

2014-2020年中国葡萄酒行业市场调研与投资前景分析报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2014-2020年中国葡萄酒行业市场调研与投资前景分析报告》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.chinairr.org/report/R07/R0701/201406/05-156350.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

第一章 2013-2014年世界葡萄酒市场运行动态分析

第一节 2013-2014年世界葡萄酒行业发展总况

- 一、新世界葡萄酒发展迅速
- 二、国际葡萄酒贸易渐趋活跃
- 三、国际葡萄酒酿造技术向高科技发展

第二节 2013-2014年世界葡萄酒产业运行态势分析

- 一、国外葡萄酒企业看好中国消费市场
- 二、国外葡萄酒大举入市的模式
- 三、世界葡萄酒产量分析

第三节 世界名贵葡萄酒的命名和变迁

第二章 2013-2014年世界葡萄酒产业主要国家运行态势分析

第一节 法国

- 一、法国葡萄酒产业品牌与文化的融合
- 二、法国葡萄酒销量在国际市场份额萎缩
- 三、法国葡萄酒出口情况分析
- 四、法国葡萄酒加大在中国的推广力度

第二节 意大利

- 一、意大利葡萄酒原材料概述
- 二、意大利葡萄酒的发展史
- 三、意大利主要葡萄酒产区介绍
- 四、意大利葡萄酒产品的分级
- 五、意大利葡萄酒产量跃居世界首位

