司	336

一、四川沱牌曲酒股份有限公司简介	336
二、四川沱牌行业地位	337
三、四川沱牌的三产生态模式	337
四、2003 - 2007年（1-9月）四川沱牌经营情况分析	339
五、公司未来发展展望及发展计划	342
第九节 湖南酒鬼酒股份有限公司	344
一、湖南酒鬼酒简介及其行业地位	344
二、2003-2007年（1-9月）湖南酒鬼酒经营情况分析	345
三、湖南酒鬼酒酒发展方向	350

第十二章 中国白酒行业发展趋势分析 352

第一节 世界白酒业发展趋势	352
一、总体消费变化趋势	352
二、各国酒类消费变化情况	352
三、消费主要增长点	353
第二节 中国白酒行业未来发展趋势	353
一、主业和多元化并举	353
二、企业的重组和改制加快	354
三、大中型企业将占据竞争优势	354
四、市场、政策将进一步规范	354

第十三章 中国白酒营销策略分析 356

第一节 中国白酒营销渠道策略	356
一、渠道细化是必然的趋势	356
二、产品结构的渠道细化	357
三、渠道细化的客户策略	358
四、核心渠道的市场定位	359
第二节 中国白酒品牌管理策略	361
一、品牌管理概述	361
二、品牌的分销体系设计	361
三、品牌一体化策略	362
四、品牌的客户关系管理	362

第三节 中国白酒终端市场运作策略	363
一、产品选择	363
二、客户管理	364
三、公关关系	364
四、人员培训	365
五、促销活动	366
六、服务客户	367
七、激励政策	367
八、物流管理	368
九、理货管理	368
十、回款管理	369
第四节 中国白酒营销的发展趋势	370
一、近年白酒营销的特点	370
二、白酒营销的发展方向	372
第十四章 中国白酒行业投资分析与建议	375
第一节 中国白酒行业的OEM分析	375
一、名酒清理品牌OEM受到威胁	375
二、OEM对行业的影响	375
三、OEM误导品牌延伸	377
四、OEM背景下的有效“品牌延伸”	378
五、白酒品牌延伸的优劣势分析和有效把握	379
第二节 中小型白酒品牌提升策略	381
一、提升品牌的措施	381
二、广告的开发、执行与主题诉说	381
三、注意力经济对品牌的提升	382
四、展现企业实力，提高服务质量	383
第三节 大型白酒企业稳健发展策略	383
一、稳健发展的背景	383
二、区域市场资源	384
三、品牌资源	385
四、客户资源	386

五、渠道资源	387
第四节 保健酒行业分析	388
一、保健酒发展历史及现状	388
二、保健酒发展的困惑	389
三、代表企业的保健酒营销分析	390
四、保健酒的发展策略	392

图表目录

图表 1 中国1949-2007年（1-8月）白酒产量一览表	4
图表 2 1978 - 2007年（1-8月）中国白酒产量变化曲线图	4
图表 3 1998 - 2004中国白酒产量增长情况对比图	5
图表 4 中国主要白酒生产企业2001—2004年主营业务利润率	6
图表 5 2001 - 2007年（1-8月）中国白酒行业（规模以上）企业数量变化图	10
图表 6 2001—2007年（1-8月）中国白酒产量变化图	10
图表 7 2001-2007年（1-8月）中国白酒行业总资产变化图	11
图表 8 2001-2007年（1-8月）中国白酒行业销售收入变化图	11
图表 9 2001-2007年（1-8月）中国白酒行业利润总额变化图	12
图表 10 2001 - 2007年（1-8月）各省(市/区)白酒行业资产总计变化表	13
图表 11 2001 - 2007年（1-8月）各省(市/区)白酒行业销售收入变化表	14
图表 12 2001 - 2007年（1-8月）各省(市/区)白酒行业利润总额变化表	15
图表 13 2005年中国白酒行业销售收入前十企业基本质变指标一览表	16
图表 14 2006年中国白酒行业销售收入前十企业基本质变指标一览表	16
图表 15 2007(1-8)年白酒行业不同类型企业销售收入比例图	17
图表 16 2006年白酒行业不同类型企业销售收入比例图	17
图表 17 2005年白酒行业不同类型企业销售收入比例图	18
图表 18 2004 - 2007年（1-8月）不同类型白酒企业销售收入变化图	18
图表 19 2007年（1-8月）白酒行业不同类型企业利润总额比例图	19
图表 20 2006年白酒行业不同类型企业利润总额比例图	19
图表 21 2005年白酒行业不同类型企业利润总额比例图	20
图表 22 2004 - 2007年（1-8月）不同类型白酒企业利润变化图	20
图表 23 2007年（1-8月）白酒行业不同规模企业销售收入比例图	21
图表 24 2006年白酒行业不同规模企业销售收入比例图	21

