

2010-2015年高端礼品酒行业发展前景分析及投资风险预测报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2010-2015年高端礼品酒行业发展前景分析及投资风险预测报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/jiulei/8406784067.html>

报告价格：电子版: 6000元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 8000

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

我国高端白酒是在近10多年来兴起的，由于高端白酒诞生的时间较短，目前高端白酒的消费人群并不多，销售份额在整个白酒市场中占比也不太多。但是，由于白酒行业的发展增速较快，高端白酒的消费增速也逐步加快。近几年，高端白酒消费的主力市场已经形成。从2006年起，高端白酒销量占整个白酒行业的1.2%左右，销售收入约占白酒行业总数的15%以上。其中，贵州茅台和五粮液所占市场份额最大。目前，中国白酒产量近年来平均每年下降50万千升左右，平均降幅约为7.5%，但高端白酒的年消费总量却每年保持15%的增长幅度。白酒行业的强势表现为高端白酒的发展提供了保障。2010年春节期间，白酒销售进入旺季，为了抢占市场份额，各大白酒厂商使出浑身解数，除加强广告攻势外，在终端销售市场，也以各种招数吸引消费者。礼尚往来，是中华民族的传统美德，节日期间向亲戚、家人、朋友赠送美酒成为一种不是约定的礼俗。以高端白酒、保健酒、葡萄酒为代表的“礼品酒”均出现旺销，市场增幅明显。2010年1月，五粮液对“五粮液”酒产品出厂供货价格进行适当调整，上调幅度约为8.5-10.3%。其中52度五粮液的出厂价由469元提高到529元。这是自2009年12月贵州茅台率先宣布提价并引领一波整体提价高潮后，白酒类公司再次掀起涨价潮。

2009年1-12月酿酒行业产销量数据及企业盈利数据表明，酿酒行业整体运行态势良好，产量增速稳定，景气回升趋势明确。随着宏观经济企稳回升，高端白酒、葡萄酒销售有望保持稳定增长。近五年来，行业在发展规模的同时注重效益的增长，利润总额从2004年的104.08亿元，提高到2009年的360.26亿元，增长246.14%。其中啤酒从2004年的30亿元，提高到2009年73.11亿元，增长143.79%；白酒从2004年的58.66亿元，提高到2009年234.89亿元，转摘自中国酒业新闻网增长300.43%；黄酒从2004年的2.98亿元，提高到2009年6.24亿元，增长109.52%；葡萄酒从2004年的8.45亿元，提高到2009年27.69亿元，增长227.67%；果露酒从2004年的1.82亿元，提高到2009年的7.05亿元，增长287.47%；发酵酒精从2004年2.18亿元，上升到2009年的11.27亿元，增长417.15%。白酒、啤酒、黄酒、葡萄酒、果露酒增长都超过100%以上，特别是果露酒、白酒增长更为明显，分别接近和达到3倍；从整体上看白酒和啤酒两大酒种的利润比重较大，白酒利润占行业65%以上，比重较五年前上升了9个百分点；啤酒利润占行业20.29%，较五年前下降了8.5个百分点。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家海关总署、国务院发展研究中心、中国酿酒工业协会、中国轻工业协会、中国经济景气监测中心、国内外相关刊物杂志的基础信息以及高端礼品酒研究单位等公布和提供的大量资料，结合对高端礼品酒相关企业的实地调查，对我国高端礼品酒行业发展现状与前景、市场竞争格局与形势、赢利水平与企业发展、投资策略与风险预警、发展趋势与规划建议等进行深入研究，并重点分析了高端礼品酒行业的前景与风险。报告揭示了高端礼品酒市场潜在需求与潜在机会，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情

