



艾凯咨询
ICAN Consulting

2007年中国白酒行业市场分析及 发展趋势研究报告（10月版）

一、调研说明

《2007年中国白酒行业市场分析及发展趋势研究报告（10月版）》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/42670.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

2007年1-8月，我国白酒行业增长表现优异，实现销售收入734 亿元，同比增长34%，超过同期食品制造业和饮料制造业29%和26%的增幅。实现利润总额92.7 亿元，同比增长53.55%，白酒行业的发展进入了全面繁荣阶段。当前，我国经济转向新的消费时期，白酒功能被赋予新的内涵，80后目标人群迅速成长，逐渐成为消费主流人群，而且这是一批喝着可乐与牛奶成长起来的，国际化意识与传统思想并存的人群，对于他们，大多数的白酒厂家都站在同一起跑线上。在这种情况下，低档白酒的消费量开始下降，而高档白酒成为商务交往、政务沟通的重要载体，消费量逐渐上升。高端白酒依靠特殊的文化底蕴和质量取胜，并带领整个白酒行业实现结构性转型，中国白酒将依靠其品牌和质量走向世界。

继2007年初洋酒巨头帝亚吉欧因为间接控制水井坊16.64%的股份而成为其第二大股东之后，5月中旬，享有盛名的文君酒被轩尼诗“拿下”，来自法国的洋股东将控股文君酒超过一半的股份。而安徽名酒天下井贡也被泰国IBHL所吞没。一时间，外资集体掀起了并购中国白酒企业的大旗。对于外资的并购，只有本国企业足够强大，才不会怕外来的‘侵略’”。纵观白酒行业的龙头企业，如茅台、五粮液等依然是“霸主”，他们的品牌价值以及市场占有率远远高于在我国市场上的洋酒。而那些不能肩负民族重任的酒类企业，迟早会被市场淘汰。全球化和经济民族主义，是可以并行不悖的。

从酒类消费角度看，我国人均白酒消费2.76升，消费者倾向低度和健康，白酒总体转向中档及中高档，餐饮业继续红火，家宴、婚宴等成为中高档白酒消费主力军。预计到2010年我国白酒行业销售收入将保持12%的平均增速，行业利润将保持25%左右的平均增速，白酒行业景气继续高位运行。根据我国消费增长趋势预测，2011年中国白酒市场（包括烈性洋酒）将达到2000亿元的销售规模。

本研究咨询报告依据国家统计局、中国商务部、国家海关总署、国务院发展研究中心、中国白酒工业协会、中国酿酒行业协会、中国轻工业协会、国民经济景气监测中心、中国行业研究网、国内外相关刊物的基础信息以及各省市相关统计单位等公布和提供的大量资料。报告对我国白酒行业的现状和发展、各项经营指标、消费者购买行为、竞争格局、发展趋势和行业领先企业等专题进行深入的研究，并对中国白酒行业各区域市场状况以及行业优势企业予以了重点分析，结合新时期的各方面因素，用数字说话、图文并茂，对中国白酒行业的

发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。报告还对国家相关政策进行了介绍和趋向研判，结合中研普华研究小组多年来的实践经验和对白酒行业发展的专业化把握，提出了可操作性创新建议。本报告是白酒生产、销售企业、研究机构、投资企业等单位准确了解当前我国白酒行业发展动态，把握企业定位和发展方向的重要决策依据。

