

2024-2030年中国白酒产业 发展现状与投资策略报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2024-2030年中国白酒产业发展现状与投资策略报告》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.cction.com/report/202310/414839.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

白酒是中国传统蒸馏酒，工艺独特，历史悠久，享誉中外。中国白酒是世界著名的六大蒸馏酒之一（其余五种是白兰地、威士忌、郎姆酒、伏特加和金酒）。中国白酒在工艺上比世界各国的蒸馏酒都复杂得多，原料各种各样，酒的特点也各有风格，酒名也五花八门。

中国白酒在饮料酒中，独具风格，与世界其他国家的白酒相比，我国白酒具有特殊的不可比拟的风味。酒色洁白晶莹、无色透明；香气宜人，五种香型的酒各有特色，香气馥郁、纯净、溢香好，余香不尽；口味醇厚柔绵，甘润清冽，酒体谐调，回味悠久，那爽口尾净、变化无穷的优美味道，给人以极大的欢愉和幸福之感。

从经营层面来看，2021年，中国白酒行业规模以上企业完成销售收入6033.48亿元，比2020年的5836.39亿元增加197.09亿元，同比增长3.38%。实现利润总额1701.94亿元，比2020年的1585.41亿元增加116.53亿元，同比增长7.35%。产量规模层面看，2021年，全国白酒累计产量为715.60万千升，同比降低了0.6%。2022年1-12月全国白酒产量为671.2万千升，同比下降5.6%。

政策层面上，2021年4月9日，《中国酒业“十四五”发展指导意见》发布，文件提出预计2025年，中国酒类产业将实现酿酒总产量6690万千升，比“十三五”末增长23.9%；销售收入达14180亿元，增长69.8%；实现利润3340亿元，增长86.4%。其中，白酒产业2025年计划产量800万千升，比“十三五”末增长8.0%；销售收入达9500亿元，增长62.8%；实现利润2700亿元，增长70.3%。2022年1月，工信部发布《关于加快现代轻工产业体系建设的指导意见（征求意见稿）》，提出，针对年轻消费群体和国外消费群体，发展多样化、时尚化、个性化、低度化白酒产品。地区层面，2022年1月26日，国务院印发《关于支持贵州在新时代西部大开发上闯新路的意见》。意见提出，发挥赤水河流域酱香型白酒原产地和主产区优势，建设全国重要的白酒生产基地。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国白酒产业发展现状与投资策略报告》共十四章，首先介绍了白酒的定义、分类、特征、生产工艺等，接着分析了中国白酒产业的总体状况和市场特征，并对白酒行业的进出口现状进行了详实的分析。然后具体介绍了高端白酒、不同香型白酒、中国白酒产业区域市场的发展。随后，报告对白酒市场做了重点企业经营状况分析、营销分析、企业发展策略分析、替代产品分析、包装分析和政策法规分析。最后对白酒企业的投资战略进行了分析，并对其未来前景与发展趋势做出了科学的预测。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、海关总署、商务部、财政部、中企顾问网、中企顾问网市场调查中心、中国酒业协会以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对白酒