图表 25	2005年白酒行业不同规模企业销售收入比例图	22
图表 26	2003 - 2007年（1-8月）不同规模白酒企业销售收入变化图	22
图表 27	2007年（1-8月）主要白酒产区白酒行业总资产前六比例图	24
图表 28	2006年主要白酒产区白酒行业总资产前六比例图	25
图表 29	2005主要白酒产区白酒行业总资产前六位比例图	25
图表 30	2001 - 2007年（1-8月）四川省白酒行业资产变化图	25
图表 31	2001 - 2007年（1-8月）贵州省白酒行业资产变化图	26
图表 32	2001 - 2007年（1-8月）安徽省白酒行业资产变化图	26
图表 33	2001 - 2007年（1-8月）山东省白酒行业资产变化图	26
图表 34	2001 - 2007年（1-8月）江苏省白酒行业资产变化图	27
图表 35	2001 - 2007年（1-8月）河南省白酒行业资产变化图	27
图表 36	2007年（1-8月）主要白酒产区白酒产量比例图 单位：%	27
图表 37	2006年主要白酒产区白酒产量比例图	28
图表 38	2005年主要白酒产区白酒产量比例图	28
图表 39	2002 - 2007年（1-8月）山东省白酒产量变化图	29
图表 40	2002 - 2007年（1-8月）四川省白酒产量变化图	29
图表 41	2002 - 2007年（1-8月）江苏省白酒产量变化图	29
图表 42	2002 - 2007年（1-8月）河南省白酒产量变化图	30
图表 43	2007年（1-8月）主要白酒产区白酒销售收入比例图	30
图表 44	2006主要白酒产区白酒销售收入比例图	30
图表 45	2005主要白酒产区白酒销售收入比例图	31
图表 46	2001 - 2007年（1-8月）四川省白酒销售收入变化图	31
图表 47	2001 - 2007年（1-8月）山东省白酒销售收入变化图	31
图表 48	2001 - 2007年（1-8月）安徽省白酒销售收入变化图	32
图表 49	2001 - 2007年（1-8月）贵州省白酒销售收入变化图	32
图表 50	2001 - 2007年（1-8月）河南省白酒销售收入变化图	32
图表 51	2006主要白酒产区白酒利润总额比例图	33
图表 52	2005主要白酒产区白酒利润总额比例图	33
图表 53	2001 - 2007年（1-8月）四川省白酒利润总额变化图	33
图表 54	2001 - 2007年（1-8月）贵州省白酒利润总额变化图	34
图表 55	2001 - 2007年（1-8月）山东省白酒利润总额变化图	34
图表 56	2001 - 2007年（1-8月）河南省白酒利润总额变化图	34

图表 57	2001 - 2007年（1-8月）山西省白酒利润总额变化图	35
图表 58	2003 - 2005年中国白酒进口数量变化表	36
图表 59	2003 - 2005年中国白酒进口金额变化表	36
图表 60	2003 - 2005年中国白酒出口数量变化表	37
图表 61	2003 - 2005年中国白酒出口金额变化表	37
图表 62	2005年中国白酒进口种类统计图	37
图表 63	2004年中国白酒进口贸易方式统计图	38
图表 64	2005主要白酒进口国家/地区比例图	38
图表 65	2005年中国白酒进口国家/地区统计表	39
图表 66	2004年各省市进口白酒比例图	39
图表 67	2004年各省市进口白酒统计表	40
图表 68	白酒重点公司 2006 年度名义税率及税改后净利润增加幅度	58
图表 69	消费税变动对上市公司的影响	58
图表 70	2007 年 3 月 18 日央行升息 0.27 个百分点对白酒类重点公司影响	59
图表 71	2004年中国三大酒类销售收入-成本对比图	60
图表 72	2005年中国三大酒类销售收入-成本对比图	60
图表 73	2006年中国三大酒类销售收入-成本对比图	61
图表 74	2007年（1-8月）中国三大酒类销售收入-成本对比图	61
图表 75	中国三大酒类2004—2007年（1-8月）毛利率对比分析	61
图表 76	中国三大酒业2006年12月份资产 - 负债对比图	62
图表 77	中国三大酒类2001年-2007年（1-8月）主要经营指标分析表	62
图表 78	中国三大酒类2001年-2007年（1-8月）销售收入对比图	63
图表 79	中国三大酒类2001-2007年（1-8月）销售利润总额对比图	63
图表 80	入世后酒业的关税变化图	69
图表 81	2000-2004年葡萄酒进出口量值图	70
图表 82	中国十大城市不同收入水平消费者白酒饮用频率表：	93
图表 83	中国十大城市不同收入水平消费者白酒度数偏好统计表：	93
图表 84	中国十大城市各年龄段消费者白酒饮用频率表	94
图表 85	中国十大城市各年龄段消费者白酒包装形式偏好分析表：	94
图表 86	中国十大城市白酒使用频率对比表：	95
图表 87	十大城市消费者三个月内有无购买白酒比例图	95
图表 88	十大城市消费者三个月内有无拿白酒送礼比例图	96

