

# 2011-2015年中国饮料酒市 场分析与投资前景预测报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

## 一、报告报价

《2011-2015年中国饮料酒市场分析与投资前景预测报告》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/R0702/201106/01-76060.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](mailto: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

我国饮料酒行业运行目前发展形势良好，该行业企业正逐步向产业化、规模化发展，我国饮料酒行业运行生产的产品品质具备国际市场竞争力。随着我国饮料酒行业运行需求市场的不断扩大以及出口增长，我国饮料酒行业运行迎来一个新的发展机遇。

中国产业研究报告网发布的《2011-2015年中国饮料酒行业深度调研与投资战略咨询报告》共十一章。首先介绍了饮料酒相关概述、中国饮料酒行业市场发展环境等，接着分析了中国饮料酒行业市场运行的现状，然后介绍了中国饮料酒市场竞争格局。随后，报告对中国饮料酒做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国饮料酒行业发展趋势与投资预测。您若想对饮料酒产业有个系统的了解或者想投资饮料酒行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

### 第一章 饮料酒相关概述

#### 第一节 饮料酒概述

- 一、饮料酒范围
- 二、饮料酒分类原则

#### 第二节 饮料酒类别

- 一、发酵酒
- 二、蒸馏酒
- 三、配制酒

### 第二章 2010-2011年世界饮料酒行业整体运营状况分析

#### 第一节 2010-2011年世界饮料酒行业发展环境分析

#### 第二节 2010-2011年世界饮料酒行业市场发展格局

- 一、世界饮料酒市场特征分析
- 二、世界饮料酒市场价格走势分析
- 三、世界饮料酒市场发展动态分析

#### 第三节 2010-2011年世界主要国家饮料酒行业运行态势剖析

- 一、美国
- 二、法国

### 三、加拿大

#### 第四节 2011-2015年世界饮料酒行业发展趋势分析

### 第三章 2010-2011年中国饮料酒行业市场发展环境分析

#### 第一节 2010年中国宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2011年中国宏观经济发展预测分析

#### 第二节 2010-2011年中国饮料酒市场政策环境分析

- 一、饮料酒政策法规分析
- 二、进出口政策分析
- 三、相关行业政策影响分析

#### 第三节 2010-2011年中国饮料酒市场社会环境分析

### 第四章 2010-2011年中国饮料酒行业市场运行态势分析

#### 第一节 2010年中国饮料酒市场发展现状分析

- 一、饮料酒行业规模及分布概述
- 二、饮料酒市场供需现状分析
- 三、饮料酒酿造技术现状解析
- 四、饮料酒市场价格现状分析

#### 第二节 2010-2011年中国饮料酒行业发展动态分析

- 一、山东淄博举行饮料酒质量鉴评会
- 二、葡萄酒产值居中国饮料酒之首
- 三、果酒产业前景广阔

#### 第三节 2010-2011年中国饮料酒行业发展中存在的问题及对策透析

### 第五章 2010-2011年中国饮料酒市场消费者深度调查研究分析

#### 第一节 2010-2011年中国饮料酒市场消费者调查分析

- 一、消费者饮用饮料酒行为习惯的调查
- 二、消费者收入情况与饮料酒消费的关联调查以及国内分地区购买力情况
- 三、消费者年龄层次分析

#### 第二节 2010-2011年中国饮料酒市场消费者偏好及消费意识调查

一、消费者最喜欢饮用的饮料酒品牌分析

二、消费者对饮料酒的关心程度分析

三、消费者对饮料酒香味偏好分析

四、消费者购买饮料酒考虑的因素分析

五、消费者购买饮料酒的场所分布

第三节 2010-2011年影响中国消费者购买饮料酒因素调查分析

第六章 2008-2010年中国酒的制造行业主要数据监测分析

第一节 2008-2010年中国酒的制造行业总体数据分析

一、2008年中国酒的制造行业全部企业数据分析

二、2009年中国酒的制造行业全部企业数据分析

三、2010年中国酒的制造行业全部企业数据分析

第二节 2008-2010年中国酒的制造行业不同规模企业数据分析

一、2008年中国酒的制造行业不同规模企业数据分析

二、2009年中国酒的制造行业不同规模企业数据分析

三、2010年中国酒的制造行业不同规模企业数据分析

第三节 2008-2010年中国酒的制造行业不同所有制企业数据分析

一、2008年中国酒的制造行业不同所有制企业数据分析

二、2009年中国酒的制造行业不同所有制企业数据分析

三、2010年中国酒的制造行业不同所有制企业数据分析

第七章 2008-2010年中国饮料酒产量统计分析

第一节 2008-2009年全国饮料酒产量分析

第二节 2010年全国及主要省份饮料酒产量分析

第三节 2010年全国饮料酒产量集中度分析

第八章 2010-2011年中国饮料酒市场竞争格局分析

第一节 2010-2011年中国饮料酒行业竞争现状

一、品牌竞争分析

二、价格竞争分析

三、营销方式竞争分析

第二节 2010-2011年中国饮料酒行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、生产企业的集中分布

第三节 2010-2011年中国饮料酒行业竞争中存的问题

第四节 2011-2015年中国饮料酒行业竞争趋势分析

第九章 2010-2011年中国饮料酒优势生产企业竞争力分析

第一节 安徽文王酿酒股份有限公司

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 广东省九江酒厂有限公司

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 山东秦池集团

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 山东青州云门酒业（集团）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 沈寨乡富士食品厂

