

# 2015-2020年中国黄酒市场分析及投资策略研究报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2015-2020年中国黄酒市场分析及投资策略研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/180576.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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、报告目录及图表目录

黄酒是世界上最古老的酒类之一，源于中国，且唯中国有之，与啤酒、葡萄酒并称世界三大古酒。约在三千多年前，商周时代，中国人独创酒曲复式发酵法，开始大量酿制黄酒。黄酒产地较广，品种很多，著名的有山东即墨老酒、江西吉安固江冬酒，无锡惠泉酒、绍兴状元红、绍兴女儿红、张家港的沙洲优黄、吴江的吴宫老酒、百花漾等桃源黄酒；上海老酒、鹤壁豫鹤双黄、福建闽安老酒、江西九江封缸酒、江苏白蒲黄酒（水明楼）、江苏金坛和丹阳的封缸酒、河南双黄酒、广东客家娘酒、张家口北宗黄酒和绍兴加饭酒（花雕酒等）、广东珍珠红酒等。

黄酒以大米、黍米、粟为原料，一般酒精含量为14%—20%，属于低度酿造酒。黄酒含有丰富的营养，含有21种氨基酸，其中包括有数种未知氨基酸，而人体自身不能合成必须依靠食物摄取8种必需氨基酸黄酒都具备，故被誉为“液体蛋糕”。

黄酒行业收入和利润增长较快，但销量增速已经放缓。据国家统计局数据显示，2008-2014年黄酒行业的收入由74.62亿元增长到153.91亿元，复合增长率为15.58%；利润总额由6.20亿元增长到17.12亿元，复合增长率达到22.53%。而Euromonitor数据显示，黄酒行业2008-2013年销量从17.8亿升增长到了22.8亿升，年复合增长率为5.10%。而从黄酒平均单价可以看到近年来黄酒平均价格上涨速度较快。

黄酒是中国的汉族特产，属于酿造酒。在世界四大酿造酒（白酒、黄酒、葡萄酒和啤酒）中占有重要的一席。酿酒技术独树一帜，成为东方酿造界的典型代表和楷模。

黄酒与啤酒、葡萄酒并列世界三大古酒，其产品核心卖点十分突出，销售主张也很容易提炼。另外，现代消费趋势也有助推黄酒销售的迹象，因为黄酒比之于白酒，其更健康、低度，具有保健作用。因此，黄酒的竞争优势应该是非常明显的。但残酷的市场现实并非如此，黄酒产量在我国整体饮料酒总量中，仅占4%，一直徘徊在130万吨上下，而绍兴黄酒基本维持在25万吨左右，约占黄酒行业的20%。与国内白酒、啤酒、葡萄酒行业规模相比较，黄酒业较为弱小。

黄酒产业在经历长时间沉寂之后于2002年起重现生机，黄酒产量年均增长近10%。这一时期的快速发展与宏观经济的带动，海派黄酒于2002年起的营销发力，以及以古越龙山和会稽山为代表的老牌浙江企业的全国市场拓展努力有关。黄酒产品与生俱来的健康属性，以及黄酒产品升级趋势表明黄酒行业未来发展空间依然巨大。但由于2002年以来黄酒行业已经历了一轮产销量快速扩张阶段，因此未来几年黄酒产销量预计将回落至低个位数增长，短期内行业主要看点仍是产品结构提升。优势企业开始关注高价酒营销，年份酒市场逐渐扩大以及通胀背景均为黄酒企业携手改善产品结构、提高产品售价提供契机。

从发展前景来看，黄酒产业实现二次腾飞（指产销量再次达到甚至超过02-07年水平）的关键仍在于突破江浙沪传统消费市场。开发异地消费市场需要庞大而持续的营销投入，行业现时较为分散的格局使得先行者一方面缺乏足够资金实力，另一方面又顾虑自己的努力会换

来竞争对手搭乘便车的可能。因此黄酒行业整合必须先于江浙沪传统消费市场的突破。相信黄酒行业整合将遵循先形成省内市场垄断地位、再形成江浙沪市场控制力、地区龙头最终走向全国市场的步骤。

黄酒发展至今生产企业已有700家左右，平均年产量2000—3000吨，但主要以作坊式生产为主，仅有1/4左右的企业实现了机械化和半机械化生产。据统计，黄酒行业生产规模在千吨以下的企业占80%，万吨以上的有近30家，4万吨以上的企业只有5家。2004年，黄酒行业规模以上企业的数量增加了11家，伴随新进入者的进入，预计未来两年黄酒行业内厂商的竞争将进一步加剧。尽管行业内销售收入前5位的企业已获得全行业55%左右的收入，但是前5位企业的产量规模仅占行业的14%左右，从规模化生产看，黄酒行业的集中度仍然较低。