图表 89	中国十大城市白酒消费者选择标准对比表	96
图表 90	中国十大城市白酒消费者最常饮用品牌排名列表：	97
图表 91	中国十大城市白酒使用场合对比表	99
图表 92	中国十大城市白酒消费者价格影响度对比图	99
图表 93	中国十大城市白酒消费者品牌影响度对比图	100
图表 94	中国十大城市购买方便影响度对比图	100
图表 95	中国十大城市白酒消费者包装影响度对比图	101
图表 96	2002-2006年9月 白酒行业的销量及增长率情况	107
图表 97	2001-2006年白酒行业利润总额增长情况	107
图表 98	2003-2006年9月白酒行业毛利率变化情况	107
图表 99	2006 年前 5 大白酒公司在行业中的地位	110
图表 100	2001-2005年我国白酒行业集中度变化	111
图表 101	2004年全国部分市场区域强势品牌汇总表	112
图表 102	2006年高档白酒和其他白酒的销量比例	121
图表 103	2006年高档白酒和其他白酒的收入占比	122
图表 104	2006年高档白酒和其他白酒的净利润占比	122
图表 105	2006年各企业高档及中低档酒收入占比图	124
图表 106	2006年各企业高档及中低档酒利润占比图	124
图表 107	2004-2007年（1-6月）高档茅台酒销售收入和毛利率情况	125
图表 108	2004-2007年（1-6月）高档五粮液销售收入和毛利率情况	126
图表 109	2004-2007年（1-6月）高档泸州老窖销售收入和毛利率情况	126
图表 110	2003-2006年泸州老窖高档酒和中低档酒毛利率情况	127
图表 111	2005-2007年（1-6月）水井坊高档酒销售收入和毛利率情况	127
图表 112	2006年主要高档白酒的市场占有情况	128
图表 113	2002-2006年主要高档白酒销售数量	128
图表 114	城镇居民家庭人均可支配收入和高档白酒出厂价比较倍数（以茅台酒为例）	132
图表 115	2004年华东区各省（市、区）白酒市场基础数据表	146
图表 116	2005年华东区各省（市、区）白酒市场基础数据表	146
图表 117	华东地区2002-2007年（1-8月）白酒产量变化趋势图	147
图表 118	华东地区2002-2007年（1-8月）白酒产量变化表	148
图表 119	2004年中南各省（市、区）白酒市场基础数据表	148
图表 120	2005年华中南各省（市、区）白酒市场基础数据表	149

图表 121	中南地区2002-2007年（1-8月）白酒产量变化趋势图	149
图表 122	中南地区2002-2007年（1-8月）白酒产量变化表	150
图表 123	2004年东北区各省白酒市场基础数据表	150
图表 124	2005年东北区各省白酒市场基础数据表	151
图表 125	东北地区2002-2007年（1-8月）白酒产量变化趋势图	151
图表 126	东北地区2002-2007年（1-8月）白酒产量变化表	151
图表 127	2004年华北区各省（市、区）啤酒市场综合数据表	152
图表 128	2005年华北区各省（市、区）啤酒市场综合数据表	152
图表 129	华北地区2002-2007年（1-8月）白酒产量变化趋势图	153
图表 130	华北地区2002-2007年（1-8月）白酒产量变化表	153
图表 131	2004年西南区各省（市、区）白酒市场综合数据表	154
图表 132	2005年西南区各省（市、区）白酒市场综合数据表	154
图表 133	西南地区2002-2007年（1-8月）白酒产量变化趋势图	155
图表 134	西南地区2002-2007年（1-8月）白酒产量变化表	155
图表 135	2004年西南区各省（市、区）白酒市场综合数据表	156
图表 136	2005年西南区各省（市、区）白酒市场综合数据表	156
图表 137	西北地区2002-2007年（1-8月）白酒产量变化趋势图	157
图表 138	西北地区2002-2007年（1-8月）白酒产量变化表	157
图表 139	成都消费者最近三个月内饮用频率分布图	160
图表 140	成都不同年龄段白酒消费者饮用频率对比图	160
图表 141	成都不同收入水平白酒消费者饮用频率对比图	160
图表 142	成都消费者选择白酒的标准分布图	161
图表 143	成都白酒消费者理想品牌分布图	161
图表 144	成都白酒消费者最常使用品牌分布图	161
图表 145	成都最常用来送礼的白酒品牌分布图	162
图表 146	成都不同年龄段白酒消费者度数偏好对比图	162
图表 147	成都不同收入水平白酒消费者度数偏好对比图	162
图表 148	成都不同年龄段白酒消费者使用场所对比图	163
图表 149	成都不同收入水平白酒消费者使用场所对比图	163
图表 150	成都重度消费者不同年龄段分布表	163
图表 151	成都重度消费者不同收入水平分布表	164
图表 152	成都重度消费者选择白酒标准分布表	164