报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

目录

CONTENTS

第一部分 发展现状与前景分析

第一章 全球高端礼品酒行业发展分析

第一节 2009年全球高端礼品酒市场分析

一、2009年全球高端礼品酒市场回顾

二、2009年全球高端礼品酒市场环境

三、2009年全球高端礼品酒销售分析

四、2009年全球高端礼品酒市场规模

第二节 2010年全球高端礼品酒市场分析

一、2010年全球高端礼品酒需求分析

二、2010年全球高端礼品酒市场规模

三、2010年全球高端礼品酒品牌分析

四、2010年中外高端礼品酒市场对比

第三节 部分国家地区高端礼品酒行业发展状况

一、2009-2010年美国高端礼品酒行业发展分析

二、2009-2010年欧洲高端礼品酒行业发展分析

三、2009-2010年日本高端礼品酒行业发展分析

四、2009-2010年韩国高端礼品酒行业发展分析

第二章 我国高端礼品酒行业发展现状

第一节 我国高端礼品酒行业发展现状

一、高端礼品酒行业品牌发展现状

二、高端礼品酒行业消费市场现状

三、高端礼品酒市场消费层次分析

四、我国高端礼品酒市场走向分析

第二节 我国高端礼品酒行业发展状况

一、2009年中国高端礼品酒行业发展回顾

二、2009年高端礼品酒行业发展情况分析

三、2009年我国高端礼品酒市场特点分析

四、2010年我国高端礼品酒市场发展分析

第三节 中国高端礼品酒行业供需分析

一、2009年中国高端礼品酒市场供给总量分析

二、2009年中国高端礼品酒市场供给结构分析

三、2010年中国高端礼品酒市场需求总量分析

四、2010年中国高端礼品酒市场需求结构分析

五、2010年中国高端礼品酒市场供需平衡分析

第三章 中国高端礼品酒行业经济运行分析

第一节 2009-2010年高端礼品酒行业运行情况分析

一、2009年高端礼品酒行业经济指标分析

二、2010年高端礼品酒行业经济指标分析

第二节 2009-2010年高端礼品酒行业产量分析

一、2009年我国高端礼品酒产品产量分析

二、2010年我国高端礼品酒产品产量分析

第三节 2009年高端礼品酒行业进出口分析

一、2009年高端礼品酒行业进口总量及价格

二、2009年高端礼品酒行业出口总量及价格

三、2009年高端礼品酒行业进出口数据统计

四、2010-2015年高端礼品酒进出口态势展望

第四章 中国高端礼品酒消费市场分析

第一节 高端礼品酒行业产品目标客户群体调查

一、不同收入水平消费者偏好调查

二、不同年龄的消费者偏好调查

三、不同地区的消费者偏好调查

第二节 高端礼品酒市场消费需求分析

一、高端礼品酒市场的消费需求变化

二、高端礼品酒行业的需求情况分析

三、2010年高端礼品酒品牌市场消费需求分析

第三节 高端礼品酒消费市场状况分析

一、高端礼品酒行业消费特点

二、高端礼品酒消费者分析

三、高端礼品酒消费结构分析

四、高端礼品酒消费的市场变化

五、高端礼品酒市场的消费方向

第四节 高端礼品酒行业产品的品牌市场调查

一、消费者对行业品牌认知度宏观调查

二、消费者对行业产品的品牌偏好调查

三、消费者对行业品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、高端礼品酒行业品牌忠诚度调查

六、高端礼品酒行业品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第五章 中国高端礼品酒行业区域市场分析