此外，由于传统的消费习惯影响，黄酒的生产、消费主要集中在江浙沪地区，三地合计黄酒产量、消费量分别占全国黄酒总产量、总消费量的83%和70%。2003年以来，黄酒市场的多元化发展倾向逐渐显现，黄酒的传统销售区域之外的销售额迅速上升。此外，2004年黄酒的出口量同比增加了20%左右。统计数据显示，2001年以来，黄酒产量的增长率回升，2003年和2004年分别达到7.1%和20%。2004年全行业销售收入37.7亿元，利润总额2.98亿元，同比增长10.23%和14.18%。这也一定程度上反映出中国的黄酒行业正步入一个新的成长期。

国家酿酒行业政策对于发展黄酒来说是积极的。根据“十五”计划和2015年规划，黄酒产量要从2000年的145万吨增加到2015年的250—280万吨。黄酒行业仍然有很大的增长空间。黄酒作为酒类产品中消费税负最轻的品系，也体现了国家对黄酒行业的扶持。

随着居民收入水平的提高、消费结构升级和人们对健康重视程度的提升，消费者在选择酒类产品时，日趋倾向于选择具备低酒精度、营养保健等特点的健康酒类产品，烈性酒消费被替代的趋势日益突显。中国酒类消费习惯发生改变，含白酒的烈性酒消费量占比逐步萎缩，从2005年的10.1%下降到2011年的7.8%。与海外市场相比，中国烈性酒所占比例仍然过高，欧美国家烈性酒消费量占酒类消费量比例一般在4%-6%左右。未来，中国烈性酒消费量比例将进一步下降，于此同时黄酒等其他健康酒类将得到快速发展。

2006-2011年，由于产品升级，黄酒行业销售收入、利润总额年均复合增长率分别达14.13%、28.39%；而同期黄酒行业产量的年均复合增长率为27.52%。黄酒行业利润总额的增速大于产量的增速，如下图所示。2006-2011年中国黄酒行业主要经营指标

在众多白酒替代品中，由于黄酒具有低度、保健两大健康优势，可以同时满足酒类消费者“饮用”和“健康”的两大需求，因此黄酒具备了替代白酒的天然优势，将成为白酒最有潜力的替代者。同时，伴随着深厚的中国文化底蕴因素，未来黄酒的消费需求量有望出现较大幅度增长。

黄酒产品结构调整已经开始。通过企业产品升级，黄酒行业自2006年起利润总额增速大

幅超过产量增速。黄酒行业已逐渐摆脱单纯依靠“以量取胜”的低毛利发展模式，逐渐拓展追求高品质、高价格细分市场的高毛利发展模式。

就渗透率而言，2011年我国人均黄酒产量仅相当于人均白酒产量的约14%。2011年，我国人均黄酒产量仅约1.2升/人，明显小于人均白酒产量。未来，随着黄酒口感的改良，产品结构的调整、“健康消费”理念的进一步推广和消费升级等诸多内在、外在因素的影响，黄酒消费将突破地域限制由江浙沪向全国拓展，黄酒的渗透率有望进一步提高。

从营养学角度分析，黄酒含有多种有益健康的微量元素及氨基酸，包括硒、锌等元素，是一种适当饮用有益健康的酒种，具有较高的性价比。因此，黄酒越来越获得消费者的喜爱，消费量不断增加，消费区域逐步扩展。黄酒由于符合中国人的口感、文化品位等内在因素以及消费升级、产品结构调整、口味改良等诸多外在因素的影响，黄酒生产和消费的区域性在逐渐被打破。江浙沪地区的黄酒产量占全国比重已由2006年的88.2%下降至2010年的71.9%。2007-2011年，安徽、福建、湖南、陕西等非传统黄酒消费区域的销售收入年均复合增长率约为47%至63%。

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家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。

