2020-2025年中国酿酒行业市场前景预测及投资方向研究报告

报告大纲

华经情报网
www.huaon.com

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国酿酒行业市场前景预测及投资方向研究报告》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//channel/wine/627429.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

从消费者年龄来看，2019年四大酒类消费者平均年龄为35岁左右。年轻消费主体的消费观和价值观呈现出个性化和多元化色彩，这种消费代际的新特点将促使酒类行业重构新的价值标准体系，在品牌塑造、产品塑造、价值观塑造、营销模式和创新推广都会迎合消费者进行变革。

2019年中国四大酒类消费者平均年龄分布

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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。

报告目录：

第一部分 产业环境透视
第一章 酿酒行业发展综述
第一节 酿酒行业定义及分类
一、行业定义
二、行业主要产品分类
三、行业特性及在国民经济中的地位
第二节 酿酒行业发展特征
一、快速消费品行业
二、质量安全关注行业
三、原材料依赖型产业
四、规模经济的典型特征
五、顺经济周期行业
六、资本和技术密集型产业
第二章 酿酒行业市场环境及影响分析（PEST）
第一节 酿酒行业政治法律环境（P）
一、酿酒产业相关法律
二、酿酒行业政策分析
三、酿酒行业发展规划
第二节 行业经济环境分析（E）
一、国内宏观经济概况
二、区域市场发展环境
三、相关产业链市场影响

第三节 行业社会环境分析（S）
一、酿酒产业社会环境
二、社会环境对行业的影响
第四节 行业技术环境分析（T）
一、酿酒技术发展水平
1、白酒酿造技术分析
2、葡萄酒酿造技术分析
3、啤酒酿造技术分析
4、黄酒酿造技术分析
5、其他酿酒相关技术
二、技术环境对行业的影响
第三章 国际酿酒行业发展分析及经验借鉴
第一节 国际啤酒市场现状分析
一、国际啤酒行业市场规模
二、世界啤酒畅销品牌分析
三、世界啤酒竞争格局分析
第二节 国际重点啤酒市场分析
一、美国啤酒市场分析
二、德国啤酒市场分析
三、法国啤酒市场分析
第三节 全球葡萄酒市场分析
一、全球葡萄酒市场规模
二、全球葡萄酒产量分析
三、全球葡萄酒市场发展趋势
第四节 全球重点葡萄酒市场分析
一、美国葡萄酒市场分析
二、欧洲葡萄酒市场分析
三、智利葡萄酒市场分析
四、阿根廷葡萄酒市场分析
第二部分 市场深度分析
第四章 中国酿酒所属行业运行现状分析
第一节 中国酿酒所属行业发展状况分析
一、中国酿酒所属行业发展阶段
二、中国酿酒所属行业发展总体概况
三、中国酿酒所属行业发展特点分析

四、中国酿酒所属行业商业模式分析
第二节 中国酿酒所属行业市场运行现状分析
一、中国酿酒所属行业市场规模
二、中国酿酒产品结构分析
三、中国酿酒所属行业产销分析
四、中国酿酒所属行业利润总额分析
数据显示，2016-2019年我国规模以上酿酒企业利润总额保持稳定增长，从2016年的1094.5亿元增长到2019年1611.7亿元。
2016-2019年中国规模以上酿酒企业利润总额

第三节 中国酿酒企业发展分析
一、企业数量及增长分析
二、不同规模企业结构分析
三、所属行业从业人员数量分析
第四节 中国酿酒所属行业财务指标分析
一、行业盈利能力分析
二、行业偿债能力分析
三、行业营运能力分析
四、行业发展能力分析
第五章 中国酿酒市场供需形势分析
第一节 酿酒行业生产分析
一、产品及原材料进口、自有比例
二、国内产品及原材料生产基地分布
第二节 中国酿酒行业供需分析
一、2015-2019年中国酿酒行业供给情况
1、中国饮料酒产量分析
2、中国发酵酒精产量分析
3、中国饮料酒总产值分析
4、中国发酵酒精总产值分析
二、2015-2019年中国酿酒行业需求情况
1、中国饮料酒销售产值分析
2、中国发酵酒精销售产值分析
3、中国饮料酒销售收入分析
4、中国发酵酒精销售收入分析
三、2015-2019年中国酿酒行业供需平衡分析