图表 153	2003-2007年（1-8月）四川省白酒行业运行数据统计表	164
图表 154	2003、2004年四川主要白酒生产企业经营情况统计表	165
图表 155	2005年四川主要白酒生产企业经营情况统计表	165
图表 156	2006年四川主要白酒生产企业经营情况统计表	165
图表 157	四川其它白酒生产企业一览表	166
图表 158	2003-2007年（1-8月）山东省白酒行业运行数据统计表	174
图表 159	2003、2004年山东省主要白酒生产企业经营情况统计表	174
图表 160	2005年山东省主要白酒生产企业经营情况统计表	175
图表 161	2006年山东省主要白酒生产企业经营情况统计表	175
图表 162	山东省其它白酒生产企业一览表	175
图表 163	2002 - 2004年安徽省价格变化表	178
图表 164	2003-2007年（1-8月）安徽省白酒行业运行数据统计表	180
图表 165	2003、2004年安徽省主要白酒生产企业经营情况统计表	180
图表 166	2005年安徽省主要白酒生产企业经营情况统计表	181
图表 167	2006年安徽省主要白酒生产企业经营情况统计表	181
图表 168	安徽省其它白酒生产企业一览表	182
图表 169	2002 - 2004年贵州省价格变化表	183
图表 170	2003-2007年（1-8月）贵州省白酒行业运行数据统计表	185
图表 171	2003、2004年贵州省主要白酒生产企业经营情况统计表	186
图表 172	2005年贵州省主要白酒生产企业经营情况统计表	186
图表 173	2006年贵州省主要白酒生产企业经营情况统计表	186
图表 174	贵州省其它白酒生产企业一览表	187
图表 175	2003 - 2004年江苏省价格指数对比表	188
图表 176	南京消费者最近三个月内饮用频率分布图	189
图表 177	南京不同年龄段白酒消费者饮用频率对比图	189
图表 178	南京不同收入水平白酒消费者饮用频率对比图	189
图表 179	南京消费者选择白酒的标准分布图	190
图表 180	南京白酒消费者理想品牌分布图	190
图表 181	南京白酒消费者最常使用品牌分布图	191
图表 182	南京最常用来送礼的白酒品牌分布图	191
图表 183	南京不同年龄段白酒消费者度数偏好对比图	192
图表 184	南京不同收入水平白酒消费者度数偏好对比图	192