第一节 华北地区高端礼品酒行业分析

一、2009-2010年行业发展现状分析

二、2009-2010年市场规模情况分析

三、2010-2015年市场需求情况分析

四、2010-2015年行业发展前景预测

五、2010-2015年行业投资风险预测

第二节 东北地区高端礼品酒行业分析

一、2009-2010年行业发展现状分析

二、2009-2010年市场规模情况分析

三、2010-2015年市场需求情况分析

四、2010-2015年行业发展前景预测

五、2010-2015年行业投资风险预测

第三节 华东地区高端礼品酒行业分析

一、2009-2010年行业发展现状分析

二、2009-2010年市场规模情况分析

三、2010-2015年市场需求情况分析

四、2010-2015年行业发展前景预测

五、2010-2015年行业投资风险预测

第四节 华南地区高端礼品酒行业分析

一、2009-2010年行业发展现状分析

二、2009-2010年市场规模情况分析

三、2010-2015年市场需求情况分析

四、2010-2015年行业发展前景预测

五、2010-2015年行业投资风险预测

第五节 华中地区高端礼品酒行业分析

一、2009-2010年行业发展现状分析

二、2009-2010年市场规模情况分析

三、2010-2015年市场需求情况分析

四、2010-2015年行业发展前景预测

五、2010-2015年行业投资风险预测

第六节 西南地区高端礼品酒行业分析

一、2009-2010年行业发展现状分析

- 二、2009-2010年市场规模情况分析
- 三、2010-2015年市场需求情况分析
- 四、2010-2015年行业发展前景预测
- 五、2010-2015年行业投资风险预测
- 第七节 西北地区高端礼品酒行业分析
 - 一、2009-2010年行业发展现状分析
 - 二、2009-2010年市场规模情况分析
 - 三、2010-2015年市场需求情况分析
 - 四、2010-2015年行业发展前景预测
 - 五、2010-2015年行业投资风险预测
- 第六章 高端礼品酒行业投资与发展前景分析
 - 第一节 2009年高端礼品酒行业投资情况分析
 - 一、2009年高端礼品酒行业总体投资结构
 - 二、2009年高端礼品酒行业投资规模情况
 - 三、2009年高端礼品酒行业投资增速情况
 - 四、2009年高端礼品酒分行业投资分析
 - 五、2009年高端礼品酒分地区投资分析
 - 第二节 高端礼品酒行业投资机会分析
 - 一、高端礼品酒投资项目分析
 - 二、可以投资的高端礼品酒模式
 - 三、2010年高端礼品酒投资机会
 - 四、2010年高端礼品酒细分行业投资机会
 - 五、2010年高端礼品酒投资新方向
 - 第三节 高端礼品酒行业发展前景分析
 - 一、高端礼品酒市场发展前景分析
 - 二、我国高端礼品酒市场蕴藏的商机
 - 三、后危机时代高端礼品酒市场的发展前景
 - 四、2010年高端礼品酒市场面临的发展商机
 - 五、2010-2015年高端礼品酒市场面临的发展商机
- 第二部分 市场竞争格局与形势
- 第七章 高端礼品酒行业竞争格局分析
 - 第一节 高端礼品酒行业集中度分析
 - 一、高端礼品酒市场集中度分析
 - 二、高端礼品酒企业集中度分析
 - 三、高端礼品酒区域集中度分析

第二节 高端礼品酒行业主要企业竞争力分析

- 一、重点企业资产总计对比分析
- 二、重点企业从业人员对比分析
- 三、重点企业全年营业收入对比分析
- 四、重点企业利润总额对比分析
- 五、重点企业综合竞争力对比分析

第三节 高端礼品酒行业竞争格局分析

- 一、2009年高端礼品酒行业竞争分析
- 二、2009年中外高端礼品酒产品竞争分析
- 三、2009-2010年国内外高端礼品酒竞争分析
- 四、2009-2010年我国高端礼品酒市场竞争分析
- 五、2009-2010年我国高端礼品酒市场集中度分析
- 六、2010-2015年国内主要高端礼品酒企业动向