1、中国饮料酒产销率分析
2、中国发酵酒精产销率分析
第三节 酿酒产品市场应用及需求预测
一、酿酒产品应用市场总体需求分析
1、饮料酒产品市场需求特征
2、饮料酒产品市场需求总规模
3、发酵酒精产品市场需求特征
4、发酵酒精产品市场需求总规模
二、2020-2025年酿酒行业需求预测
1、2020-2025年饮料酒领域需求产品功能预测
2、2020-2025年饮料酒领域需求产品市场格局预测
3、2020-2025年发酵酒精领域需求产品市场格局预测
第四节 2015-2019年酒类市场价格走势分析
一、重点品牌白酒均价分析
二、重点品牌葡萄酒价格分析
三、重点品牌啤酒价格分析
第三部分 市场全景调研
第六章 酿酒行业产业链分析
第一节 产业链上游原材料市场分析
一、高粱市场分析
1、高粱供给与酿酒业需求
2、2015-2019年高粱价格波动
二、大米市场分析
1、大米供给与酿酒业需求
2、2015-2019年大米价格波动
三、小麦市场分析
1、小麦供给与酿酒业需求
2、2015-2019年小麦价格波动
四、玉米市场分析
1、玉米供给与酿酒业需求
2、2015-2019年玉米价格波动
五、大麦市场分析
1、大麦供给与酿酒业需求
2、2015-2019年大麦价格波动
六、葡萄市场分析

1、葡萄供给与酿酒业需求
2、2015-2019年葡萄价格波动
第二节 产业链下游包装市场分析
一、玻璃包装业发展分析
1、平板玻璃产量情况
2、玻璃行业市场情况
二、纸质包装业发展分析
1、纸质包装市场规模分析
2、纸质包装市场SWOT分析
3、纸质包装市场发展前景
三、塑料包装市场发展分析
1、全国塑料制品产量情况
2、全国塑料制品出口情况
四、铝包装市场发展分析
1、铝包装市场供给分析
2、铝包装市场需求分析
3、铝包装市场供需平衡分析
第七章 中国白酒市场分析及预测
第一节 中国白酒所属行业整体运行指标分析
一、白酒所属行业企业规模
二、白酒所属行业资产负债
三、白酒所属行业供需规模
四、白酒所属行业经营规模
五、白酒所属行业经营效率
第二节 白酒市场特点分析
一、高端白酒呈下行走势
二、中高端白酒竞争格外激烈
三、中端白酒相继扩张
四、低端白酒依旧平淡
第三节 2015-2019年白酒市场供需形势分析
一、需求分析
1、白酒消费特性与发展趋势
2、消费的趋动因素
二、供给分析
1、白酒行业生产情况

2、白酒生产结构分析
第四节 2015-2019年白酒细分市场分析
一、中国酱香型白酒市场分析
1、酱香型白酒发展概况
2、酱香型白酒市场分析
3、酱香型白酒发展前景分析
二、中国浓香型白酒市场分析
1、浓香型白酒发展概述
2、浓香型白酒市场分析
3、浓香型白酒发展前景分析
三、中国清香型白酒市场分析
1、清香型白酒发展概述
2、清香型白酒市场分析
3、清香型白酒发展前景分析
四、中国米香型白酒市场分析
1、米香型白酒发展概述
2、米香型白酒市场分析
3、米香型白酒发展前景分析
五、中国兼香型白酒市场发展分析
1、兼香型白酒发展概述
2、兼香型白酒市场分析
3、兼香型白酒发展前景分析
六、中国白酒重点市场发展分析
1、超高端和高端白酒市场分析
2、中端白酒市场分析
3、低端白酒市场分析
第五节 2015-2019年白酒市场发展形势分析
一、行业内兼并重组趋势明显
二、区域性名酒的全国化道路愈演愈烈
三、中端白酒将替代高端白酒成为各酒商生产重点
第八章 中国葡萄酒市场分析及预测
第一节 中国葡萄酒所属行业整体运行指标分析
一、葡萄酒所属行业企业规模
二、葡萄酒所属行业资产负债
三、葡萄酒所属行业供需规模