【 目 录 】

第一部分 行业现状分析

第一章 白酒行业发展概况 1

第一节 白酒的基本知识 1

一、白酒的起源 1

二、白酒的工艺及分类 2

三、中国白酒的特点 8

四、白酒行业发展历程 9

五、白酒的度及其测定方法 10

第二节 2007版白酒分析方法 11

一、酒精度的测定 11

二、总酯的测定 12

三、色谱分析 12

四、固形物的测定 14

第二章 白酒行业发展环境分析 15

第一节 2007年我国的贸易形势及特点分析 15

一、2007年1-8月我国贸易概况 15

二、2007年1-8月我国外贸进出口的主要特点 17

三、2007年1-8月我国贸易顺差继续扩大 23

第二节 2007年三季度我国价格走势与趋势分析 26

一、当前价格形势评述 26

二、主要资产价格走势 28

三、国际价格水平的基本概况 29

四、当前价格走势的成因分析 31

五、未来GDP增长趋势预测	36
第三节 宏观环境对白酒市场的推动作用	41
一、宏观经济对白酒业的影响	41
二、国家政策对白酒业影响	44
三、其他因素对白酒业的影响	46
第四节 我国白酒法律法规分析	48
一、《反垄断法》对酒市的作用	48
二、酒类流通管理办法细则	50
三、白酒厂卫生规范	56
 第二部分 行业市场分析	
第三章 中国白酒行业发展分析	61
第一节 中国白酒行业发展现状	61
一、2007年1-8月我国白酒销售情况	61
二、2007年白酒行业景气度分析	63
三、白酒行业存在问题分析	64
四、白酒企业缔结“经销商同盟”	67
第二节 白酒行业SWOT及消费分析	68
一、行业特性SWOT分析	68
二、中国白酒的战略困惑	70
三、白酒“新文化运动”现象分析	73
四、白酒消费结构分析	85
五、白酒消费者分析	85
第三节 中高档白酒发展现状	89
一、中高档白酒价格分析	89
二、中高档白酒涨价原因及影响分析	90
三、中国高端白酒“功能价值”分析	93
四、高价白酒市场现状	99
 第四章 中国白酒市场运行分析	102
第一节 2007年中国白酒产量分析	102
一、2007年1-8月白酒产量全国统计	102

二、2007年1-8月白酒产量分地区统计	102
第二节 2007年中国白酒制造经济指标分析	112
一、2007年1-8月白酒制造企业销售收入排名	112
二、2007年1-8月白酒制造全国经济指标分析	113
三、2007年1-8月不同类型企业白酒制造经济指标合计	114
第三节 2007年1-8月中国白酒进出口分析	148
一、进口统计	148
二、出口统计	154

第五章 中国白酒区域市场状况 161

第一节 东北白酒市场分析 161

- 一、东北白酒营销现状 162
- 二、东北白酒深度分析 162
- 三、东北白酒的出路和机会 164
- 四、东北白酒的展望 167

第二节 江苏酒业市场分析 168

- 一、苏酒复苏的三大动力 168
- 二、苏酒打造白酒第三极 170
- 三、苏酒存在的问题分析 171

第三节 湖南白酒市场分析 172

- 一、湖南白酒市场特点分析 172
- 二、湖南白酒市场策略分析 174

第四节 其他地区白酒市场分析 177

- 一、大连白酒市场分析 177
- 二、南京白酒市场分析 180
- 三、陕西白酒市场分析 182
- 四、四川白酒市场分析 186
- 五、广东白酒市场分析 188

第三部分 行业替代品分析

第六章 白酒替代品市场分析 191

第一节 葡萄酒市场分析 191

一、2007年葡萄酒市场现状解析	191
二、2007年1-8月葡萄酒产量统计	195
三、中外葡萄酒竞争分析	201
四、我国葡萄酒进口分析	203
第二节 啤酒行业市场分析	206
一、啤酒行业的机遇与挑战	206
二、2007年啤酒酒商决战高端	208
三、2007年啤酒企业发展动态	212
四、2007年1-8月啤酒产量统计	213
第三节 我国黄酒行业市场分析	223
一、2007年黄酒行业发展状况	223
二、黄酒行业市场格局的变化	225
第四节 保健酒市场分析	228
一、2007保健酒发展状况	228
二、保健酒市场格局分析	230
三、2010年保健酒市场容量分析	231
第五节 其他酒类市场分析	232
一、2007年我国冰酒市场发展分析	232
二、洋酒在中国市场简析	234
三、2007年果酒市场发展分析	240