第三节 澳大利亚

- 一、澳大利亚葡萄酒产业发展综述
- 二、澳大利亚葡萄酒的品种与生产企业
- 三、澳大利亚葡萄酒业加快国际市场扩张
- 四、澳大利亚葡萄酒出口简况

第四节 德国

- 一、德国葡萄酒产业的文化及地位
- 二、德国葡萄酒产业的主要特点

三、德国葡萄酒出口贸易分析

四、德国葡萄酒行业法规亟待创新

五、未来德国葡萄酒发展前景看好

第五节 美国

一、美国葡萄酒的发展史

二、美国葡萄酒消费量分析

三、美国葡萄酒出口贸易分析

四、美国有望成为全球最大葡萄酒市场

第六节 西班牙

一、西班牙葡萄酒产区介绍

二、西班牙葡萄酒产业发展环境

三、西班牙葡萄酒产业国际市场的开拓

四、西班牙葡萄酒出口贸易分析

五、西班牙欲做全球最大葡萄酒出口国

第七节 智利

一、智利葡萄与葡萄酒产业发展简述

二、智利葡萄酒的主要产区

三、智利葡萄酒出口贸易分析

四、智利葡萄酒进军高端市场

五、两大因素阻碍智利葡萄酒业发展

第八节 其他国家

一、奥地利葡萄酒产区介绍

二、葡萄牙主要葡萄酒产区

三、加拿大葡萄酒概况与产地

四、阿根廷葡萄酒法定产区简介

五、南非葡萄酒主要产区介绍

六、新西兰葡萄酒业主要品种及产区

第三章 2013-2014年中国葡萄酒行业发展现状综述

第一节 2013-2014年中国葡萄酒工业发展情况

一、国内葡萄酒产业链透析

二、中国葡萄酒产业进入高速发展期

二、葡萄酒工业整体素质提高

三、葡萄酒产业政策日益完善

第二节2013-2014年中国葡萄酒发展现状分析

一、葡萄酒行业品牌发展现状

二、葡萄酒行业消费能力分析

三、葡萄酒市场消费层次分析

四、中国葡萄酒市场走向分析

第三节2013-2014年葡萄酒业热点问题探讨

第四章2013-2014年中国葡萄酒市场发展态势分析

第一节2013-2014年葡萄酒行业发展情况分析

一、中国葡萄酒产业增长情况

二、中国葡萄酒的利润调查

三、中国葡萄酒业打出产地生态牌

四、葡萄酒市场需求分析

五、中国葡萄酒消费方向

第二节2013-2014年中国葡萄酒市场价格分析

一、中国葡萄酒的价格现状及前景

二、中低价葡萄酒市场分析

三、葡萄酒行业价格分析

第五章2013-2014年中国葡萄酒市场深度调查分析

第一节 2013-2014年中国葡萄酒市场调查分析

一、市场观点

二、市场结构

三、价格走势

四、整体市场关注度

五、品牌关注度调查

六、产品渠道关注度

七、厂商分析

第二节 2013-2014年中国葡萄酒市场调查分析

一、市场观点

- 二、市场结构
- 三、价格走势
- 四、整体市场关注度
- 五、品牌关注度调查
- 六、产品关注度调查
- 七、厂商分析

第六章2013-2014年中国葡萄酒品牌生存发展情况分析

第一节2013-2014年中国葡萄酒品牌格局分析

- 一、全球品牌格局分析
- 二、中国品牌格局分析

第二节2013-2014年中国葡萄酒品牌发展战略分析

- 一、概念营销的理性回归
- 二、“单品牌 + 多产区”新模式
- 三、葡酒体验营销的兴起

第三节 2014-2020年葡萄酒品牌发展趋势分析

- 一、中国葡萄酒产业的国际化视角更加明显
- 二、中国葡萄酒文化推广进入快车道
- 三、葡萄酒品种差异化发展更加明显
- 四、葡萄酒产区产业集群发展初具规模
- 五、高档葡萄酒由高价回归高端
- 六、东部经营优势与西部原料优势不断融合
- 七、葡萄酒运营商更加专业化
- 八、中国葡萄酒品牌依旧是中国市场的主流品牌

第七章 2013-2014年中国葡萄酒制造行行业数据监测分析

第一节 2013-2014年中国葡萄酒制造行行业规模分析

- 一、企业数量增长分析
- 二、从业人数增长分析
- 三、资产规模增长分析

第二节 2014年中国葡萄酒制造行行业结构分析

- 一、企业数量结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

二、销售收入结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

第三节 2013-2014年中国葡萄酒制造行行业产值分析

一、产成品增长分析

二、工业销售产值分析

三、出口交货值分析

第四节 2013-2014年中国葡萄酒制造行行业成本费用分析

一、销售成本统计

二、费用统计

第五节 2013-2014年中国葡萄酒制造行行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第八章 2013-2014年中国葡萄酒产量数据统计分析