四、葡萄酒所属行业经营规模
五、葡萄酒所属行业经营效率
第二节 葡萄酒市场特点分析
一、中国葡萄酒市场日趋理性和成熟
二、中国葡萄酒进口保持增长
三、中国葡萄酒市场洗牌开始
四、中国进口葡萄酒消费结构变化
第三节 2015-2019年葡萄酒市场供需形势分析
一、需求分析
1、葡萄酒消费特性与发展趋势
2、葡萄酒消费的趋动因素
二、供给分析
1、葡萄酒行业生产情况
2、葡萄酒生产结构分析
第四节 2015-2019年葡萄酒细分市场分析
一、行业主要产品市场分析
1、红葡萄酒产品市场分析
2、白葡萄酒产品市场分析
二、行业产品市场热点分析
1、年份葡萄酒市场发展状况
2、庄园葡萄酒市场发展状况
第五节 2015-2019年葡萄酒市场发展形势分析
一、营销阵地将向电商进一步转移
二、葡萄酒投资风险进一步提升
三、三线、中西部城市逆势增长
四、进口葡萄酒迎来新的变局
第九章 中国啤酒市场分析及预测
第一节 中国啤酒所属行业整体运行指标分析
一、啤酒所属行业企业规模
二、啤酒所属行业资产负债
三、啤酒所属行业供需规模
四、啤酒所属行业经营规模
五、啤酒所属行业经营效率
第二节 啤酒市场特点分析
一、产业增长平缓，小型企业“活力”领跑

二、总体盈利水平下降，行业竞争或将加剧
三、“多极化”成为行业突破点
第三节 2015-2019年啤酒市场供需形势分析
一、需求分析
1、消费特性与发展趋势
2、啤酒消费的趋动因素
二、供给分析
1、啤酒行业生产情况
2、啤酒生产结构分析
第四节 2015-2019年啤酒细分市场分析
一、外资品牌啤酒市场分析
二、国内品牌啤酒市场分析
三、中高端啤酒市场分析
四、低端啤酒市场分析
第五节 2015-2019年啤酒市场发展形势分析
一、行业集中度进一步提高
二、中高端产品成为未来利润增长点
三、啤酒市场加速进入寡头时代
第十章 中国黄酒市场分析及预测
第一节 中国黄酒所属行业整体运行指标分析
一、黄酒所属行业企业规模
二、黄酒所属行业资产负债
三、黄酒所属行业供需规模
四、黄酒所属行业经营规模
五、黄酒所属行业经营效率
第二节 黄酒市场营销策略分析
一、渠道创新
二、海外市场攻势的加强
三、新生消费群体的培养
四、整合营销传播的加强
第三节 2015-2019年黄酒市场供需形势分析
一、需求分析
1、黄酒消费的地域特征
2、黄酒消费的趋动因素
3、黄酒消费需求的主要趋向

4、黄酒市场消费潜力分析
二、供给分析
1、黄酒行业生产情况
2、黄酒生产结构分析
3、黄酒产量的区域分布
第四节 2015-2019年黄酒细分市场分析
一、不同档次黄酒产品的市场分析
1、中高端黄酒产品市场分析
2、低端黄酒产品市场分析
二、不同产区黄酒产品的市场分析
1、越派黄酒产品市场分析
2、海派黄酒产品市场分析
3、湘（新）派黄酒产品市场分析
4、闽派黄酒产品市场分析
第五节 未来黄酒行业发展趋势预测
一、行业集中度进一步提高
二、产品更趋个性化，地域特色更为明显
三、农村市场潜力加速释放
四、网上销售前景广阔
第十一章 酒精饮品市场发展分析
第一节 中国酒精饮品行业整体运行指标分析
一、酒精饮品行业企业规模
二、酒精饮品行业市场规模
三、酒精饮品行业产销量分析
四、酒精饮品市场价格走势分析
第二节 酒精饮品行业发展概况及特点
一、酒精饮品行业发展概况
二、酒精饮品消费特点分析
1、酒精饮品消费场景分析
2、酒精饮品消费人群分析
3、酒精饮品消费驱动因素分析
三、酒精饮品行业发展趋势及前景
第三节 酒精饮品市场竞争格局分析
一、企业竞争格局
二、品牌竞争格局