第四部分 行业竞争分析

第七章 白酒行业市场竞争分析	243
第一节 中国白酒行业竞争现状	243
一、新营销模式层出不穷	243
二、航母级经销商的出现	243
三、替代产品高速增长	243
四、“马太效应”越发明显	244
第二节 各档次白酒市场竞争分析	246
一、高端白酒市场竞争	246
二、中档白酒市场竞争	247
三、低端白酒市场竞争	248

四、白酒行业的并购分析	249
五、低度白酒与洋酒竞争分析	253
第三节 2007年中国白酒市场争鸣分析	253
一、喝白酒年龄之争	254
二、高档白酒的未来之争	255
三、“徽酒模式”之争	257
四、白酒企业战略之争	258
五、洋酒对的白酒威胁之争	261

第八章 白酒行业优势企业分析 266

第一节 五粮液集团有限公司 266

一、五粮液概况	266
二、公司的蜕变	267
三、2007年1-8月公司总产值	277
四、公司最新技术动态	277
五、公司财务数据	280

第二节 贵州茅台酒股份有限公司 286

一、公司概况	286
二、公司发展战略	287
三、公司的产品营销策略	292
四、2007年上半年公司业绩	294
五、公司财务数据	295

第三节 湖南酒鬼酒股份有限公司 299

一、公司概况	299
二、公司发展目标	300
三、公司发展策略	302
四、公司财务数据	305

第四节 泸州老窖股份有限公司 309

一、公司概况	309
二、公司双品牌战略	310
三、2007年1-9月公司经营状况	311
四、公司财务数据	312

第五节 山西杏花村汾酒集团有限责任公司 317

一、公司概况 317

二、公司第二故乡战略 318

三、2007年上半年公司经营状况 324

第六节 四川水井坊股份有限公司 325

一、公司概况 325

二、公司创新营销分析 326

三、2007年1-9月公司业绩 330

四、公司财务数据 331

第七节 四川沱牌曲酒股份有限公司 336

一、公司基本情况 336

二、公司财务数据 336

三、2007年上半年公司经营情况 341

第八节 湖北稻花香集团 343

一、公司基本情况 343

二、2007年9月公司业绩 343

第九节 安徽古井贡酒股份有限公司 344

一、公司基本情况 344

二、公司的战略回归 345

三、2007年公司新商业化任务 349

四、2007年上半年公司经营状况 353

五、公司财务数据 356

第十节 新疆伊力特实业股份有限公司 360

一、公司简介 360

二、公司财务数据 361

三、2007年上半年公司经营情况 366

第十一节 四川剑南春集团有限责任公司 366

一、公司概况 366

二、公司动态 367

三、剑南春的“道家思想” 370

第五部分 行业趋势及策略

第九章 白酒行业发展趋势分析	375
第一节 中国白酒业的发展趋势	375
一、2007年下半年白酒行业预测	375
二、白酒低度化发展趋势	378
三、高端白酒未来之路	381
第二节 2010年中国白酒业发展趋势	387
一、消费将回归于品质酒时代	390
二、竞争仍回旋于围城式模式	392
三、资本将回复于大鱼吃小鱼	395
第三节 白酒营销的新趋势	398
一、白酒竞争区域化程度增加	398
二、酒店承担二批商的功能趋势	399
三、电子商务等现代化手段的运用	400
第四节 中国白酒品牌发展趋势	402
一、全国与地方品牌之争	402
二、新兴渠道上品牌力量的弱化	402
三、产品在渠道上的细分	403
四、厂家和经销商的若即若离	403
第十章 白酒行业发展策略分析	406
第一节 白酒产业的差异化发展	406
一、产品差异化	406
二、形象差异化	407
三、市场差异化	409
四、服务差异化	413
第二节 中国白酒行业的竞争策略分析	414
一、白酒国际化的路径选择	414
二、红酒与白酒的倒挂营销	416
三、现代白酒的“创新”意识	418
四、白酒二线品牌扩张策略	422
五、白酒进入酒店终端策略	424
第三节 中国白酒的蓝海战略	428

一、白酒企业寻找蓝海的判断	428
二、白酒企业开辟蓝海的方向	433
第四节 白酒新品牌赢得市场的战略	435
一、创建品牌核心价值	436
二、实效的核心营销模式提炼	439
三、独特的企业核心竞争能力打造	442