第一节 2013-2014年中国葡萄酒产量数据分析

一、2013-2014年葡萄酒产量数据分析

二、2013-2014年葡萄酒重点省市数据分析

第二节 2014年中国葡萄酒产量数据分析

一、2014年全国葡萄酒产量数据分析

二、2014年葡萄酒重点省市数据分析

第三节 2014年中国葡萄酒产量增长性分析

一、产量增长

二、集中度变化

第九章 2013-2014年中国葡萄酒进出口数据监测分析

第一节 2013-2014年中国蒸馏葡萄酒制得的烈性酒进出口数据统计分析（22082000）

一、蒸馏葡萄酒制得的烈性酒进出口数量分析

二、蒸馏葡萄酒制得的烈性酒进出口金额分析

三、蒸馏葡萄酒制得的烈性酒进出口国家及地区分析

第二节 2013-2014年中国小包装的鲜葡萄酿造的酒进出口数据统计分析（22042100）

- 一、小包装的鲜葡萄酿造的酒进出口数量分析
- 二、小包装的鲜葡萄酿造的酒进出口金额分析
- 三、小包装的鲜葡萄酿造的酒进出口国家及地区分析

第三节 2013-2014年中国葡萄汽酒进出口数据统计分析（22041000）

- 一、葡萄汽酒进出口数量分析
- 二、葡萄汽酒进出口金额分析
- 三、葡萄汽酒进出口国家及地区分析

第四节 2013-2014年中国其他包装的鲜葡萄酿造的葡萄酒进出口数据统计分析（22042900）

- 一、其他包装的鲜葡萄酿造的葡萄酒进出口数量分析
- 二、其他包装的鲜葡萄酿造的葡萄酒进出口金额分析
- 三、其他包装的鲜葡萄酿造的葡萄酒进出口国家及地区分析

第三部分 葡萄酒市场产销调研

第十章 2013-2014年中国葡萄酒行业细分市场动态分析

第一节 红葡萄酒

- 一、红葡萄酒市场发展情况
- 二、红葡萄酒行业竞争格局
- 三、进口红葡萄酒中低端市场发展分析
- 四、红葡萄酒价格分析

第二节 干葡萄酒

- 一、干葡萄酒经营市场前景分析
- 二、干葡萄酒市场发展现状
- 三、发展干葡萄酒的策略

第三节 年份酒

- 一、葡萄酒年份市场发展概况
- 二、葡萄年份酒发展现状
- 三、葡萄年份酒发展存在的问题

第四节 庄园酒

- 一、中国葡萄庄园酒发展模式探讨
- 二、葡萄酒庄园投资指南
- 三、中国葡萄酒庄园经营之道

第五节 甜葡萄酒

- 一、甜葡萄酒概况
- 二、甜型葡萄酒消费分析
- 三、高端甜葡萄酒发展分析

第六节 冰葡萄酒

- 一、冰葡萄酒概况
- 二、冰葡萄酒的生产情况分析
- 三、冰葡萄酒行业市场发展现状

第七节 白葡萄酒

- 一、白葡萄酒概况
- 二、白葡萄酒需求分析
- 三、白葡萄酒消费新趋势
- 四、未来白葡萄酒发展方向

第八节 起泡葡萄酒

- 一、起泡葡萄酒生产工艺
- 二、起泡葡萄酒市场竞争格局
- 三、起泡葡萄酒发展现状

第十一章2013-2014年中国葡萄酒行业消费市场分析

第一节2013-2014年中国葡萄酒消费现状分析

- 一、国内高端葡萄酒量跌价未动
- 二、进口葡萄酒渐成中国主流消费品
- 三、中国葡萄酒消费量雄冠亚洲
- 四、葡萄酒进入“产地生态消费时代”
- 五、国内消费水平趋于高端
- 六、葡萄酒消费的误区
- 七、葡萄酒消费日渐回归理性

第二节2013-2014年中国葡萄酒消费习惯调查分析

- 一、年轻人追求氛围，年长者追求保健
- 二、消费者饮用葡萄酒的场所
- 三、长城、张裕京城葡萄酒市场霸主地位不可动摇
- 四、消费者最喜欢山东烟台的葡萄酒

五、消费者平均每月饮用葡萄酒的次数

六、在家饮用和在外饮用的比例接近：

七、收入越多，学历越高越喜欢在葡萄酒上的消费

第三节 葡萄酒消费者行为分析

一、葡萄酒消费分析

二、消费者行为

三、各个竞争对手概况及其促销情况

第四节 女性消费葡萄酒的分析

一、葡萄酒是时尚、优雅、文明的酒精饮料

二、葡萄酒是美容抗衰老的健康饮品

三、女性主导葡萄酒的购买权利

四、女性是葡萄酒传播的最佳对象

第五节 A牌葡萄酒消费领袖培养方案

一、背景

二、目的

三、A牌现状分析

四、消费领袖的开发

五、开展培养消费领袖的策略与措施

六、消费领袖的维护

第六节 西安葡萄酒市场调查分析

一、市场基本现状以及红酒市场的分析

二、渠道及红酒市场的调查

三、竞争对手调查

四、西安葡萄酒消费者的基本情况

五、西安葡萄酒市场的发展趋势

第七节 中国重点地区葡萄酒消费分析

一、武汉葡萄酒市场

二、青岛葡萄酒市场

三、成都葡萄酒市场

四、广州葡萄酒市场

五、甘肃省葡萄酒市场

六、厦门葡萄酒市场

七、香港葡萄酒市场

八、北京葡萄酒市场

第十二章2013-2014年中国葡萄酒行业销售渠道及营销策略分析

第一节 进口葡萄酒的五大销售模式分析

一、传统代理型

二、多品牌代理制

三、品牌运营型

四、单品牌代理制

五、贴牌销售型

第二节2013-2014年中国葡萄酒市场的分销渠道及销售网点分析

一、中国葡萄酒市场的分销渠道

二、销售网点分析

第三节2013-2014年中国葡萄酒营销三大特色分析

一、概念营销“培养”消费者

二、体验营销“亲近”消费者

三、小众营销“瞄准”消费者

第四节2013-2014年中国葡萄酒企业文化营销模式分析

一、广告宣传

二、事件营销

三、包装设计

四、产区营销

五、工业旅游

六、渠道培训

第五节2013-2014年中国葡萄酒终端营销革命分析

一、营销战略思维求变

二、上下游资源的强强联合

三、消费时尚的引爆

四、葡萄酒消费文化的培育

五、从被动走向主动

六、“如家”现象在葡萄酒业上演

第六节2013-2014年中国葡萄酒企业营销传播策略分析

- 一、明确营销传播的本质
- 二、关注营销传播信息、受众与传播渠道间的适应性
- 三、排除营销传播过程中的“噪声”;
- 四、建立营销传播的“反馈通道”;