三、产品竞争格局
第四节 酒精饮品行业投资策略分析
第四部分 竞争格局分析
第十二章 酿酒所属行业区域市场分析
第一节 华北地区市场分析
一、北京市酒类市场分析
1、北京市酒类市场销售情况
2、北京市酒类市场价格监测
3、北京市酒类市场竞争分析
4、北京市酒类市场发展前景
二、天津市酒类市场分析
1、天津市酒类市场销售情况
2、天津市酒类市场价格监测
3、天津市酒类市场竞争分析
4、天津市酒类市场发展前景
三、河北省酒类市场分析
1、河北省酒类市场销售情况
2、河北省酒类市场价格监测
3、河北省酒类市场竞争分析
4、河北省酒类市场发展前景
第二节 华东地区市场分析
一、上海市酒类市场分析
1、上海市酒类市场销售情况
2、上海市酒类市场价格监测
3、上海市酒类市场竞争分析
4、上海市酒类市场发展前景
二、江苏省酒类市场分析
1、江苏省酒类市场销售情况
2、江苏省酒类市场价格监测
3、江苏省酒类市场竞争分析
4、江苏省酒类市场发展前景
三、浙江省酒类市场分析
1、浙江省酒类市场销售情况
2、浙江省酒类市场价格监测
3、浙江省酒类市场竞争分析

4、浙江省酒类市场发展前景
四、山东省酒类市场分析
1、山东省酒类市场销售情况
2、山东省酒类市场价格监测
3、山东省酒类市场竞争分析
4、山东省酒类市场发展前景
第三节 中南地区市场分析
一、湖北省酒类市场分析
1、湖北省酒类市场销售情况
2、湖北省酒类市场价格监测
3、湖北省酒类市场竞争分析
4、湖北省酒类市场发展前景
二、河南省酒类市场分析
1、河南省酒类市场销售情况
2、河南省酒类市场价格监测
3、河南省酒类市场竞争分析
4、河南省酒类市场发展前景
三、广东省酒类市场分析
1、广东省酒类市场销售情况
2、广东省酒类市场价格监测
3、广东省酒类市场竞争分析
4、广东省酒类市场发展前景
第四节 东北地区市场分析
一、辽宁省酒类市场分析
1、辽宁省酒类市场销售情况
2、辽宁省酒类市场价格监测
3、辽宁省酒类市场竞争分析
4、辽宁省酒类市场发展前景
二、黑龙江省酒类市场分析
1、黑龙江省酒类市场销售情况
2、黑龙江省酒类市场价格监测
3、黑龙江省酒类市场竞争分析
4、黑龙江省酒类市场发展前景
第五节 西南地区市场分析
一、四川省酒类市场分析

1、四川省酒类市场销售情况
2、四川省酒类市场价格监测
3、四川省酒类市场竞争分析
4、四川省酒类市场发展前景
二、贵州省酒类市场分析
1、贵州省酒类市场销售情况
2、贵州省酒类市场价格监测
3、贵州省酒类市场竞争分析
4、贵州省酒类市场发展前景
三、云南省酒类市场分析
1、云南省酒类市场销售情况
2、云南省酒类市场价格监测
3、云南省酒类市场竞争分析
4、云南省酒类市场发展前景
第十三章 酿酒行业领先企业经营形势分析
第一节 中国领先白酒企业经营形势分析
一、中国贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司
1、企业发展概况
2、企业营销渠道及分布
3、企业产品结构分析
4、企业经营情况分析
5、企业竞争优劣势分析
6、企业未来发展战略
二、四川省宜宾五粮液集团有限公司
1、企业发展概况
2、企业营销渠道及分布
3、企业产品结构分析
4、企业经营情况分析
5、企业竞争优劣势分析
6、企业未来发展战略
三、江苏洋河酒厂股份有限公司
1、企业发展概况
2、企业营销渠道及分布
3、企业产品结构分析
4、企业经营情况分析