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 中山市石岐酒厂有限公司

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 郸城县乡村酒厂

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 阳春市嘉华生物化工有限公司

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 杭州九滴久酒业有限公司

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

第十节 牙克石兴安岭酒业有限公司

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

第十章 2011-2015年中国饮料酒行业发展趋势与前景展望分析

第一节 2011-2015年中国饮料酒行业发展前景分析

第二节 2011-2015年中国饮料酒行业发展趋势分析

一、饮料酒行业发展方向分析

二、饮料酒细分产业发展前景分析

三、酒的制造业预测分析

第三节 2011-2015年中国饮料酒行业市场预测分析

一、饮料酒行业市场产量预测分析

二、饮料酒行业市场销量预测分析

第四节 2011-2015年中国饮料酒市场盈利预测分析

第十一章 2011-2015年中国饮料酒行业投资机会与风险分析

第一节 2011-2015年中国饮料酒行业投资机会分析

一、细分产品投资机会分析

二、区域投资机会分析

第二节 2011-2015年中国饮料酒行业投资风险分析

一、宏观调控政策风险

二、市场竞争风险

三、原料供给风险



#### 四、市场运营机制风险

#### 五、外资进入风险

#### 第三节 专家投资建议

##### 图表目录：（部分）

图表：2005-2010年国内生产总值

图表：2005-2010年居民消费价格涨跌幅度

图表：2010年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2010年国家外汇储备

图表：2005-2010年财政收入

图表：2005-2010年全社会固定资产投资

图表：2010年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2010年固定资产投资新增主要生产能力

图表：安徽文王酿酒股份有限公司主要经济指标走势图

图表：安徽文王酿酒股份有限公司经营收入走势图

图表：安徽文王酿酒股份有限公司盈利指标走势图

图表：安徽文王酿酒股份有限公司负债情况图

图表：安徽文王酿酒股份有限公司负债指标走势图

图表：安徽文王酿酒股份有限公司运营能力指标走势图

图表：安徽文王酿酒股份有限公司成长能力指标走势图

图表：广东省九江酒厂有限公司主要经济指标走势图

图表：广东省九江酒厂有限公司经营收入走势图

图表：广东省九江酒厂有限公司盈利指标走势图

图表：广东省九江酒厂有限公司负债情况图

图表：广东省九江酒厂有限公司负债指标走势图

图表：广东省九江酒厂有限公司运营能力指标走势图

图表：广东省九江酒厂有限公司成长能力指标走势图

图表：山东秦池集团主要经济指标走势图