图表 185	南京不同年龄段白酒消费者使用场所对比图	192
图表 186	南京不同收入水平白酒消费者使用场所对比图	193
图表 187	南京重度消费者不同年龄段分布表	193
图表 188	南京重度消费者不同收入水平分布表	193
图表 189	南京重度消费者选择白酒标准分布表	194
图表 190	2003-2007年（1-8月）江苏省白酒行业运行数据统计表	194
图表 191	2003、2004年江苏省主要白酒生产企业经营情况统计表	195
图表 192	2005年江苏省主要白酒生产企业经营情况统计表	195
图表 193	2006年江苏省主要白酒生产企业经营情况统计表	195
图表 194	江苏省其它白酒生产企业一览表	196
图表 195	武汉消费者最近三个月内饮用频率分布图	197
图表 196	武汉不同年龄段白酒消费者饮用频率对比图	198
图表 197	武汉不同收入水平白酒消费者饮用频率对比图	198
图表 198	武汉消费者选择白酒的标准分布图	198
图表 199	武汉白酒消费者理想品牌分布图	199
图表 200	武汉白酒消费者最常使用品牌分布图	199
图表 201	武汉最常用来送礼的白酒品牌分布图	199
图表 202	武汉不同年龄段白酒消费者度数偏好对比图	200
图表 203	武汉不同收入水平白酒消费者度数偏好对比图	200
图表 204	武汉不同年龄段白酒消费者使用场所对比图	201
图表 205	武汉不同收入水平白酒消费者使用场所对比图	201
图表 206	武汉重度消费者不同年龄段分布表	201
图表 207	武汉重度消费者不同收入水平分布表	202
图表 208	武汉重度消费者选择白酒标准分布表	202
图表 209	2003-2007年（1-8月）湖北省白酒行业运行数据统计表	202
图表 210	2003、2004年湖北省主要白酒生产企业经营情况统计表	203
图表 211	2005年湖北省主要白酒生产企业经营情况统计表	203
图表 212	2006年湖北省主要白酒生产企业经营情况统计表	203
图表 213	湖北省其它白酒生产企业一览表	204
图表 214	2003-2006年河南省白酒行业运行数据统计表	211
图表 215	2003、2004年河南省主要白酒生产企业经营情况统计表	211
图表 216	2005年河南省主要白酒生产企业经营情况统计表	212

图表 217	2006年河南省主要白酒生产企业经营情况统计表	212
图表 218	河南省其它白酒生产企业一览表	212
图表 219	2003-2007年（1-8月）山西省白酒行业运行数据统计表	216
图表 220	2003、2004年山西省主要白酒生产企业经营情况统计表	216
图表 221	2005年山西省主要白酒生产企业经营情况统计表	216
图表 222	2006年山西省主要白酒生产企业经营情况统计表	217
图表 223	山西省其它白酒生产企业一览表	217
图表 224	2002 - 2004年河北省价格变化表	218
图表 225	2003-2007年（1-8月）河北省白酒行业运行数据统计表	218
图表 226	2003、2004年河北省主要白酒生产企业经营情况统计表	219
图表 227	2005年河北省主要白酒生产企业经营情况统计表	219
图表 228	2006年河北省主要白酒生产企业经营情况统计表	219
图表 229	河北省其它白酒生产企业一览表	220
图表 230	2003-2007年（1-8月）内蒙古自治区白酒行业运行数据统计表	222
图表 231	2003、2004年内蒙古自治区主要白酒生产企业经营情况统计表	222
图表 232	2005年内蒙古自治区主要白酒生产企业经营情况统计表	223
图表 233	2006年内蒙古自治区主要白酒生产企业经营情况统计表	223
图表 234	内蒙古自治区其它白酒生产企业一览表	224
图表 235	广州消费者最近三个月内饮用频率分布图	225
图表 236	广州不同年龄段白酒消费者饮用频率对比图	226
图表 237	广州不同收入水平白酒消费者饮用频率对比图	226
图表 238	广州消费者选择白酒的标准分布图	226
图表 239	广州白酒消费者理想品牌分布图	227
图表 240	广州白酒消费者最常使用品牌分布图	227
图表 241	广州最常用来送礼的白酒品牌分布图	227
图表 242	广州不同年龄段白酒消费者度数偏好对比图	228
图表 243	广州不同收入水平白酒消费者度数偏好对比图	228
图表 244	广州不同年龄段白酒消费者使用场所对比图	229
图表 245	广州不同收入水平白酒消费者使用场所对比图	229
图表 246	广州重度消费者不同年龄段分布表	229
图表 247	广州重度消费者不同收入水平分布表	229
图表 248	广州重度消费者选择白酒标准分布表	230