5、企业竞争优劣势分析
6、企业未来发展战略
四、泸州老窖股份有限公司
1、企业发展概况
2、企业营销渠道及分布
3、企业产品结构分析
4、企业经营情况分析
5、企业竞争优劣势分析
6、企业未来发展战略
五、四川郎酒集团有限责任公司
1、企业发展概况
2、企业营销渠道及分布
3、企业产品结构分析
4、企业经营情况分析
5、企业竞争优劣势分析
6、企业未来发展战略
六、陕西西凤酒股份有限公司
1、企业发展概况
2、企业营销渠道及分布
3、企业产品结构分析
4、企业经营情况分析
5、企业竞争优劣势分析
6、企业未来发展战略
七、安徽古井集团有限责任公司
1、企业发展概况
2、企业营销渠道及分布
3、企业产品结构分析
4、企业经营情况分析
5、企业竞争优劣势分析
6、企业未来发展战略
八、山西杏花村汾酒集团有限责任公司
1、企业发展概况
2、企业营销渠道及分布
3、企业产品结构分析
4、企业经营情况分析

5、企业竞争优劣势分析
6、企业未来发展战略
九、湖北稻花香酒业股份有限公司
1、企业发展概况
2、企业营销渠道及分布
3、企业产品结构分析
4、企业经营情况分析
5、企业竞争优劣势分析
6、企业未来发展战略
十、四川剑南春（集团）有限责任公司
1、企业发展概况
2、企业营销渠道及分布
3、企业产品结构分析
4、企业经营情况分析
5、企业竞争优劣势分析
6、企业未来发展战略
第二节 中国领先葡萄酒企业经营形势分析
一、中粮长城酒业有限公司
1、企业发展概况
2、企业营销渠道及分布
3、企业产品结构分析
4、企业经营情况分析
5、企业竞争优劣势分析
6、企业未来发展战略
二、烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司
1、企业发展概况
2、企业营销渠道及分布
3、企业产品结构分析
4、企业经营情况分析
5、企业竞争优劣势分析
6、企业未来发展战略
三、中法合营王朝葡萄酿酒有限公司
1、企业发展概况
2、企业营销渠道及分布
3、企业产品结构分析

4、企业经营情况分析
5、企业竞争优劣势分析
6、企业未来发展战略
四、甘肃莫高实业发展股份有限公司
1、企业发展概况
2、企业营销渠道及分布
3、企业产品结构分析
4、企业经营情况分析
5、企业竞争优劣势分析
6、企业未来发展战略
五、通化葡萄酒股份有限公司
1、企业发展概况
2、企业营销渠道及分布
3、企业产品结构分析
4、企业经营情况分析
5、企业竞争优劣势分析
6、企业未来发展战略
六、中信国安葡萄酒业股份有限公司
1、企业发展概况
2、企业营销渠道及分布
3、企业产品结构分析
4、企业经营情况分析
5、企业竞争优劣势分析
6、企业未来发展战略
七、北京丰收葡萄酒有限公司
1、企业发展概况
2、企业营销渠道及分布
3、企业产品结构分析
4、企业经营情况分析
5、企业竞争优劣势分析
6、企业未来发展战略
八、香格里拉酒业股份有限公司
1、企业发展概况
2、企业营销渠道及分布
3、企业产品结构分析

4、企业经营情况分析
5、企业竞争优劣势分析
6、企业未来发展战略
九、威龙葡萄酒股份有限公司
1、企业发展概况
2、企业营销渠道及分布
3、企业产品结构分析
4、企业经营情况分析
5、企业竞争优劣势分析
6、企业未来发展战略
十、云南红酒业有限公司
1、企业发展概况
2、企业营销渠道及分布
3、企业产品结构分析
4、企业经营情况分析
5、企业竞争优劣势分析
6、企业未来发展战略
第三节 中国领先啤酒企业经营形势分析
一、青岛啤酒股份有限公司
1、企业发展概况
2、企业营销渠道及分布
3、企业产品结构分析
4、企业经营情况分析
5、企业竞争优劣势分析
6、企业未来发展战略
二、华润雪花啤酒（中国）有限公司
1、企业发展概况
2、企业营销渠道及分布
3、企业产品结构分析
4、企业经营情况分析
5、企业竞争优劣势分析
6、企业未来发展战略
三、北京燕京啤酒股份有限公司
1、企业发展概况
2、企业营销渠道及分布