市场有个系统深入的了解、或者想投资白酒行业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

报告目录：

第一章 白酒行业相关介绍

1.1 白酒的概念及起源

1.1.1 白酒的定义

1.1.2 白酒的起源

1.1.3 白酒的地位

1.2 白酒的分类及特征

1.2.1 白酒的香型

1.2.2 白酒的分类

1.2.3 白酒的特点

1.3 白酒新工艺的发展

1.3.1 白酒工业向新方向发展

1.3.2 白酒新工艺的创新发展

1.3.3 白酒新工艺的探索发展

1.3.4 固、液勾兑工艺的应用

1.4 白酒的其他知识

1.4.1 白酒的度及其测定方法

1.4.2 白酒的勾兑和调味

1.4.3 白酒的各种成分

1.4.4 白酒的营养物质及有害物质

第二章 2021-2023年中国白酒产业发展总体分析

2.1 中国白酒行业发展综述

2.1.1 中国白酒产业链结构

2.1.2 中国白酒行业发展阶段

2.1.3 中国白酒行业发展优势

2.1.4 中国白酒行业供需分析

2.1.5 中国白酒行业发展热点

2.1.6 龙头企业持续发展原因

2.2 2021-2023年中国白酒行业发展状况

- 2.2.1 白酒行业需求规模
- 2.2.2 白酒行业销售收入
- 2.2.3 白酒行业利润总额
- 2.2.4 白酒线上销售情况
- 2.2.5 相关专利申请数量
- 2.3 2021-2023年全国白酒产量分析
 - 2.3.1 2021-2023年全国白酒产量趋势
 - 2.3.2 2021年全国白酒产量情况
 - 2.3.3 2022年全国白酒产量情况
 - 2.3.4 2023年全国白酒产量情况
- 2.4 中国白酒制造业企业绩效评价分析
 - 2.4.1 销售利润情况
 - 2.4.2 成本费用情况
 - 2.4.3 资产周转状况
 - 2.4.4 资产负债分析
 - 2.4.5 利息保障倍数
- 2.5 2021-2023年中国白酒进出口数据分析
 - 2.5.1 进出口总量数据分析
 - 2.5.2 主要贸易国进出口情况分析
 - 2.5.3 主要省市进出口情况分析
- 2.6 中国白酒行业存在的问题分析
 - 2.6.1 白酒安全风险
 - 2.6.2 白酒品质风险
 - 2.6.3 企业转型困境
 - 2.6.4 品牌营销问题
- 2.7 中国白酒行业发展措施建议
 - 2.7.1 白酒行业总体发展对策
 - 2.7.2 白酒质量安全提高建议
 - 2.7.3 白酒产业转型升级建议
 - 2.7.4 白酒品牌价值提升路径

第三章 2021-2023年中国白酒市场发展分析

3.1 中国白酒市场的影响因素

3.1.1 宏观经济对白酒市场的影响

3.1.2 国家政策对白酒市场的影响

3.1.3 其他因素对白酒市场的影响

3.2 中国白酒市场格局

3.2.1 主要价格档次

3.2.2 高端白酒市场

3.2.3 次高端白酒市场

3.2.4 光瓶酒市场

3.3 中国白酒市场特点浅析

3.3.1 白酒市场价格特点

3.3.2 新生品牌立足空间

3.3.3 白酒企业竞争焦点

3.3.4 渠道价值的重要性

3.3.5 终端促销主要特点

3.3.6 主流消费市场分析

3.4 中国白酒消费市场分析

3.4.1 白酒用户画像

3.4.2 白酒消费模式

3.4.3 白酒消费特点

3.4.4 白酒消费动态

3.4.5 白酒消费趋势

3.5 中国白酒市场竞争状况分析

3.5.1 白酒相关企业规模

3.5.2 规上白酒企业规模

3.5.3 白酒地域竞争格局

3.5.4 白酒细分市场格局

3.5.5 白酒行业市场集中度

3.5.6 白酒品牌价值排行

3.5.7 白酒企业竞争力指数

3.5.8 企业品牌现实价值排行

3.5.9 企业资本营运能力排行

- 3.5.10 企业市场营销能力排行
- 3.6 中国白酒终端市场运作解析
 - 3.6.1 产品选择和客户管理
 - 3.6.2 公关和培训
 - 3.6.3 促销和服务客户
 - 3.6.4 激励政策和物流管理
 - 3.6.5 理货管理和回款管理
- 3.7 中国白酒市场同质化现象分析
 - 3.7.1 产品风格单一
 - 3.7.2 市场品牌泛滥
 - 3.7.3 价格体系紊乱
 - 3.7.4 广告宣传浮夸

第四章 2021-2023年高端白酒市场发展分析

- 4.1 2021-2023年中国高端白酒发展综述
 - 4.1.1 白酒价格体系划分
 - 4.1.2 高端白酒品牌价值
 - 4.1.3 高端白酒市场规模
 - 4.1.4 高端白酒竞争格局
 - 4.1.5 高端白酒价格分析
 - 4.1.6 企业经营状况分析
 - 4.1.7 次高端白酒发展状况
 - 4.1.8 高端白酒关系营销
- 4.2 高端白酒发展强劲的原因剖析
 - 4.2.1 消费升级
 - 4.2.2 品牌号召力
 - 4.2.3 定价权优势
 - 4.2.4 抗通胀能力
- 4.3 高端白酒发展的问题及策略
 - 4.3.1 高端白酒存在的主要问题
 - 4.3.2 高端白酒发展中应注意的问题
 - 4.3.3 高端白酒旺季增长策略