图表目录

图表：2007年我国对外贸易进出口趋势	15
图表：2007年1-8月我国钢铁、铜及铝进口量走势	18
图表：2007年1-8月我国纺织原料及制品类章进口额走势	19
图表：2007年1-8月我国小麦及大麦进口数量走势	19
图表：2007年1-8月我国资源类产品出口量走势	21
图表：2007年我国贸易顺差变化图	24
图表：白酒行业SWOT分析	70
图表：白酒购买类型调查图	86
图表：白酒行业影响消费者购买动机调查表	86
图表：白酒市场消费者购买方式调查分析图	87
图表：白酒市场消费者购买目的调查分析图	88
图表：消费者对白酒广告和促销影响力的态度调查分析图	88
图表：2007年1-8月白酒产量全国统计	102
图表：2007年1-8月白酒产量北京市统计	102
图表：2007年1-8月白酒产量天津市统计	102
图表：2007年1-8月白酒产量河北省统计	103
图表：2007年1-8月白酒产量山西省统计	103
图表：2007年1-8月白酒产量辽宁省统计	103
图表：2007年1-8月白酒产量吉林省统计	104
图表：2007年1-8月白酒产量黑龙江省统计	104
图表：2007年1-8月白酒产量上海市统计	104
图表：2007年1-8月白酒产量江苏省统计	105
图表：2007年1-8月白酒产量浙江省统计	105
图表：2007年1-8月白酒产量安徽省统计	105

图表：2007年1-8月白酒产量福建省统计	105
图表：2007年1-8月白酒产量江西省统计	106
图表：2007年1-8月白酒产量山东省统计	106
图表：2007年1-8月白酒产量河南省统计	106
图表：2007年1-8月白酒产量湖北省统计	107
图表：2007年1-8月白酒产量湖南省统计	107
图表：2007年1-8月白酒产量广东省统计	107
图表：2007年1-8月白酒产量广西区统计	108
图表：2007年1-8月白酒产量海南省统计	108
图表：2007年1-8月白酒产量重庆市统计	108
图表：2007年1-8月白酒产量四川省统计	108
图表：2007年1-8月白酒产量贵州省统计	109
图表：2007年1-8月白酒产量云南省统计	109
图表：2007年1-8月白酒产量陕西省统计	109
图表：2007年1-8月白酒产量甘肃省统计	110
图表：2007年1-8月白酒产量新疆区统计	110
图表：2007年1-8月白酒产量宁夏区统计	110
图表：2007年1-8月白酒产量内蒙古地区统计	111
图表：2007年1-8月白酒产量青海省统计	111
图表：2007年1-8月白酒产量西藏地区统计	111
图表：2007年2月白酒制造企业销售收入前十位排名	112
图表：2007年5月白酒制造企业销售收入前十位排名	112
图表：2007年8月白酒制造企业销售收入前十位排名	112
图表：2007年1-8月白酒制造全国经济指标合计	113
图表：2007年1-8月白酒制造国有企业全国经济指标合计	114
图表：2007年1-8月白酒制造国有大型企业全国经济指标合计	116
图表：2007年1-8月白酒制造国有中型企业全国经济指标合计	117
图表：2007年1-8月白酒制造国有小型企业全国经济指标合计	118
图表：2007年1-8月白酒制造集体企业全国经济指标合计	120
图表：2007年1-8月白酒制造中型集体企业全国经济指标合计	121
图表：2007年1-8月白酒制造小型集体企业全国经济指标合计	123
图表：2007年1-8月白酒制造股份合作企业全国经济指标合计	124