图表 249	深圳消费者最近三个月内饮用频率分布图	230
图表 250	深圳不同年龄段白酒消费者饮用频率对比图	230
图表 251	深圳不同收入水平白酒消费者饮用频率对比图	231
图表 252	深圳消费者选择白酒的标准分布图	231
图表 253	深圳白酒消费者理想品牌分布图	231
图表 254	深圳白酒消费者最常使用品牌分布图	232
图表 255	深圳最常用来送礼的白酒品牌分布图	232
图表 256	深圳不同年龄段白酒消费者度数偏好对比图	232
图表 257	深圳不同收入水平白酒消费者度数偏好对比图	233
图表 258	深圳不同年龄段白酒消费者使用场所对比图	233
图表 259	深圳不同收入水平白酒消费者使用场所对比图	233
图表 260	深圳重度消费者不同年龄段分布表	234
图表 261	深圳重度消费者不同收入水平分布表	234
图表 262	深圳重度消费者选择白酒标准分布表	234
图表 263	2003-2007年（1-8月）广东省白酒行业运行数据统计表	235
图表 264	2003、2004年广东省主要白酒生产企业经营情况统计表	235
图表 265	2005年广东省主要白酒生产企业经营情况统计表	236
图表 266	2006年广东省主要白酒生产企业经营情况统计表	236
图表 267	广东省其它白酒生产企业一览表	236
图表 268	北京地区白酒市场和销售渠道情况图	240
图表 269	北京消费者最近三个月内饮用频率分布图	241
图表 270	北京不同年龄段白酒消费者饮用频率对比图	241
图表 271	北京不同收入水平白酒消费者饮用频率对比图	241
图表 272	北京消费者选择白酒的标准分布图	242
图表 273	北京白酒消费者理想品牌分布图	242
图表 274	北京白酒消费者最常使用品牌分布图	242
图表 275	北京最常用来送礼的白酒品牌分布图	243
图表 276	北京不同年龄段白酒消费者度数偏好对比图	243
图表 277	北京不同收入水平白酒消费者度数偏好对比图	243
图表 278	北京不同年龄段白酒消费者使用场所对比图	244
图表 279	北京不同收入水平白酒消费者使用场所对比图	244
图表 280	北京重度消费者不同年龄段分布表	244

图表 281	北京重度消费者不同收入水平分布表	245
图表 282	北京重度消费者选择白酒标准分布表	245
图表 283	2003-2007年（1-8月）北京市白酒行业运行数据统计表	,; 245
图表 284	2003、2004年北京市主要白酒生产企业经营情况统计表	246
图表 285	2005年北京市主要白酒生产企业经营情况统计表	246
图表 286	2006年北京市主要白酒生产企业经营情况统计表	247
图表 287	2002 - 2004年上海市价格变化表	249
图表 288	上海消费者最近三个月内饮用频率分布图	250
图表 289	上海不同年龄段白酒消费者饮用频率对比图	250
图表 290	上海不同收入水平白酒消费者饮用频率对比图	251
图表 291	上海消费者选择白酒的标准分布图	251
图表 292	上海白酒消费者理想品牌分布图	252
图表 293	上海白酒消费者最常使用品牌分布图	252
图表 294	上海最常用来送礼的白酒品牌分布图	252
图表 295	上海不同年龄段白酒消费者度数偏好对比图	253
图表 296	上海不同收入水平白酒消费者度数偏好对比图	253
图表 297	上海不同年龄段白酒消费者使用场所对比图	254
图表 298	上海不同收入水平白酒消费者使用场所对比图	254
图表 299	上海重度消费者不同年龄段分布表	254
图表 300	上海重度消费者不同收入水平分布表	254
图表 301	上海重度消费者选择白酒标准分布表	255
图表 302	2003-2007年（1-8月）上海市白酒行业运行数据统计表	255
图表 303	沈阳消费者最近三个月内饮用频率分布图	258
图表 304	沈阳不同年龄段白酒消费者饮用频率对比图	259
图表 305	沈阳不同收入水平白酒消费者饮用频率对比图	259
图表 306	沈阳消费者选择白酒的标准分布图	259
图表 307	沈阳白酒消费者理想品牌分布图	260
图表 308	沈阳白酒消费者最常使用品牌分布图	260
图表 309	沈阳最常用来送礼的白酒品牌分布图	260
图表 310	沈阳不同年龄段白酒消费者度数偏好对比图	261
图表 311	沈阳不同收入水平白酒消费者度数偏好对比图	261
图表 312	沈阳不同年龄段白酒消费者使用场所对比图	261