4.3.4 高端白酒品牌发展策略

4.3.5 中国高端白酒发展思路

第五章 2021-2023年中国主要香型白酒发展分析

5.1 浓香型白酒

5.1.1 浓香型白酒风味成分

5.1.2 浓香型白酒酿造工艺

5.1.3 浓香型白酒品牌类别

5.1.4 浓香型白酒产量分析

5.1.5 浓香型白酒团体标准

5.1.6 浓香型白酒销售规模

5.1.7 浓香型白酒市场格局

5.1.8 浓香型白酒发展机遇

5.1.9 浓香型白酒发展路径

5.2 清香型白酒

5.2.1 清香型白酒工艺分类

5.2.2 清香型白酒周期分析

5.2.3 清香型白酒竞争格局

5.2.4 清香型白酒消费分析

5.2.5 清香型白酒行业动态

5.3 酱香型白酒

5.3.1 酱香型白酒基本概念

5.3.2 酱香型白酒发展优势

5.3.3 酱香型白酒市场特征

5.3.4 酱香型白酒流派风格

5.3.5 酱香型白酒市场规模

5.3.6 酱香型白酒产能状况

5.3.7 酱香型白酒区域分布

5.3.8 酱香型白酒竞争格局

5.3.9 酱香型白酒营销策略

5.3.10 酱香型白酒发展趋势

第六章 2021-2023年中国白酒行业部分区域发展分析

6.1 四川省

6.1.1 四川白酒发展历程

6.1.2 四川白酒政策环境

6.1.3 四川白酒生产规模

6.1.4 四川白酒营收规模

6.1.5 四川白酒区域分布

6.1.6 四川白酒竞争格局

6.1.7 四川白酒竞争力指数

6.1.8 四川白酒产业布局

6.1.9 四川白酒发展动态

6.1.10 四川白酒发展问题及机遇

6.1.11 四川白酒发展建议

6.1.12 四川白酒发展趋势

6.2 泸州市

6.2.1 泸州白酒政策环境

6.2.2 泸州白酒营收规模

6.2.3 泸州白酒企业发展

6.2.4 泸州项目发展动态

6.2.5 泸州白酒发展机遇

6.3 贵州省

6.3.1 贵州白酒产业政策环境

6.3.2 贵州白酒产业产值分析

6.3.3 贵州白酒行业产量规模

6.3.4 贵州白酒竞争力指数

6.3.5 贵州白酒主要品牌介绍

6.3.6 贵州白酒新零售模式发展

6.3.7 贵州白酒企业创新管理路径

6.3.8 贵州白酒生产基地建设

6.3.9 贵州白酒未来发展规划

6.4 遵义市

6.4.1 遵义白酒发展历程

6.4.2 遵义白酒发展现状

6.4.3 遵义白酒发展困境

6.4.4 遵义白酒发展建议

6.4.5 遵义白酒发展展望

6.5 江苏省

6.5.1 江苏白酒市场运行现状

6.5.2 江苏白酒产量规模分析

6.5.3 江苏白酒市场竞争格局

6.5.4 江苏白酒竞争力指数

6.5.5 江苏白酒重点企业发展

6.5.6 江苏白酒酱香市场分析

6.5.7 江苏白酒行业发展策略

6.5.8 江苏白酒行业发展趋势

6.5.9 江苏白酒市场规模预测

6.6 安徽省

6.6.1 安徽白酒政策环境

6.6.2 安徽白酒产量规模

6.6.3 安徽白酒销售情况

6.6.4 安徽白酒消费情况

6.6.5 安徽白酒竞争力指数

6.6.6 安徽白酒竞争格局

6.6.7 安徽白酒发展对策

6.6.8 安徽白酒发展策略

6.6.9 安徽白酒市场预测

6.7 河南省

6.7.1 河南白酒产业政策环境

6.7.2 河南白酒产业发展情况

6.7.3 河南白酒市场竞争格局

6.7.4 南白酒竞争力指数

6.7.5 河南白酒主要企业介绍

6.7.6 河南白酒发展问题分析

6.7.7 河南白酒转型发展建议

6.8 山东省

6.8.1 山东白酒市场政策环境

6.8.2 山东白酒市场发展特点

6.8.3 山东白酒产量规模分析

6.8.4 山东白酒产业发展现状

6.8.5 山东白酒竞争力指数

6.8.6 山东白酒企业竞争格局

第七章 2020-2023年中国白酒行业重点企业经营状况

7.1 宜宾五粮液股份有限公司

7.1.1 企业发展概况