报告目录：

## 第一部分 黄酒行业运行现状

### 第一章 黄酒行业相关概述

#### 第一节 我国酒行业发展概况

##### 一、古代酒业发展

##### 二、近代酒业发展

##### 三、现代酒业发展

#### 第二节 黄酒的定义及分类

##### 一、黄酒的定义

##### 二、黄酒的分类

##### 三、黄酒的特性

##### 四、黄酒的用途

#### 第三节 黄酒的酿造与历史渊源

##### 一、黄酒酿造的原料

##### 二、黄酒的生产工艺

##### 三、黄酒的历史渊源

#### 第四节 黄酒产业链分析

## 一、市场特点

## 二、行业经济特性

## 三、产业链结构分析

### 第五节 我国酒业文化发展现状

#### 一、我国酒文化的概况

#### 二、中国酒文化面临的问题

#### 三、发掘和建设中国酒业先进文化

## 第二章 中国黄酒行业发展现状分析

### 第一节 2013-2014年黄酒行业发展现状

### 第二节 2013-2014年黄酒企业发展分析

#### 一、黄酒企业发展存在的问题

#### 二、黄酒企业战略发展分析

### 第三节 2013-2014年黄酒行业经济运行分析

#### 一、2013-2014年黄酒行业产值分析

#### 二、2013-2014年黄酒行业效益分析

#### 三、2013-2014年黄酒行业进出口分析

### 第四节 2013-2014年黄酒市场发展分析

#### 一、2013-2014年黄酒市场分析

#### 二、2014年黄酒市场变化分析

#### 三、2015-2020年黄酒市场走势分析

### 第五节 黄酒行业面临的挑战及发展建议

#### 一、黄酒行业发展面临的难题

#### 二、黄酒行业发展建议

## 第三章 黄酒行业市场环境及影响分析（PEST）

### 第一节 黄酒行业政治法律环境（P）

#### 一、行业管理体制分析

#### 二、行业主要法律法规

#### 三、黄酒行业标准

#### 四、政策环境对行业的影响

### 第二节 行业经济环境分析（E）

#### 一、国际宏观经济形势分析

##### 1、主要经济体运行情况

##### 2、世界经济发展与政策展望

## 二、国内宏观经济形势分析

- 1、当前经济运行形势分析
- 2、当前经济运行中的主要问题
- 3、未来宏观调控政策取向分析

## 三、宏观经济环境对行业的影响分析

### 第三节 行业社会环境分析（S）

#### 一、黄酒产业社会环境

- 1、人口环境分析
- 2、教育环境分析
- 3、文化环境分析
- 4、中国城镇化率

#### 二、黄酒产业发展对社会发展的影响

### 第四节 行业技术环境分析（T）

#### 一、传统黄酒酿造工艺

- 1、摊饭法
- 2、喂饭法
- 3、淋饭法

#### 二、新型黄酒酿造工艺

#### 三、行业主要技术发展趋势

#### 四、技术环境对行业的影响

## 第四章 中国黄酒行业市场营销战略分析

### 第一节 黄酒企业营销分析

- 一、黄酒市场营销现状
- 二、当前黄酒的营销问题
- 三、黄酒营销的变革方向

### 第二节 黄酒营销渠道分析

- 一、黄酒营销渠道构成
- 二、黄酒营销渠道策略分析

## 第二部分 黄酒行业全景调研

### 第五章 中国黄酒行业数据监测

#### 第一节 2013-2014年黄酒行业总体规模分析

- 一、2013-2014年黄酒企业数量结构分析
- 二、2013-2014年黄酒行业生产规模分析

## 第二节 2013-2014年黄酒行业产销分析

- 一、2013-2014年黄酒行业产成品情况总体分析
- 二、2013-2014年黄酒行业产品销售收入总体分析

## 第三节 2013-2014年黄酒行业盈利能力分析

- 一、黄酒行业销售利润率
- 二、黄酒行业亏损面

## 第四节 2013-2014年黄酒行业偿债能力分析

- 一、黄酒行业资产负债比率
- 二、黄酒行业利息保障倍数

## 第五节 2013-2014年黄酒行业营运能力分析

- 一、黄酒行业应收帐款周转率
- 二、黄酒行业总资产周转率

## 第六节 2013-2014年黄酒行业发展能力分析

- 一、黄酒行业总资产增长率
- 二、黄酒行业利润总额增长率
- 三、黄酒行业主营业务收入增长率

## 第六章 中国黄酒行业发展分析

### 第一节 2013-2014年黄酒行业发展现状

- 一、黄酒行业的发展史
- 二、黄酒市场变化分析
- 三、2014年黄酒市场运行分析
- 四、黄酒质量情况分析
- 五、黄酒市场现状分析

### 第二节 2013-2014年黄酒市场供需分析

- 一、黄酒的产销需求分析
- 二、影响黄酒市场需求的因素

### 第三节 黄酒行业产量分析

## 第七章 中国黄酒行业发展分析

### 第一节 2013-2014年黄酒市场发展分析

- 一、黄酒发展分析
- 二、黄酒市场发展有利因素分析
- 三、黄酒市场消费特点分析

### 第二节 2013-2014年黄酒出口状况分析



## 一、黄酒出口数量及金额分析

## 二、黄酒主要出口市场分析

### 第三节 2013-2014年黄酒行业存在的问题及对策

#### 一、黄酒产品问题分析

#### 二、黄酒行业存在的问题

## 第三部分 黄酒行业竞争格局

### 第八章 中国黄酒行业竞争格局分析

#### 第一节 2013-2014年黄酒行业竞争结构分析

##### 一、黄酒技术创新竞争

##### 二、黄酒销售渠道竞争

##### 三、行业的主要进入壁垒

#### 第二节 2013-2014年黄酒区域市场格局分析

### 第九章 中国黄酒市场竞争分析

#### 第一节 2013-2014年黄酒行业集中度分析

##### 一、黄酒市场集中度分析

##### 二、黄酒区域集中度分析

#### 第二节 2013-2014年黄酒市场竞争分析

##### 一、黄酒市场竞争现状分析

##### 二、黄酒企业竞争动态分析

##### 三、黄酒行业竞争策略研究

### 第十章 黄酒区域状况分析

#### 第一节 黄酒销售地域性特征明显

#### 第二节 黄酒生产区域格局分析

### 第十一章 黄酒行业竞争格局分析

#### 第一节 行业竞争态势分析

##### 一、黄酒行业的优势分析

##### 二、黄酒行业的劣势分析

##### 三、黄酒行业的机会分析

##### 四、黄酒行业的威胁分析

#### 第二节 中国黄酒行业竞争格局综述

##### 一、2014年黄酒企业与品牌数量

## 二、2014年黄酒行业竞争格局与发展趋势分析

### 第十二章 黄酒企业竞争策略分析

#### 第一节 黄酒市场竞争策略分析

- 一、黄酒市场增长潜力分析
- 二、典型企业产品竞争策略分析

#### 第二节 黄酒企业竞争策略分析

- 一、欧债危机对黄酒行业竞争格局的影响
- 二、2015-2020年我国黄酒市场竞争趋势
- 三、2015-2020年黄酒行业竞争格局展望
- 四、2015-2020年黄酒行业市场竞争力展望