第八章 2010-2015年中国高端礼品酒行业发展形势分析

第一节 高端礼品酒行业发展概况

- 一、高端礼品酒行业发展特点分析
- 二、高端礼品酒行业投资现状分析
- 三、高端礼品酒行业总产值分析
- 四、高端礼品酒行业技术发展分析

第二节 2009-2010年高端礼品酒行业市场情况分析

- 一、高端礼品酒行业市场发展分析
- 二、高端礼品酒市场存在的问题
- 三、高端礼品酒市场规模分析

第三节 2009-2010年高端礼品酒产销状况分析

- 一、高端礼品酒产量分析
- 二、高端礼品酒产能分析
- 三、高端礼品酒市场需求状况分析

第四节 产品发展趋势预测

- 一、产品发展新动态
- 二、技术新动态
- 三、产品发展趋势预测

第三部分 赢利水平与企业分析

第九章 中国高端礼品酒行业整体运行指标分析

第一节 2009-2010年中国高端礼品酒行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析

二、行业生产规模分析

第二节 2009-2010年中国高端礼品酒行业产销分析

一、行业产成品情况总体分析

二、行业产品销售收入总体分析

第三节 2009-2010年中国高端礼品酒行业财务指标总体分析

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

第十章 高端礼品酒行业赢利水平分析

第一节 成本分析

一、2009-2010年高端礼品酒原材料价格走势

二、2009-2010年高端礼品酒行业人工成本分析

第二节 产销运存分析

一、2009-2010年高端礼品酒行业产销情况

二、2009-2010年高端礼品酒行业库存情况

三、2009-2010年高端礼品酒行业资金周转情况

第三节 盈利水平分析

一、2009-2010年高端礼品酒行业价格走势

二、2009-2010年高端礼品酒行业营业收入情况

三、2009-2010年高端礼品酒行业毛利率情况

四、2009-2010年高端礼品酒行业赢利能力

五、2009-2010年高端礼品酒行业赢利水平

六、2010-2015年高端礼品酒行业赢利预测

第十一章 高端礼品酒行业盈利能力分析

第一节 2009-2010年中国高端礼品酒行业利润总额分析

一、利润总额分析

二、不同规模企业利润总额比较分析

三、不同所有制企业利润总额比较分析

第二节 2009-2010年中国高端礼品酒行业销售利润率

一、销售利润率分析

二、不同规模企业销售利润率比较分析

三、不同所有制企业销售利润率比较分析

第三节 2009-2010年中国高端礼品酒行业总资产利润率分析

一、总资产利润率分析

二、不同规模企业总资产利润率比较分析

三、不同所有制企业总资产利润率比较分析

第四节 2009-2010年中国高端礼品酒行业产值利税率分析

一、产值利税率分析

二、不同规模企业产值利税率比较分析

三、不同所有制企业产值利税率比较分析

第十二章 高端礼品酒重点企业发展分析

第一节 宜宾五粮液股份有限公司

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

第二节 通化葡萄酒股份有限公司

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

第三节 安徽古井贡酒股份有限公司

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

第四节 浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

第五节 酒鬼酒股份有限公司

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

第六节 贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

第七节 泸州老窖集团有限责任公司

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

第八节 山西杏花村汾酒集团有限责任公司

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

第九节 中粮华夏长城葡萄酒有限公司

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

第十节 河北衡水老白干酿酒集团有限公司

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

第四部分 投资策略与风险预警

第十三章 高端礼品酒行业投资策略分析

第一节 行业发展特征

一、行业的周期性

二、行业的区域性

三、行业的上下游

四、行业经营模式

第二节 行业投资形势分析

一、行业发展格局

二、行业进入壁垒

三、行业SWOT分析

四、行业五力模型分析

第三节 高端礼品酒行业投资效益分析

- 一、2009年高端礼品酒行业投资状况分析
- 二、2009年高端礼品酒行业投资效益分析
- 三、2010-2015年高端礼品酒行业投资方向
- 四、2010-2015年高端礼品酒行业投资建议
- 第四节 高端礼品酒行业投资策略研究
 - 一、2009年高端礼品酒行业投资策略
 - 二、2010年高端礼品酒行业投资策略
 - 三、2010-2015年高端礼品酒行业投资策略
 - 四、2010-2015年高端礼品酒细分行业投资策略
- 第十四章 高端礼品酒行业投资风险预警
 - 第一节 影响高端礼品酒行业发展的主要因素
 - 一、2010年影响高端礼品酒行业运行的有利因素
 - 二、2010年影响高端礼品酒行业运行的稳定因素
 - 三、2010年影响高端礼品酒行业运行的不利因素
 - 四、2010年我国高端礼品酒行业发展面临的挑战
 - 五、2010年我国高端礼品酒行业发展面临的机遇
 - 第二节 高端礼品酒行业投资风险预警
 - 一、2010-2015年高端礼品酒行业市场风险预测
 - 二、2010-2015年高端礼品酒行业政策风险预测
 - 三、2010-2015年高端礼品酒行业经营风险预测
 - 四、2010-2015年高端礼品酒行业技术风险预测
 - 五、2010-2015年高端礼品酒行业竞争风险预测
 - 六、2010-2015年高端礼品酒行业其他风险预测
- 第五部分 发展趋势与规划建议
- 第十五章 高端礼品酒行业发展趋势分析
 - 第一节 2010-2015年中国高端礼品酒市场趋势分析
 - 一、2009-2010年我国高端礼品酒市场趋势总结
 - 二、2010-2015年我国高端礼品酒发展趋势分析
 - 第二节 2010-2015年高端礼品酒产品发展趋势分析
 - 一、2010-2015年高端礼品酒产品技术趋势分析
 - 二、2010-2015年高端礼品酒产品价格趋势分析
 - 第三节 2010-2015年中国高端礼品酒行业供需预测
 - 一、2008-2012年中国高端礼品酒供给预测
 - 二、2010-2015年中国高端礼品酒需求预测
 - 三、2010-2015年中国高端礼品酒价格预测