图表：2007年1-8月白酒制造中型股份合作企业全国经济指标合计	125
图表：2007年1-8月白酒制造小型股份合作企业全国经济指标合计	127
图表：2007年1-8月白酒制造股份制企业全国经济指标合计	128
图表：2007年1-8月白酒制造大型股份制企业全国经济指标合计	130
图表：2007年1-8月白酒制造中型股份制企业全国经济指标合计	131
图表：2007年1-8月白酒制造小型股份制企业全国经济指标合计	132
图表：2007年1-8月白酒制造私营企业全国经济指标合计	134
图表：2007年1-8月白酒制造中型私营企业全国经济指标合计	135
图表：2007年1-8月白酒制造小型私营企业全国经济指标合计	136
图表：2007年1-8月外商及港澳台投资白酒制造企业全国经济指标合计	138
图表：2007年1-8月白酒制造外商及港澳台投资中型企业全国经济指标合计	139
图表：2007年1-8月白酒制造外商及港澳台投资小型企业全国经济指标合计	141
图表：2007年1-8月白酒制造其他企业全国经济指标合计	142
图表：2007年1-8月白酒制造其他大型企业全国经济指标合计	143
图表：2007年1-8月白酒制造其他中型企业全国经济指标合计	145
图表：2007年1-8月白酒制造其他小型企业全国经济指标合计	146
图表：2007年1月浓度大于80%的乙醇等酒精进口统计	148
图表：2007年2月浓度大于80%的乙醇等酒精进口统计	148
图表：2007年3月浓度大于80%的乙醇等酒精进口统计	148
图表：2007年4月浓度大于80%的乙醇等酒精进口统计	149
图表：2007年5月浓度大于80%的乙醇等酒精进口统计	149
图表：2007年6月浓度大于80%的乙醇等酒精进口统计	149
图表：2007年7月浓度大于80%的乙醇等酒精进口统计	150
图表：2007年8月浓度大于80%的乙醇等酒精进口统计	150
图表：2007年1月浓度小于80%的未改性乙醇蒸馏酒等进口统计	150
图表：2007年2月浓度小于80%的未改性乙醇蒸馏酒等进口统计	151
图表：2007年3月浓度小于80%的未改性乙醇蒸馏酒等进口统计	151
图表：2007年4月浓度小于80%的未改性乙醇蒸馏酒等进口统计	152
图表：2007年5月浓度小于80%的未改性乙醇蒸馏酒等进口统计	152
图表：2007年6月浓度小于80%的未改性乙醇蒸馏酒等进口统计	153
图表：2007年7月浓度小于80%的未改性乙醇蒸馏酒等进口统计	153
图表：2007年8月浓度小于80%的未改性乙醇蒸馏酒等进口统计	154

图表：2007年1月浓度大于80%的乙醇等酒精出口统计	154
图表：2007年2月浓度大于80%的乙醇等酒精出口统计	154
图表：2007年3月浓度大于80%的乙醇等酒精出口统计	155
图表：2007年4月浓度大于80%的乙醇等酒精出口统计	155
图表：2007年5月浓度大于80%的乙醇等酒精出口统计	155
图表：2007年6月浓度大于80%的乙醇等酒精出口统计	156
图表：2007年7月浓度大于80%的乙醇等酒精出口统计	156
图表：2007年8月浓度大于80%的乙醇等酒精出口统计	156
图表：2007年1月浓度小于80%的未改性乙醇蒸馏酒等出口统计	157
图表：2007年2月浓度小于80%的未改性乙醇蒸馏酒等出口统计	157
图表：2007年3月浓度小于80%的未改性乙醇蒸馏酒等出口统计	157
图表：2007年4月浓度小于80%的未改性乙醇蒸馏酒等出口统计	158
图表：2007年5月浓度小于80%的未改性乙醇蒸馏酒等出口统计	158
图表：2007年6月浓度小于80%的未改性乙醇蒸馏酒等出口统计	159
图表：2007年7月浓度小于80%的未改性乙醇蒸馏酒等出口统计	159
图表：2007年8月浓度小于80%的未改性乙醇蒸馏酒等出口统计	160
图表：2007年1-8月葡萄酒产量全国统计	195
图表：2007年1-8月葡萄酒产量北京市统计	195
图表：2007年1-8月葡萄酒产量天津市统计	195
图表：2007年1-8月葡萄酒产量河北省统计	196
图表：2007年1-8月葡萄酒产量辽宁省统计	196
图表：2007年1-8月葡萄酒产量吉林省统计	196
图表：2007年1-8月葡萄酒产量黑龙江省统计	196
图表：2007年1-8月葡萄酒产量上海市统计	197
图表：2007年1-8月葡萄酒产量安徽省统计	197
图表：2007年1-8月葡萄酒产量福建省统计	197
图表：2007年1-8月葡萄酒产量山东省统计	198
图表：2007年1-8月葡萄酒产量河南省统计	198
图表：2007年1-8月葡萄酒产量湖南省统计	198
图表：2007年1-8月葡萄酒产量四川省统计	199
图表：2007年1-8月葡萄酒产量贵州省统计	199
图表：2007年1-8月葡萄酒产量云南省统计	199