图表 313	沈阳不同收入水平白酒消费者使用场所对比图	262
图表 314	沈阳重度消费者不同年龄段分布表	262
图表 315	沈阳重度消费者不同收入水平分布表	263
图表 316	沈阳重度消费者选择白酒标准分布表	263
图表 317	2003-2007年（1-8月）辽宁省白酒行业运行数据统计表	264
图表 318	2003、2004年辽宁省主要白酒生产企业经营情况统计表	264
图表 319	2005年辽宁省主要白酒生产企业经营情况统计表	264
图表 320	2006年辽宁省主要白酒生产企业经营情况统计表	265
图表 321	辽宁省其它白酒生产企业一览表	265
图表 322	2003 - 2004年吉林省价格变化表	268
图表 323	2003-2007年（1-8月）吉林省白酒行业运行数据统计表	268
图表 324	2003、2004年吉林省主要白酒生产企业经营情况统计表	269
图表 325	2005年吉林省主要白酒生产企业经营情况统计表	269
图表 326	2006年吉林省主要白酒生产企业经营情况统计表	270
图表 327	吉林省其它白酒生产企业一览表	270
图表 328	西安消费者最近三个月内饮用频率分布图	273
图表 329	西安不同年龄段白酒消费者饮用频率对比图	273
图表 330	西安不同收入水平白酒消费者饮用频率对比图	273
图表 331	西安消费者选择白酒的标准分布图	274
图表 332	西安白酒消费者理想品牌分布图	274
图表 333	西安白酒消费者最常使用品牌分布图	274
图表 334	西安最常用来送礼的白酒品牌分布图	275
图表 335	西安不同年龄段白酒消费者度数偏好对比图	275
图表 336	西安不同收入水平白酒消费者度数偏好对比图	276
图表 337	西安不同年龄段白酒消费者使用场所对比图	276
图表 338	西安不同收入水平白酒消费者使用场所对比图	276
图表 339	西安重度消费者不同年龄段分布表	277
图表 340	西安重度消费者不同收入水平分布表	277
图表 341	西安重度消费者选择白酒标准分布表	277
图表 342	2003-2007年（1-8月）陕西省白酒行业运行数据统计表	278
图表 343	2003、2004年陕西省主要白酒生产企业经营情况统计表	278
图表 344	2005年陕西省主要白酒生产企业经营情况统计表	279

图表 345	2006年陕西省主要白酒生产企业经营情况统计表	279
图表 346	陕西省其它白酒生产企业一览表	279
图表 347	2004年新疆自治区价格变化表	280
图表 348	2003-2007年（1-8月）新疆自治区白酒行业运行数据统计表	281
图表 349	2003、2004年新疆自治区主要白酒生产企业经营情况统计表	281
图表 350	2005年新疆自治区主要白酒生产企业经营情况统计表	282
图表 351	2006年新疆自治区主要白酒生产企业经营情况统计表	282
图表 352	新疆自治区其它白酒生产企业一览表	282
图表 353	2003 - 2006年四川省宜宾五粮液集团有限公司运行情况	285
图表 354	2003 - 2006年四川省宜宾五粮液集团有限公司运行分析	285
图表 355	五粮液公司主要品牌的出厂价格（元/斤）	286
图表 356	五粮液公司主要品牌的销售量（吨）	286
图表 357	2005-2007年（1-9月）经营情况比较表	287
图表 358	2000 至 2007 年中期主营收入和净利润增长情况	288
图表 359	2006年主要产品经营情况图	288
图表 360	2007年上半年主营业务分行业情况	288
图表 361	2006五粮液股份分地区销售情况	288
图表 362	2006-2007年（1-6月）五粮液股份分地区销售情况	289
图表 363	2005年-2007年（1-9月）五粮液股份经营情况表	289
图表 364	2004年五粮液集团股份有限公司投资项目统计表	298
图表 365	2003 - 2006年贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司运行情况	302
图表 366	2003 - 2006年贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司运行分析	302
图表 367	2001-2006年贵州茅台主营收入和净利润情况图	303
图表 368	2005年贵州茅台主营业务分行业、分产品情况表（占主营业务收入10%以上品种）	304
图表 369	2006年贵州茅台主营业务分行业、分产品情况表（占主营业务收入10%以上品种）	304
图表 370	2005年贵州茅台主营业务分地区情况表	304
图表 371	2006年贵州茅台主营业务分地区情况表	304
图表 372	2001-2006贵州茅台股份盈利情况图	304
图表 373	2007年前9个月总体运营情况表	305
图表 374	2007年前9个月经营效益情况表	306