第四节 2010-2015年高端礼品酒行业规划建议

- 一、高端礼品酒行业“十一五”整体规划
- 二、高端礼品酒行业“十二五”规划预测
- 三、2010-2015年高端礼品酒行业规划建议

第十六章 高端礼品酒企业管理策略建议

第一节 市场策略分析

- 一、高端礼品酒价格策略分析
- 二、高端礼品酒渠道策略分析

第二节 销售策略分析

- 一、媒介选择策略分析
- 二、产品定位策略分析
- 三、企业宣传策略分析

第三节 提高高端礼品酒企业竞争力的策略

- 一、提高中国高端礼品酒企业核心竞争力的对策
- 二、高端礼品酒企业提升竞争力的主要方向
- 三、影响高端礼品酒企业核心竞争力的因素及提升途径
- 四、提高高端礼品酒企业竞争力的策略

第四节 对我国高端礼品酒品牌的战略思考

- 一、高端礼品酒实施品牌战略的意义
- 二、高端礼品酒企业品牌的现状分析
- 三、我国高端礼品酒企业的品牌战略
- 四、高端礼品酒品牌战略管理的策略

图表目录

图表：高端礼品酒产业链分析

图表：高端礼品酒行业生命周期

图表：2009-2010年中国高端礼品酒行业市场规模

图表：2009-2010年全球高端礼品酒产业市场规模

图表：2009-2010年高端礼品酒重要数据指标比较

图表：2009-2010年中国高端礼品酒行业销售情况分析

图表：2009-2010年中国高端礼品酒行业利润情况分析

图表：2009-2010年中国高端礼品酒行业资产情况分析

图表：2009-2010年中国高端礼品酒竞争力分析

图表：2010-2015年中国高端礼品酒市场前景预测

图表：2010-2015年中国高端礼品酒市场价格走势预测

图表：2010-2015年中国高端礼品酒发展前景预测

- 图表：2001-2009年美国高端礼品酒市场销售规模
- 图表：2010-2015年美国高端礼品酒市场销售规模预测
- 图表：2002-2009年英国高端礼品酒市场销售规模
- 图表：2002-2009年英国高端礼品酒市场占全球和欧洲份额比较
- 图表：2010-2015年英国高端礼品酒市场规模预测
- 图表：2008-2012年英国高端礼品酒市场规模及其预测趋势图
- 图表：2002-2009年德国高端礼品酒市场销售规模
- 图表：2002-2009年德国高端礼品酒市场占全球和欧洲份额比较
- 图表：2010-2015年德国高端礼品酒市场规模预测
- 图表：2008-2012年德国高端礼品酒市场规模及其预测趋势图
- 图表：2002-2009年日本高端礼品酒市场销售规模
- 图表：2002-2009年日本高端礼品酒市场占全球和亚洲份额比较
- 图表：2010-2015年日本高端礼品酒市场规模预测
- 图表：2010-2015年日本高端礼品酒市场规模趋预测势图
- 图表：2002-2009年中国高端礼品酒市场销售规模
- 图表：2002-2009年中国高端礼品酒市场占全球和亚洲份额比较
- 图表：2010-2015年中国高端礼品酒市场规模预测
- 图表：2010-2015年中国高端礼品酒市场规模趋预测势图
- 图表：2009-2010年4月高端礼品酒行业销售成本分析
- 图表：2009-2010年4月高端礼品酒行业销售费用分析
- 图表：2009-2010年4月高端礼品酒行业管理费用分析
- 图表：2009-2010年4月高端礼品酒行业财务费用分析
- 图表：2009-2010年4月高端礼品酒行业销售及利润分析
- 图表：2009-2010年4月高端礼品酒行业销售毛利率分析
- 图表：2009-2010年4月高端礼品酒行业销售利润率分析
- 图表：2009-2010年4月高端礼品酒行业成本费用利润率分析
- 图表：2009-2010年4月高端礼品酒行业总资产利润率分析
- 图表：2009-2010年4月高端礼品酒行业资产分析
- 图表：2009-2010年4月高端礼品酒行业负债分析
- 图表：2009-2010年4月高端礼品酒行业偿债能力分析
- 图表：2004-2009年国内生产总值及其增长速度
- 图表：2004-2009年居民消费价格涨跌幅度
- 图表：2009年居民消费价格比上年涨跌幅度
- 图表：2004-2009年年末国家外汇储备
- 图表：2004-2009年税收收入及其增长速度