### 第十三章 主要黄酒企业竞争分析

#### 第一节 浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、企业主要经营指标分析
- 四、企业主要财务指标分析
- 五、2012-2014年发展战略

#### 第二节 上海金枫酒业股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业组织架构分析
- 三、企业主要经营指标分析
- 四、企业主要财务指标分析
- 五、企业经营动态

#### 第三节 湖南胜景山河生物科技发展有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业技术水平分析
- 三、企业运作模式分析
- 四、企业营销战略

#### 第四节 会稽山绍兴酒股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、企业主要经营指标分析
- 四、企业主要财务指标分析

## 五、企业经营动态

### 第五节 浙江塔牌绍兴酒有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业荣誉分析
- 三、企业销售网络分析
- 四、企业经营动态

### 第六节 江苏张家港酿酒有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业荣誉分析
- 三、企业技术水平分析
- 四、2012-2014年发展战略

### 第七节 浙江嘉善黄酒股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业荣誉分析
- 三、企业销售网络分析
- 四、企业愿景分析

### 第八节 善好酒业集团有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业技术水平分析
- 三、企业荣誉分析
- 四、企业销售网络分析

## 第四部分 黄酒行业趋势预测

### 第十四章 中国黄酒行业发展前景分析

#### 第一节 2015-2020年黄酒市场发展前景分析

#### 第二节 2015-2020年黄酒产品市场发展前景分析

### 第十五章 中国黄酒行业发展趋势分析

#### 第一节 对黄酒市场发展预测

- 一、2015-2020年黄酒市场供给预测
- 二、2015-2020年黄酒市场销量预测
- 三、2015-2020年黄酒市场规模预测

#### 第二节 2015-2020年黄酒市场发展趋势

- 一、2015-2020年黄酒行业发展趋势
- 二、2015-2020年黄酒市场发展趋势

## 第五部分 黄酒行业投资战略研究

### 第十六章 黄酒整体行业发展规划分析

#### 第一节 2015-2020年黄酒行业发展规划分析

##### 一、黄酒行业发展机会分析

##### 二、黄酒行业发展规划分析

#### 第二节 2015-2020年黄酒行业投资风险分析

##### 一、供求风险及防范

##### 二、政策风险及防范

##### 三、宏观经济风险及防范

##### 四、产品结构风险及防范

##### 五、其他风险及防范

### 第十七章 黄酒行业投资现状与建议

#### 第一节 黄酒行业投资现状分析

##### 一、黄酒市场投资现状

##### 二、黄酒市场投资机会分析

#### 第二节 2015-2020年黄酒行业投资战略分析

##### 一、黄酒市场投资策略分析

##### 二、黄酒细分市场投资策略分析

### 第十八章 中国黄酒行业投资战略研究

#### 第一节 黄酒行业发展战略研究

##### 一、战略综合规划

##### 二、技术开发战略

##### 三、业务组合战略

##### 四、区域战略规划

##### 五、产业战略规划

##### 六、营销品牌战略

##### 七、竞争战略规划

#### 第二节 对我国黄酒品牌的战略思考

##### 一、企业品牌的重要性分析

##### 二、黄酒实施品牌战略的意义

##### 三、黄酒企业品牌的现状分析

##### 四、我国黄酒企业的品牌战略

## 五、黄酒品牌发展趋势

### 第三节 黄酒企业经营管理策略

#### 一、定价策略

#### 二、竞争策略

#### 三、并购重组策略

#### 四、营销策略

#### 五、人力资源

#### 图表目录:

图表：民国二十二年各省酒产量表