图表 375	2003 - 2006年四川剑南春集团有限责任公司运行情况	308
图表 376	2003 - 2006年四川剑南春集团有限责任公司运行分析	308
图表 377	全兴股份的股东及控、参股子公司图	309
图表 378	2003 - 2006年四川全兴股份有限公司运行情况	310
图表 379	2003 - 2006年四川全兴股份有限公司运行分析	310
图表 380	2005年-2007年（1-9月）四川全兴股份总体运营情况	311
图表 381	2005年四川全兴股份有限公司主营业务分行业、产品情况表	311
图表 382	2006年四川全兴股份有限公司主营业务分行业、产品情况表	312
图表 383	2007年（1-6月）四川全兴股份有限公司主营业务分行业、产品情况表	312
图表 384	2005年四川全兴股份有限公司主营业务分地区情况	312
图表 385	2006年四川全兴股份有限公司主营业务分地区情况	313
图表 386	2007年9（1-6月）四川全兴股份有限公司主营业务分地区情况	313
图表 387	2005年-2007年（1-9月）四川全兴股份经营效益情况	313
图表 388	2003 - 2006年泸州老窖集团有限责任公司运行情况	316
图表 389	2003 - 2006年泸州老窖集团有限责任公司运行分析	316
图表 390	2005年-2007年1-9月泸州老窖股份运营情况表	317
图表 391	2005年泸州老窖主营业务分行业、产品情况	317
图表 392	2006年泸州老窖主营业务分行业情况	318
图表 393	2006年泸州老窖主营业务分产品情况	318
图表 394	2007年（1-6月）泸州老窖主营业务分产品情况	319
图表 395	2003-2006年泸州老窖白酒收入构成图	319
图表 396	2005年泸州老窖主营业务分地区情况	319
图表 397	2006年泸州老窖主营业务分地区情况	320
图表 398	2007年（1-6月）泸州老窖主营业务分地区情况	320
图表 399	2003-2006年公司毛利率和净利润率比较图	320
图表 400	2005-2007年（1-9月）泸州老窖股份经营效益分析图	321
图表 401	2006-2009年泸州老窖主要白酒业务收入及预测	323
图表 402	2006-2009年泸州老窖财务报表及预测	324
图表 403	2003 - 2006年安徽省古井集团有限责任公司运行情况	326
图表 404	2003 - 2006年安徽省古井集团有限责任公司运行分析	326
图表 405	2004-2007年（1-9月）古井贡酒股份经营情况表	327
图表 406	2005年安徽省古井集团主营业务分行业、产品情况表	327

图表 407	2006年安徽省古井集团主营业务分行业、产品情况表	328
图表 408	2007年（1-6月）安徽省古井集团主营业务分行业、产品情况表	328
图表 409	2005年安徽省古井集团按地区划分的经营情况	329
图表 410	2006年安徽省古井集团按地区划分的经营情况	329
图表 411	2007年（1-6月）安徽省古井集团按地区划分的经营情况	329
图表 412	2004-2007年（1-6月）古井贡酒股份经营效益情况	329
图表 413	2003 - 2006年山西省杏花村汾酒集团公司运行情况	332
图表 414	2003 - 2006年山西省杏花村汾酒集团公司运行分析	332
图表 415	2005-2007年（1-9月）山西杏花村汾酒股份总体情况	333
图表 416	2006年山西杏花村汾酒股份主营行业或产品情况	333
图表 417	2007年（1-9月）山西杏花村汾酒股份主营业务分行业、分产品情况	333
图表 418	2006年主营业务分地区情况	334
图表 419	2005-2007年（1-9月）山西杏花村汾酒股份经营效益分析	334
图表 420	2004年山西杏花村汾酒厂股份有限公司在建工程统计表	335
图表 421	2003 - 2006年四川沱牌集团有限公司运行情况	339
图表 422	2003 - 2006年四川沱牌集团有限公司运行分析	339
图表 423	2005-2007年（1-9月）四川沱牌股份总体经营情况	340
图表 424	2005年四川沱牌股份分行业、分产品情况表	340
图表 425	2006年四川沱牌集团主营业务分行业、产品情况表	341
图表 426	2007年（1-6月）四川沱牌集团主营业务分行业、产品情况表	341
图表 427	2006年四川沱牌股份分地区销售情况	341
图表 428	2007年（1-6月）四川沱牌股份分地区销售情况	342
图表 429	2005 - 2007年（1-6月）四川沱牌股份经营效益情况表	342
图表 430	2003 - 2006年湖南酒鬼酒股份公司运行情况	345
图表 431	2003 - 2006年湖南酒鬼酒股份公司运行分析	345
图表 432	2005-2007年（1-6月）湖南酒鬼酒股份总体运营情况	346
图表 433	2004-2005年湖南酒鬼酒股份公司分行业主营业务收入及成本情况	346
图表 434	2005-2006年湖南酒鬼酒股份公司分行业主营业务收入及成本情况	347
图表 435	2007年（1-6月）湖南酒鬼酒股份公司分行业、分产品情况	347
图表 436	2004-2005年湖南酒鬼酒股份公司分地区主营业务收入及成本	347
图表 437	2005-2006年湖南酒鬼酒股份公司分地区主营业务收入及成本情况	348
图表 438	2007年（1-6月）南酒鬼酒股份公司分地区经营情况	348

图表 439 2005-2007年（1-9月）湖南酒鬼酒股份经营效益营情况 349

图表 440 2004年湖南酒鬼酒股份有限公司投资项目统计表 351

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42644.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。