3、企业产品结构分析
4、企业经营情况分析
5、企业竞争优劣势分析
6、企业未来发展战略
四、重庆啤酒股份有限公司
1、企业发展概况
2、企业营销渠道及分布
3、企业产品结构分析
4、企业经营情况分析
5、企业竞争优劣势分析
6、企业未来发展战略
五、燕京啤酒（桂林漓泉）股份有限公司
1、企业发展概况
2、企业营销渠道及分布
3、企业产品结构分析
4、企业经营情况分析
5、企业竞争优劣势分析
6、企业未来发展战略
第五部分 发展前景展望
第十四章 2020-2025年酿酒行业前景及趋势预测
第一节 2020-2025年酿酒市场发展前景
一、2020-2025年酿酒市场发展潜力
二、2020-2025年酿酒市场发展前景展望
三、2020-2025年酿酒细分行业发展前景分析
第二节 2020-2025年酿酒市场发展趋势预测
一、2020-2025年酿酒行业发展趋势
二、2020-2025年酿酒市场规模预测
1、酿酒行业市场容量预测
2、酿酒行业销售收入预测
三、2020-2025年酿酒行业应用趋势预测
四、2020-2025年细分市场发展趋势预测
第三节 2020-2025年中国酿酒行业供需预测
一、2020-2025年中国酿酒企业数量预测
二、2020-2025年中国酿酒行业产量预测
三、2020-2025年中国酿酒市场销量预测

四、2020-2025年中国酿酒行业需求预测
五、2020-2025年中国酿酒行业供需平衡预测
第十五章 酿酒行业投资及风险分析
第一节 酿酒行业投资特性分析
一、酿酒行业进入壁垒分析
二、酿酒行业盈利因素分析
三、酿酒行业盈利模式分析
第二节 酿酒行业发展的影响因素
一、有利因素
二、不利因素
第三节 酿酒行业投融资情况
一、行业资金渠道分析
二、固定资产投资分析
三、兼并重组情况分析
四、酿酒行业投资现状分析
第四节 酿酒行业投资机会
一、产业链投资机会
二、细分市场投资机会
三、重点区域投资机会
第五节 酿酒行业投资风险及防范
一、政策风险及防范
二、技术风险及防范
三、供求风险及防范
四、宏观经济波动风险及防范
五、关联产业风险及防范
六、产品结构风险及防范
七、其他风险及防范
第六部分 发展战略研究
第十六章 酿酒行业发展战略研究
第一节 酿酒行业发展战略研究
一、战略综合规划「AK LWY」
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 对中国酿酒品牌的战略思考
一、酿酒品牌的重要性
二、酿酒实施品牌战略的意义
三、酿酒企业品牌的现状分析
四、中国酿酒企业的品牌战略
五、酿酒品牌战略管理的策略
第三节 酿酒经营策略分析
一、酿酒市场细分策略
二、酿酒市场创新策略
三、品牌定位与品类规划
四、酿酒新产品差异化战略
第四节 酿酒行业投资战略研究
一、2019年酿酒企业投资战略
二、2020-2025年酿酒行业投资战略
三、2020-2025年细分行业投资战略
图表目录：
图表：2015-2019年全球葡萄酒行业市场规模
图表：2015-2019年中国酿酒行业市场结构
图表：2015-2019年中国白酒行业市场规模
图表：2015-2019年中国葡萄酒行业市场规模
图表：2015-2019年中国啤酒行业市场规模
图表：2015-2019年中国黄酒行业市场规模
图表：2015-2019年酿酒行业工业总产值
图表：2015-2019年酿酒行业产量分析
图表：2015-2019年白酒产量分析
图表：2015-2019年葡萄酒产量分析
图表：2015-2019年啤酒产量分析
图表：2015-2019年黄酒产量分析
图表：2015-2019年酿酒行业需求分析
更多图表见正文……

详细请访问：https://www.huaon.com//channel/wine/627429.html