图表：2007年1-8月葡萄酒产量陕西省统计	199
图表：2007年1-8月葡萄酒产量甘肃省统计	200
图表：2007年1-8月葡萄酒产量新疆区统计	200
图表：2007年1-8月葡萄酒产量宁夏区统计	200
图表：2007年1-8月葡萄酒产量内蒙古地区统计	201
图表：2007年1-8月啤酒产量全国统计	213
图表：2007年1-8月啤酒产量北京市统计	214
图表：2007年1-8月啤酒产量天津市统计	214
图表：2007年1-8月啤酒产量河北省统计	214
图表：2007年1-8月啤酒产量山西省统计	215
图表：2007年1-8月啤酒产量辽宁省统计	215
图表：2007年1-8月啤酒产量吉林省统计	215
图表：2007年1-8月啤酒产量黑龙江省统计	215
图表：2007年1-8月啤酒产量上海市统计	216
图表：2007年1-8月啤酒产量江苏省统计	216
图表：2007年1-8月啤酒产量浙江省统计	216
图表：2007年1-8月啤酒产量安徽省统计	217
图表：2007年1-8月啤酒产量福建省统计	217
图表：2007年1-8月啤酒产量江西省统计	217
图表：2007年1-8月啤酒产量山东省统计	218
图表：2007年1-8月啤酒产量河南省统计	218
图表：2007年1-8月啤酒产量湖北省统计	218
图表：2007年1-8月啤酒产量湖南省统计	218
图表：2007年1-8月啤酒产量广东省统计	219
图表：2007年1-8月啤酒产量广西区统计	219
图表：2007年1-8月啤酒产量海南省统计	219
图表：2007年1-8月啤酒产量重庆市统计	220
图表：2007年1-8月啤酒产量四川省统计	220
图表：2007年1-8月啤酒产量贵州省统计	220
图表：2007年1-8月啤酒产量云南省统计	221
图表：2007年1-8月啤酒产量陕西省统计	221
图表：2007年1-8月啤酒产量甘肃省统计	221