图表：山东秦池集团经营收入走势图

图表：山东秦池集团盈利指标走势图

图表：山东秦池集团负债情况图

图表：山东秦池集团负债指标走势图

图表：山东秦池集团运营能力指标走势图

图表：山东秦池集团成长能力指标走势图

图表：山东青州云门酒业（集团）有限公司主要经济指标走势图

图表：山东青州云门酒业（集团）有限公司经营收入走势图

图表：山东青州云门酒业（集团）有限公司盈利指标走势图

图表：山东青州云门酒业（集团）有限公司负债情况图

图表：山东青州云门酒业（集团）有限公司负债指标走势图

图表：山东青州云门酒业（集团）有限公司运营能力指标走势图

图表：山东青州云门酒业（集团）有限公司成长能力指标走势图

图表：沈寨乡富士食品厂主要经济指标走势图

图表：沈寨乡富士食品厂经营收入走势图

图表：沈寨乡富士食品厂盈利指标走势图

图表：沈寨乡富士食品厂负债情况图

图表：沈寨乡富士食品厂负债指标走势图

图表：沈寨乡富士食品厂运营能力指标走势图

图表：沈寨乡富士食品厂成长能力指标走势图

图表：中山市石岐酒厂有限公司主要经济指标走势图

图表：中山市石岐酒厂有限公司经营收入走势图

图表：中山市石岐酒厂有限公司盈利指标走势图

图表：中山市石岐酒厂有限公司负债情况图

图表：中山市石岐酒厂有限公司负债指标走势图

图表：中山市石岐酒厂有限公司运营能力指标走势图

图表：中山市石岐酒厂有限公司成长能力指标走势图

图表：郸城县乡村酒厂主要经济指标走势图

图表：郸城县乡村酒厂经营收入走势图

图表：郸城县乡村酒厂盈利指标走势图

图表：郸城县乡村酒厂负债情况图

图表：郸城县乡村酒厂负债指标走势图

图表：郸城县乡村酒厂运营能力指标走势图

图表：郸城县乡村酒厂成长能力指标走势图

图表：阳春市嘉华生物化工有限公司主要经济指标走势图

图表：阳春市嘉华生物化工有限公司经营收入走势图

图表：阳春市嘉华生物化工有限公司盈利指标走势图

图表：阳春市嘉华生物化工有限公司负债情况图

图表：阳春市嘉华生物化工有限公司负债指标走势图

图表：阳春市嘉华生物化工有限公司运营能力指标走势图

图表：阳春市嘉华生物化工有限公司成长能力指标走势图

图表：杭州九滴久酒业有限公司主要经济指标走势图

图表：杭州九滴久酒业有限公司经营收入走势图

图表：杭州九滴久酒业有限公司盈利指标走势图

图表：杭州九滴久酒业有限公司负债情况图

图表：杭州九滴久酒业有限公司负债指标走势图

图表：杭州九滴久酒业有限公司运营能力指标走势图

图表：杭州九滴久酒业有限公司成长能力指标走势图

图表：牙克石兴安岭酒业有限公司主要经济指标走势图

图表：牙克石兴安岭酒业有限公司经营收入走势图

图表：牙克石兴安岭酒业有限公司盈利指标走势图

图表：牙克石兴安岭酒业有限公司负债情况图

图表：牙克石兴安岭酒业有限公司负债指标走势图

图表：牙克石兴安岭酒业有限公司运营能力指标走势图

图表：牙克石兴安岭酒业有限公司成长能力指标走势图

通过《2011-2015年中国饮料酒行业深度调研与投资战略咨询报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业的发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R07/R0702/201106/01-76060.html>