图表：传统黄酒生产工艺流程图

图表：开耙温度和间隔时间表

图表：半干型黄酒的酿造工艺流程

图表：甜型黄酒的酿造工艺流程

图表：不同室温的米饭冷却温度

图表：不同室温的落罐品温度

图表：开耙温度控制

图表：前期品温管理

图表：前发酵期酒精含量与酸度的变化

图表：黄酒产业链结构图

图表：2010-2014年黄酒制造业工业销售产值及增长

图表：2010-2014年黄酒制造业利润及增长

图表：2010-2014年黄酒进口金额及增长

图表：2010-2014年黄酒出口金额及增长

图表：实际GDP环比折年率（经季节性调整，单位：%）

图表：美国个人消费、私人投资、政府消费与投资、进出口环比折年率（经季节性调整，单位：%）

图表：各因素对美国实际GDP变化的贡献度（季调折年率，单位：%）

图表：美国工业生产环比季调折年率及产能利用率变化（单位：%）

图表：美国CPI和PPI环比变化趋势（经季节性调整，单位：%）

图表：美国失业率情况（经季节性调整，单位：%）

图表：欧元区GDP季调折年率（单位：%）

图表：欧元区（18国）、德国、法国、意大利工业产值月环比变化（经季节性调整，单位：%）

图表：欧元区HICP、Industrialproducerprices未经季调折年率（单位：%）

- 图表：欧元区18国失业率（经季节性调整，单位：%）
- 图表：日本GDP环比变化情况（经季节性调整，单位：%）
- 图表：2014年1月-2014年12月日本工业产值变化（单位：%）
- 图表：2009年-2014年日本CPI变化（单位：%）
- 图表：日本失业率变化（经季节性调整，单位：%）
- 图表：2008-2014年4季度我国季度GDP增长率（单位：%）
- 图表：2010年1季度-2014年4季度我国分产业季度GDP增长率（单位：%）
- 图表：2010-2014年12月我国工业增加值走势图（单位：%）
- 图表：2010-2014年12月我国固定资产投资走势图（单位：%）
- 图表：2013年7月-2014年12月我国东、中、西部地区固定资产投资走势图（单位：%）
- 图表：2011年7月-2014年12月我国社会消费品零售总额走势图（单位：亿元，%）
- 图表：2010年-2014年12月我国社会消费品零售总额构成走势图（单位：%）
- 图表：2009年4月-2014年12月我国CPI、PPI运行趋势（单位：%）
- 图表：2010年-2014年12月我国企业商品价格指数走势（去年同期为100）
- 图表：2009年4月-2014年12月月度进出口走势图（单位：%）
- 图表：2012年7月-2014年12月我国货币供应量（单位：亿元）
- 图表：2013-2014年12月我国存贷款同比增速走势图（单位：亿元，%）
- 图表：2010-2014年12月我国月度新增贷款量（单位：亿元）
- 图表：2008-2014年4季度我国外汇储备情况（单位：亿美元）
- 图表：摊饭酒工艺流程图
- 图表：2010-2014年黄酒行业规模以上企业数量及增长
- 图表：2010-2014年黄酒制造业产值及增长
- 图表：2010-2014年黄酒行业产成品数量及增长
- 图表：2010-2014年黄酒行业销售收入及增长
- 图表：2010-2014年黄酒行业毛利率
- 图表：2010-2014年黄酒行业亏损面
- 图表：2010-2014年黄酒行业资产负债比率
- 图表：2010-2014年黄酒行业利息保障倍数
- 图表：2010-2014年黄酒行业应收账款周转天数
- 图表：2010-2014年黄酒行业总资产周转率
- 图表：2010-2014年黄酒行业总资产及增长
- 图表：2010-2014年黄酒行业利润总额及增长
- 图表：2010-2014年黄酒行业主营业务收入及增长
- 图表：2010-2014年黄酒产量及增长
- 图表：2010-2014年黄酒出口数量及增长