第七节2013-2014年中国经销高端葡萄酒的营销策略分析

- 一、国产高端葡萄酒滞后的原因
- 二、对高端产品认识的误区
- 三、对运作高档品牌经销商的选择
- 四、经销高端品牌的策略

第十三章2013-2014年中国葡萄酒行业市场竞争新格局透析

第一节2013-2014年中国葡萄酒行业竞争总况

- 一、国外葡萄酒商大举进军国内市场
- 二、国产葡萄酒的竞争格局
- 三、葡萄酒中低端市场竞争情况
- 四、葡萄酒原料成企业市场竞争制胜法宝

第二节2013-2014年中国二线品牌葡萄酒市场竞争分析

- 一、二线品牌竞争环境分析
- 二、二线品牌竞争策略分析
- 三、二线品牌竞争存在问题
- 四、二线品牌发展出路分析

第三节2013-2014年中国葡萄酒竞争力分析

- 一、市场存在的力量
- 二、品牌力
- 三、技术实力
- 四、市场拓展力
- 五、国际化的形象力
- 六、源头竞争力

第四节2013-2014年中国葡萄酒企业竞争策略分析

- 一、聚焦策略
- 二、红海中开辟蓝海的策略
- 三、良性策略

第十四章 2013-2014年中国主要葡萄酒企业竞争性财务数据分析（企业可自选）

第一节 烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第二节 通化葡萄酒股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第三节 中信国安葡萄酒业有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第四节 中法合营王朝葡萄酿酒有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第五节 烟台威龙葡萄酒股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节 烟台中粮葡萄酿酒有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第七节 中国长城葡萄酒有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第八节 中粮华夏长城葡萄酒有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第九节 烟台威泰葡萄酒有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十节 烟台白洋河酿酒有限责任公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第十五章 2014-2020年中国葡萄酒行业发展趋势分析

第一节 2014-2020年中国葡萄酒行业发展前景分析

- 一、中国葡萄酒市场中长期的消费趋势
- 二、未来葡萄酒产业将进入快速增长期
- 三、国内葡萄酒产业已呈现四大发展趋势

第二节 2014-2020年中国葡萄酒行业市场预测分析

- 一、中国葡萄酒制造行业预测分析
- 二、葡萄酒产量预测分析
- 三、葡萄酒市场需求预测分析

第三节 2014-2020年中国葡萄酒行业市场盈利预测分析

第十六章 2014-2020年中国葡萄酒行业投资环境解析

第一节 2013-2014年中国经济环境分析

第二节 2013-2014年中国葡萄酒产业政策环境分析

- 一、中国葡萄酒新国家标准解读
- 二、中国酝酿出台葡萄酒新酒标

第三节 2013-2014年中国葡萄酒产业社会环境分析

第十七章 2014-2020年中国葡萄酒行业前景预测

第一节 2013-2014年中国葡萄酒行业主要投资方式

- 一、购买葡萄成品酒
- 二、购买葡萄酒期酒
- 三、投资葡萄酒基金
- 四、购买葡萄园

第二节2013-2014年中国葡萄酒行业投资情况分析

一、葡萄酒行业产品盈利模式分析

二、精品葡萄酒投资潜力分析

三、葡萄酒投资方向分析

第三节2014-2020年中国葡萄酒行业投资机会及策略分析

一、葡萄酒投资迎来机会

二、区域投资潜力分析

三、与产业链相关的投资机会分析

第四节 2014-2020年中国葡萄酒市场投资风险预警

一、市场竞争风险

二、原材料风险

三、政策风险

四、外资进入风险

五、金融风险

第五节 专家投资建议

图表目录：

图表：2013-2014年我国葡萄酒制造行行业企业数量增长趋势图

图表：2013-2014年我国葡萄酒制造行行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2013-2014年我国葡萄酒制造行行业从业人数增长趋势图