7.1.2 经营效益分析

7.1.3 业务经营分析

7.1.4 财务状况分析

7.1.5 核心竞争力分析

7.1.6 公司发展战略

7.2 贵州茅台酒股份有限公司

7.2.1 企业发展概况

7.2.2 经营效益分析

7.2.3 业务经营分析

7.2.4 财务状况分析

7.2.5 核心竞争力分析

7.2.6 公司发展战略

7.2.7 未来前景展望

7.3 泸州老窖股份有限公司

7.3.1 企业发展概况

7.3.2 经营效益分析

7.3.3 业务经营分析

7.3.4 财务状况分析

7.3.5 核心竞争力分析

7.3.6 公司发展战略

7.3.7 未来前景展望

7.4 山西杏花村汾酒厂股份有限公司

7.4.1 企业发展概况

7.4.2 经营效益分析

7.4.3 业务经营分析

7.4.4 财务状况分析

7.4.5 核心竞争力分析

7.4.6 公司发展战略

7.4.7 未来前景展望

7.5 酒鬼酒股份有限公司

7.5.1 企业发展概况

7.5.2 经营效益分析

7.5.3 业务经营分析

7.5.4 财务状况分析

7.5.5 核心竞争力分析

7.5.6 未来前景展望

7.6 舍得酒业股份有限公司

7.6.1 企业发展概况

7.6.2 经营效益分析

7.6.3 业务经营分析

7.6.4 财务状况分析

7.6.5 核心竞争力分析

7.6.6 公司发展战略

7.6.7 未来前景展望

7.7 四川水井坊股份有限公司

7.7.1 企业发展概况

7.7.2 经营效益分析

7.7.3 业务经营分析

7.7.4 财务状况分析

7.7.5 核心竞争力分析

7.7.6 公司发展战略

7.7.7 未来前景展望

第八章 2021-2023年中国白酒行业营销分析

8.1 2020-2022中国白酒营销发展状况

8.1.1 白酒营销渠道模式基本介绍

8.1.2 白酒营销渠道模式优化机制

8.1.3 疫情下的白酒线上营销趋势

8.1.4 白酒营销存在的主要问题

8.1.5 白酒营销运营新策略

8.1.6 白酒营销策略建议

8.1.7 白酒全渠道营销策略

8.2 中国白酒定制化营销分析

8.2.1 白酒定制的内涵

8.2.2 白酒定制发展建议

8.2.3 白酒定制主要问题

8.2.4 白酒定制营销策略

8.3 中国白酒企业新营销模式发展分析

8.3.1 发展背景分析

8.3.2 企业营销情况

8.3.3 发展路径分析

8.3.4 主要核心内容

8.3.5 基本指导原则

8.3.6 战略行动路径

8.4 中国白酒企业发展营销策略分析

8.4.1 产品策略

8.4.2 价格策略

8.4.3 渠道策略

8.4.4 促销策略

8.4.5 关系营销策略

8.4.6 网络营销策略

8.5 中国白酒企业出口营销战略

8.5.1 科学选择目标市场

8.5.2 合理选择分销渠道

8.5.3 营销模式发展战略

8.5.4 其他方面营销战略

8.6 中国白酒销售渠道优化途径

8.6.1 多渠道构建并行

8.6.2 转变渠道的组成结构

8.6.3 培养专业的渠道人才

8.6.4 建立高效的渠道奖励

第九章 中国白酒企业的发展策略研究分析

9.1 白酒企业SWOT分析

9.1.1 优势（Strengths）分析

9.1.2 劣势（Weaknesses）分析

9.1.3 机会（Opportunities）分析

9.1.4 威胁（Threats）分析

9.2 白酒企业的利润点

9.2.1 高端市场的利润点

9.2.2 终端渠道的利润点

9.2.3 酒文化的利润点

9.2.4 品牌价值的利润点

9.3 白酒企业发展的差异化策略

9.3.1 产品差异化

9.3.2 形象差异化

9.3.3 市场差异化

9.3.4 服务差异化

9.4 白酒企业的招商策略

9.4.1 品牌规划策略

9.4.2 市场规划策略

9.4.3 招商启动策略

9.5 二线白酒企业突围的关键要素