图表：2010-2014年黄酒出口金额及增长

图表：黄酒行业前三企业市场份额情况

图表：2014年黄酒生产区域格局

图表：2014年黄酒前十大品牌排行榜

图表：2014年上半年浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司主营构成分析

图表：2013年浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司主营构成分析

图表：2012年浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司主营构成分析

图表：2012-2014年浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司每股指标

图表：2012-2014年浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司成长能力指标

图表：2012-2014年浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司盈利能力指标

图表：2012-2014年浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司盈利质量指标

图表：2012-2014年浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司运营能力指标

图表：2012-2014年浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司财务风险指标

图表：2012-2014年浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司资产负债表

图表：2012-2014年浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司利润表

图表：2012-2014年浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司现金流量表

图表：2014年浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司资产百分比分析

图表：2013-2014年浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司利润百分比分析

图表：2014年上半年上海金枫酒业股份有限公司主营构成分析

图表：2013年上海金枫酒业股份有限公司主营构成分析

图表：2012年上海金枫酒业股份有限公司主营构成分析

图表：2012-2014年上海金枫酒业股份有限公司每股指标

图表：2012-2014年上海金枫酒业股份有限公司成长能力指标

图表：2012-2014年上海金枫酒业股份有限公司盈利能力指标

图表：2012-2014年上海金枫酒业股份有限公司盈利质量指标

图表：2012-2014年上海金枫酒业股份有限公司运营能力指标

图表：2012-2014年上海金枫酒业股份有限公司财务风险指标

图表：2012-2014年上海金枫酒业股份有限公司资产负债表

图表：2012-2014年上海金枫酒业股份有限公司利润表

图表：2012-2014年上海金枫酒业股份有限公司现金流量表

图表：2014年上海金枫酒业股份有限公司资产百分比分析

图表：2013-2014年上海金枫酒业股份有限公司利润百分比分析

图表：2013年会稽山绍兴酒股份有限公司主营构成分析

图表：2012年会稽山绍兴酒股份有限公司主营构成分析

图表：2011年会稽山绍兴酒股份有限公司主营构成分析

- 图表：2012-2014年会稽山绍兴酒股份有限公司每股指标
- 图表：2012-2014年会稽山绍兴酒股份有限公司成长能力指标
- 图表：2012-2014年会稽山绍兴酒股份有限公司盈利能力指标
- 图表：2012-2014年会稽山绍兴酒股份有限公司盈利质量指标
- 图表：2012-2014年会稽山绍兴酒股份有限公司运营能力指标
- 图表：2012-2014年会稽山绍兴酒股份有限公司财务风险指标
- 图表：2012-2014年会稽山绍兴酒股份有限公司资产负债表
- 图表：2012-2014年会稽山绍兴酒股份有限公司利润表
- 图表：2012-2014年会稽山绍兴酒股份有限公司现金流量表
- 图表：2014年会稽山绍兴酒股份有限公司资产百分比分析
- 图表：2013-2014年会稽山绍兴酒股份有限公司利润百分比分析
- 图表：浙江塔牌绍兴酒有限公司国内销售点分布图
- 图表：浙江塔牌绍兴酒有限公司国外销售点分布图
- 图表：善好酒业集团有限公司销售网络示意图
- 图表：2015-2020年黄酒产量及增长预测
- 图表：2015-2020年黄酒行业销量及增长预测
- 图表：2015-2020年黄酒行业市场规模及增长预测
- 图表：“十二五”行业经济指标预计（2010年~2015年）

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/180576.html>