图表：2007年1-8月啤酒产量新疆区统计	221
图表：2007年1-8月啤酒产量宁夏区统计	222
图表：2007年1-8月啤酒产量内蒙古地区统计	222
图表：2007年1-8月啤酒产量西藏地区统计	222
图表：2006年9月-2007年6月宜宾五粮液股份有限公司主营业务收入表	280
图表：2006年9月-2007年6月宜宾五粮液股份有限公司主营业务利润表	281
图表：2006年9月-2007年6月宜宾五粮液股份有限公司营业利润表	281
图表：2006年9月-2007年6月宜宾五粮液股份有限公司利润总额表	281
图表：2006年9月-2007年6月宜宾五粮液股份有限公司净利润表	281
图表：2006年9月-2007年6月宜宾五粮液股份有限公司经营活动产生的现金流量表	282
图表：2006年9月-2007年6月宜宾五粮液股份有限公司投资活动产生的现金流量表	283
图表：2006年9月-2007年6月宜宾五粮液股份有限公司每股指标表	284
图表：2006年9月-2007年6月宜宾五粮液股份有限公司偿债能力表	284
图表：2006年9月-2007年6月宜宾五粮液股份有限公司经营能力表	285
图表：2006年9月-2007年6月宜宾五粮液股份有限公司获利能力表	285
图表：2006年9月-2007年6月宜宾五粮液股份有限公司发展能力表	286
图表：2006年9月-2007年6月宜宾五粮液股份有限公司资本结构表	286
图表：2006年9月-2007年6月宜宾五粮液股份有限公司现金流量分析表	286
图表：2006年9月-2007年6月贵州茅台酒股份有限公司主营业务收入表	295
图表：2006年9月-2007年6月贵州茅台酒股份有限公司主营业务利润表	295
图表：2006年9月-2007年6月贵州茅台酒股份有限公司营业利润表	296
图表：2006年9月-2007年6月贵州茅台酒股份有限公司利润总额表	296
图表：2006年9月-2007年6月贵州茅台酒股份有限公司净利润表	296
图表：2006年9月-2007年6月贵州茅台酒股份有限公司每股指标表	297
图表：2006年9月-2007年6月贵州茅台酒股份有限公司偿债能力表	297
图表：2006年9月-2007年6月贵州茅台酒股份有限公司经营能力表	298
图表：2006年9月-2007年6月贵州茅台酒股份有限公司获利能力表	298
图表：2006年9月-2007年6月贵州茅台酒股份有限公司发展能力表	299
图表：2006年9月-2007年6月贵州茅台酒股份有限公司资本结构表	299
图表：2006年9月-2007年6月贵州茅台酒股份有限公司现金流量分析表	299
图表：2006年9月-2007年6月酒鬼酒股份有限公司主营业务收入表	305
图表：2006年9月-2007年6月酒鬼酒股份有限公司主营业务利润表	305

图表：2006年9月-2007年6月酒鬼酒股份有限公司营业利润表	306
图表：2006年9月-2007年6月酒鬼酒股份有限公司利润总额表	306
图表：2006年9月-2007年6月酒鬼酒股份有限公司净利润表	306
图表：2006年9月-2007年6月酒鬼酒股份有限公司每股指标表	307
图表：2006年9月-2007年6月酒鬼酒股份有限公司偿债能力表	307
图表：2006年9月-2007年6月酒鬼酒股份有限公司经营能力表	308
图表：2006年9月-2007年6月酒鬼酒股份有限公司获利能力表	308
图表：2006年9月-2007年6月酒鬼酒股份有限公司发展能力表	309
图表：2006年9月-2007年6月酒鬼酒股份有限公司资本结构表	309
图表：2006年9月-2007年6月酒鬼酒股份有限公司现金流量分析表	309
图表：2006年9月-2007年6月泸州老窖股份有限公司主营业务收入表	312
图表：2006年9月-2007年6月泸州老窖股份有限公司主营业务利润表	312
图表：2006年9月-2007年6月泸州老窖股份有限公司营业利润表	313
图表：2006年9月-2007年6月泸州老窖股份有限公司利润总额表	313
图表：2006年9月-2007年6月泸州老窖股份有限公司净利润表	313
图表：2006年9月-2007年6月泸州老窖股份有限公司每股指标表	314
图表：2006年9月-2007年6月泸州老窖股份有限公司偿债能力表	314
图表：2006年9月-2007年6月泸州老窖股份有限公司经营能力表	315
图表：2006年9月-2007年6月泸州老窖股份有限公司获利能力表	315
图表：2006年9月-2007年6月泸州老窖股份有限公司发展能力表	316
图表：2006年9月-2007年6月泸州老窖股份有限公司资本结构表	316
图表：2006年9月-2007年6月泸州老窖股份有限公司现金流量分析表	316
图表：2006年9月-2007年6月四川水井坊股份有限公司主营业务收入表	331
图表：2006年9月-2007年6月四川水井坊股份有限公司主营业务利润表	331
图表：2006年9月-2007年6月四川水井坊股份有限公司营业利润表	332
图表：2006年9月-2007年6月四川水井坊股份有限公司利润总额表	332
图表：2006年9月-2007年6月四川水井坊股份有限公司净利润表	332
图表：2006年9月-2007年6月四川水井坊股份有限公司每股指标表	333
图表：2006年9月-2007年6月四川水井坊股份有限公司偿债能力表	333
图表：2006年9月-2007年6月四川水井坊股份有限公司经营能力表	334
图表：2006年9月-2007年6月四川水井坊股份有限公司获利能力表	334
图表：2006年9月-2007年6月四川水井坊股份有限公司发展能力表	335