9.5.1 战略企图

9.5.2 声誉产品

9.5.3 市场板块

9.5.4 团队整合

9.5.5 资源匹配度

9.6 白酒企业品牌资产提升策略

9.6.1 员工层面

9.6.2 厂商层面

9.6.3 消费者层面

第十章 2021-2023年白酒替代产品分析

10.1 啤酒

10.1.1 啤酒产业链条结构

10.1.2 啤酒市场发展阶段

10.1.3 啤酒市场产量分析

10.1.4 啤酒市场销售情况

10.1.5 啤酒市场进口规模

10.1.6 啤酒市场出口规模

10.1.7 啤酒行业利润情况

10.1.8 啤酒市场区域布局

10.1.9 啤酒行业发展前景

10.1.10 啤酒行业发展趋势

10.2 葡萄酒

10.2.1 葡萄酒市场规模状况

10.2.2 葡萄酒产量规模分析

10.2.3 葡萄酒消费市场分析

10.2.4 葡萄酒市场进口分析

10.2.5 葡萄酒产业竞争策略

10.2.6 葡萄酒发展现存问题

10.2.7 葡萄酒产业发展对策

10.2.8 葡萄酒产业发展趋势

10.3 黄酒

10.3.1 黄酒行业发展现状

10.3.2 黄酒行业销售规模

10.3.3 黄酒企业竞争格局

10.3.4 黄酒企业经营状况

- 10.3.5 黄酒对外贸易情况
- 10.3.6 黄酒市场前景展望
- 10.3.7 黄酒行业发展趋势

第十一章 2021-2023年白酒包装发展分析

- 11.1 中国白酒包装发展综述
 - 11.1.1 主要白酒包装材料
 - 11.1.2 白酒包装市场规模
 - 11.1.3 白酒包装原料市场
 - 11.1.4 白酒包装主要特点
 - 11.1.5 白酒包装加工工艺
 - 11.1.6 高档白酒包装设计分析
 - 11.1.7 绿色设计在白酒包装中的应用
 - 11.1.8 传统文化在白酒包装中的应用
- 11.2 白酒系列包装设计案例分析
 - 11.2.1 酒文化与包装的联系
 - 11.2.2 白酒受众群体分析
 - 11.2.3 白酒包装设计构思及案例
- 11.3 白酒包装转型升级路径
 - 11.3.1 产业思维转变
 - 11.3.2 健全设计创新体系
 - 11.3.3 强化品牌包装个性化
 - 11.3.4 整合创新优势
 - 11.3.5 开拓新兴市场
- 11.4 白酒包装趋势分析
 - 11.4.1 白酒包装重文化
 - 11.4.2 白酒包装简约化
 - 11.4.3 白酒包装环保化
 - 11.4.4 白酒包装个性化
 - 11.4.5 白酒包装数字化

第十二章 2021-2023年中国白酒行业政策法规分析

- 12.1 白酒行业政策体系
 - 12.1.1 行业主管部门
 - 12.1.2 行业监管体制
 - 12.1.3 行业主要法律法规
- 12.2 2021-2023年白酒产业国家政策法规动向
 - 12.2.1 国家产业政策利好
 - 12.2.2 酒类流通行业政策
 - 12.2.3 白酒消费税政策变化
- 12.3 2021-2023年白酒产业区域政策法规动态
 - 12.3.1 四川白酒产业发展措施
 - 12.3.2 贵州白酒市场发展纲要
 - 12.3.3 江西白酒产业区域政策
 - 12.3.4 湖北省开展白酒小作坊专项治理
 - 12.3.5 上海市酒类商品经营许可和管理办法
- 12.4 白酒相关标准文件分析
 - 12.4.1 《白酒质量安全追溯体系规范》行业标准
 - 12.4.2 《白酒工业术语》国家标准
 - 12.4.3 露酒和露酒年份酒团体标准
 - 12.4.4 《调香白酒》团体标准
 - 12.4.5 《四川浓香型纯酿固态法原酒》团体标准
 - 12.4.6 《贵州优质大曲酱香白酒》团体标准
 - 12.4.7 《广东年份白酒》团体标准
 - 12.4.8 《馥郁香型白酒》相关标准
 - 12.4.9 《芝麻香型白酒》国家标准
 - 12.4.10 《浓香型白酒》国家标准
 - 12.4.11 《清香型白酒》国家标准