图表：2013-2014年我国葡萄酒制造行行业资产规模增长趋势图

图表：2011年我国葡萄酒制造行行业不同类型企业数量分布图

图表：2011年我国葡萄酒制造行行业不同所有制企业数量分布图

图表：2011年我国葡萄酒制造行行业不同类型企业销售收入分布图

图表：2011年我国葡萄酒制造行行业不同所有制企业销售收入分布图

图表：2013-2014年我国葡萄酒制造行行业产成品增长趋势图

图表：2013-2014年我国葡萄酒制造行行业工业销售产值增长趋势图

图表：2013-2014年我国葡萄酒制造行行业出口交货值增长趋势图

图表：2013-2014年我国葡萄酒制造行行业销售成本增长趋势图

图表：2013-2014年我国葡萄酒制造行行业费用使用统计图

图表：2013-2014年我国葡萄酒制造行行业主要盈利指标统计图

图表：2013-2014年我国葡萄酒制造行行业主要盈利指标增长趋势图

图表：烟台张裕葡萄酒股份有限公司主要经济指标走势图

图表：烟台张裕葡萄酒股份有限公司经营收入走势图

图表：烟台张裕葡萄酒股份有限公司盈利指标走势图

图表：烟台张裕葡萄酒股份有限公司负债情况图

图表：烟台张裕葡萄酒股份有限公司负债指标走势图

图表：烟台张裕葡萄酒股份有限公司运营能力指标走势图

图表：烟台张裕葡萄酒股份有限公司成长能力指标走势图

图表：通化葡萄酒股份有限公司主要经济指标走势图

图表：通化葡萄酒股份有限公司经营收入走势图

图表：通化葡萄酒股份有限公司盈利指标走势图

图表：通化葡萄酒股份有限公司负债情况图

图表：通化葡萄酒股份有限公司负债指标走势图

图表：通化葡萄酒股份有限公司运营能力指标走势图

图表：通化葡萄酒股份有限公司成长能力指标走势图

图表：中信国安葡萄酒业有限公司主要经济指标走势图

图表：中信国安葡萄酒业有限公司经营收入走势图

图表：中信国安葡萄酒业有限公司盈利指标走势图

图表：中信国安葡萄酒业有限公司负债情况图

图表：中信国安葡萄酒业有限公司负债指标走势图

图表：中信国安葡萄酒业有限公司运营能力指标走势图

图表：中信国安葡萄酒业有限公司成长能力指标走势图

图表：中法合营王朝葡萄酒有限公司主要经济指标走势图

图表：中法合营王朝葡萄酒有限公司经营收入走势图

图表：中法合营王朝葡萄酒有限公司盈利指标走势图

图表：中法合营王朝葡萄酒有限公司负债情况图

图表：中法合营王朝葡萄酒有限公司负债指标走势图

图表：中法合营王朝葡萄酒有限公司运营能力指标走势图

图表：中法合营王朝葡萄酒有限公司成长能力指标走势图

图表：烟台威龙葡萄酒股份有限公司主要经济指标走势图

图表：烟台威龙葡萄酒股份有限公司经营收入走势图

图表：烟台威龙葡萄酒股份有限公司盈利指标走势图

图表：烟台威龙葡萄酒股份有限公司负债情况图

图表：烟台威龙葡萄酒股份有限公司负债指标走势图

图表：烟台威龙葡萄酒股份有限公司运营能力指标走势图

图表：烟台威龙葡萄酒股份有限公司成长能力指标走势图

图表：烟台中粮葡萄酒酿酒有限公司主要经济指标走势图

图表：烟台中粮葡萄酒酿酒有限公司经营收入走势图

图表：烟台中粮葡萄酒酿酒有限公司盈利指标走势图

图表：烟台中粮葡萄酒酿酒有限公司负债情况图

图表：烟台中粮葡萄酒酿酒有限公司负债指标走势图

图表：烟台中粮葡萄酒酿酒有限公司运营能力指标走势图

图表：烟台中粮葡萄酒酿酒有限公司成长能力指标走势图

图表：中国长城葡萄酒有限公司主要经济指标走势图

图表：中国长城葡萄酒有限公司经营收入走势图

图表：中国长城葡萄酒有限公司盈利指标走势图

图表：中国长城葡萄酒有限公司负债情况图

图表：中国长城葡萄酒有限公司负债指标走势图

图表：中国长城葡萄酒有限公司运营能力指标走势图

图表：中国长城葡萄酒有限公司成长能力指标走势图

图表：中粮华夏长城葡萄酒有限公司主要经济指标走势图

图表：中粮华夏长城葡萄酒有限公司经营收入走势图

图表：中粮华夏长城葡萄酒有限公司盈利指标走势图

图表：中粮华夏长城葡萄酒有限公司负债情况图

图表：中粮华夏长城葡萄酒有限公司负债指标走势图

图表：中粮华夏长城葡萄酒有限公司运营能力指标走势图

图表：中粮华夏长城葡萄酒有限公司成长能力指标走势图

图表：烟台威泰葡萄酒有限公司主要经济指标走势图

图表：烟台威泰葡萄酒有限公司经营收入走势图

图表：烟台威泰葡萄酒有限公司盈利指标走势图

图表：烟台威泰葡萄酒有限公司负债情况图

图表：烟台威泰葡萄酒有限公司负债指标走势图

图表：烟台威泰葡萄酒有限公司运营能力指标走势图

图表：烟台威泰葡萄酒有限公司成长能力指标走势图

图表：烟台白洋河酿酒有限责任公司主要经济指标走势图

图表：烟台白洋河酿酒有限责任公司经营收入走势图

图表：烟台白洋河酿酒有限责任公司盈利指标走势图

图表：烟台白洋河酿酒有限责任公司负债情况图

图表：烟台白洋河酿酒有限责任公司负债指标走势图

图表：烟台白洋河酿酒有限责任公司运营能力指标走势图

图表：烟台白洋河酿酒有限责任公司成长能力指标走势图

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R07/R0701/201406/05-156350.html>