图表：2006年9月-2007年6月四川水井坊股份有限公司资本结构表	335
图表：2006年9月-2007年6月四川水井坊股份有限公司现金流量分析表	335
图表：2006年9月-2007年6月四川沱牌曲酒股份有限公司主营业务收入表	336
图表：2006年9月-2007年6月四川沱牌曲酒股份有限公司主营业务利润表	337
图表：2006年9月-2007年6月四川沱牌曲酒股份有限公司营业利润表	337
图表：2006年9月-2007年6月四川沱牌曲酒股份有限公司利润总额表	337
图表：2006年9月-2007年6月四川沱牌曲酒股份有限公司净利润表	338
图表：2006年9月-2007年6月四川沱牌曲酒股份有限公司每股指标表	338
图表：2006年9月-2007年6月四川沱牌曲酒股份有限公司偿债能力表	339
图表：2006年9月-2007年6月四川沱牌曲酒股份有限公司经营能力表	339
图表：2006年9月-2007年6月四川沱牌曲酒股份有限公司获利能力表	340
图表：2006年9月-2007年6月四川沱牌曲酒股份有限公司发展能力表	340
图表：2006年9月-2007年6月四川沱牌曲酒股份有限公司资本结构表	341
图表：2006年9月-2007年6月四川沱牌曲酒股份有限公司现金流量分析表	341
图表：2006年9月-2007年6月安徽古井贡酒股份有限公司主营业务收入表	356
图表：2006年9月-2007年6月安徽古井贡酒股份有限公司主营业务利润表	356
图表：2006年9月-2007年6月安徽古井贡酒股份有限公司营业利润表	356
图表：2006年9月-2007年6月安徽古井贡酒股份有限公司利润总额表	357
图表：2006年9月-2007年6月安徽古井贡酒股份有限公司净利润表	357
图表：2006年9月-2007年6月安徽古井贡酒股份有限公司每股指标表	357
图表：2006年9月-2007年6月安徽古井贡酒股份有限公司偿债能力表	358
图表：2006年9月-2007年6月安徽古井贡酒股份有限公司经营能力表	358
图表：2006年9月-2007年6月安徽古井贡酒股份有限公司获利能力表	359
图表：2006年9月-2007年6月安徽古井贡酒股份有限公司发展能力表	359
图表：2006年9月-2007年6月安徽古井贡酒股份有限公司资本结构表	360
图表：2006年9月-2007年6月安徽古井贡酒股份有限公司现金流量分析表	360
图表：2006年9月-2007年6月新疆伊力特实业股份有限公司主营业务收入表	361
图表：2006年9月-2007年6月新疆伊力特实业股份有限公司主营业务利润表	362
图表：2006年9月-2007年6月新疆伊力特实业股份有限公司营业利润表	362
图表：2006年9月-2007年6月新疆伊力特实业股份有限公司利润总额表	362
图表：2006年9月-2007年6月新疆伊力特实业股份有限公司净利润表	363
图表：2006年9月-2007年6月新疆伊力特实业股份有限公司每股指标表	363

图表：2006年9月-2007年6月新疆伊力特实业股份有限公司偿债能力表 364
图表：2006年9月-2007年6月新疆伊力特实业股份有限公司经营能力表 364
图表：2006年9月-2007年6月新疆伊力特实业股份有限公司获利能力表 365
图表：2006年9月-2007年6月新疆伊力特实业股份有限公司发展能力表 365
图表：2006年9月-2007年6月新疆伊力特实业股份有限公司资本结构表 366
图表：2006年9月-2007年6月新疆伊力特实业股份有限公司现金流量分析表 366
图表：2007年下半年白酒行业走势预测 375

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42670.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。