第十三章 中国白酒行业投资机会分析及风险预警

- 13.1 2021-2023年中国白酒投融资分析
 - 13.1.1 白酒行业投资逻辑
 - 13.1.2 白酒市场投融资规模
 - 13.1.3 白酒市场投融资特点

- 13.1.4 白酒主要投融资事件
- 13.1.5 白酒主要兼并重组事件
- 13.1.6 白酒企业上市融资动态
- 13.2 中国白酒行业投资机会
 - 13.2.1 居民消费能力增强
 - 13.2.2 消费升级持续利好
 - 13.2.3 产业政策不断完善
 - 13.2.4 拥有广泛消费群体
 - 13.2.5 有望拓展海外市场
 - 13.2.6 先进生产技术突破
- 13.3 中国白酒行业投资壁垒
 - 13.3.1 政策壁垒
 - 13.3.2 资质壁垒
 - 13.3.3 品牌认知壁垒
 - 13.3.4 资源壁垒
 - 13.3.5 技术壁垒
 - 13.3.6 人才壁垒
- 13.4 中国白酒行业投资风险提示
 - 13.4.1 消费需求变化风险
 - 13.4.2 市场竞争风险
 - 13.4.3 收入季节性风险
- 13.5 中国白酒行业典型项目投资案例分析
 - 13.5.1 项目基本概述
 - 13.5.2 建设内容规划
 - 13.5.3 项目投资概算
 - 13.5.4 实施进度安排
 - 13.5.5 经济效益分析
 - 13.5.6 项目投资必要性
 - 13.5.7 项目投资可行性

第十四章 对2024-2030年中国白酒行业前景及趋势预测

14.1 中国白酒行业发展前景分析

- 14.1.1 白酒行业发展预测
- 14.1.2 行业发展前景展望
- 14.1.3 健康白酒发展思路
- 14.1.4 行业未来发展路径
- 14.1.5 龙头企业未来成长性
- 14.2 中国白酒行业发展趋势分析
 - 14.2.1 终端销售发展趋势
 - 14.2.2 创新驱动发展趋势
 - 14.2.3 产业结构优化趋势
 - 14.2.4 营销战略转变趋势
 - 14.2.5 白酒消费趋势转变
 - 14.2.6 产业数字化建设趋势
- 14.3 对2024-2030年中国白酒行业预测分析
 - 14.3.1 2024-2030年中国白酒行业影响因素分析
 - 14.3.2 2024-2030年中国白酒产量预测
 - 14.3.3 2024-2030年中国白酒行业销售收入预测
 - 14.3.4 2024-2030年中国白酒行业利润总额预测

附录

附录一：中华人民共和国食品安全法（2021修正）

图表目录

- 图表1 各香型白酒不同的风格特征
- 图表2 白酒产业链结构图
- 图表3 白酒产业链生态图谱
- 图表4 白酒行业供需模型
- 图表5 2014-2021年中国白酒表观需求量及增速
- 图表6 2015-2021年中国白酒行业销售收入及增速
- 图表7 2017-2021年中国白酒行业利润总额及同比增速
- 图表8 2021年白酒线上销售额情况
- 图表9 2021年白酒线上销量情况
- 图表10 2021年白酒线上均价情况
- 图表11 2021年白酒行业线上市占率情况

- 图表12 2017-2021年中国白酒相关专利申请数量统计情况
- 图表13 2020-2022年中国白酒产量趋势图
- 图表14 2020年全国白酒产量数据
- 图表15 2021年全国白酒产量数据
- 图表16 2022年全国白酒产量数据
- 图表17 2017-2021年白酒制造业销售利润率
- 图表18 2017-2021年白酒制造业成本费用利润率
- 图表19 2017-2021年白酒制造业成本费用占主营业务收入的比率
- 图表20 2017-2021年白酒制造业应收账款周转率
- 图表21 2017-2021年白酒制造业流动资产周转率
- 图表22 2017-2021年白酒制造业总资产周转率
- 图表23 2017-2021年白酒制造业资产负债率
- 图表24 2017-2021年白酒制造业利息保障倍数
- 图表25 2020-2022年中国白酒进出口总量
- 图表26 2020-2022年中国白酒进出口总额
- 图表27 2020-2022年中国白酒进出口（总量）结构
- 图表28 2020-2022年中国白酒进出口（总额）结构
- 图表29 2020-2022年中国白酒贸易顺差规模
- 图表30 2020-2021年中国白酒进口区域分布

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/414839.html>