- 图表：2004-2009年粮食产量及其增长速度
- 图表：2004-2009年工业增加值及其增长速度
- 图表：2009年主要工业产品产量及其增长速度
- 图表：2009年规模以上工业企业实现利润及其增长速度
- 图表：2004-2009年建筑业增加值及其增长速度
- 图表：2004-2009年固定资产投资及其增长速度
- 图表：2009年分行业城镇固定资产投资及其增长速度
- 图表：2009年固定资产投资新增主要生产能力
- 图表：2009年房地产开发和销售主要指标完成情况
- 图表：2004-2009年社会消费品零售总额及其增长速度
- 图表：2009年货物进出口总额及其增长速度
- 图表：2009年主要商品出口数量、金额及其增长速度
- 图表：2009年主要商品进口数量、金额及其增长速度
- 图表：2009年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度
- 图表：2004-2009年货物进出口总额及其增长速度
- 图表：2009年分行业外商直接投资及其增长速度
- 图表：2009年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度
- 图表：2009年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度
- 图表：2004-2009年年末电话用户数
- 图表：2009年全部金融机构本外币存贷款及其增长速度
- 图表：2004-2009年城乡居民人民币储蓄存款余额及其增长速度
- 图表：2004-2009年年末各类教育招生人数
- 图表：2009年人口数及其构成
- 图表：2004-2009年农村居民村收入及其增长速度
- 图表：2004-2009年城镇居民可支配收入及其增长速度
- 图表：2009-2010年4月全国居民消费价格指数
- 图表：2009-2010年4月工业品出厂价格指数
- 图表：2009年1-12月我国高端礼品酒产品进口数据
- 图表：2009年1-12月我国高端礼品酒产品出口数据
- 图表：2009年1月我国高端礼品酒产品进口数据
- 图表：2009年1月我国高端礼品酒产品出口数据
- 图表：2009年2月我国高端礼品酒产品进口数据
- 图表：2009年2月我国高端礼品酒产品出口数据
- 图表：2009年3月我国高端礼品酒产品进口数据
- 图表：2009年3月我国高端礼品酒产品出口数据

- 图表：2009年4月我国高端礼品酒产品进口数据
- 图表：2009年4月我国高端礼品酒产品出口数据
- 图表：2009年5月我国高端礼品酒产品进口数据
- 图表：2009年5月我国高端礼品酒产品出口数据
- 图表：2009年6月我国高端礼品酒产品进口数据
- 图表：2009年6月我国高端礼品酒产品出口数据
- 图表：2009年7月我国高端礼品酒产品进口数据
- 图表：2009年7月我国高端礼品酒产品出口数据
- 图表：2009年8月我国高端礼品酒产品进口数据
- 图表：2009年8月我国高端礼品酒产品出口数据
- 图表：2009年9月我国高端礼品酒产品进口数据
- 图表：2009年9月我国高端礼品酒产品出口数据
- 图表：2009年10月我国高端礼品酒产品进口数据
- 图表：2009年10月我国高端礼品酒产品出口数据
- 图表：2009年11月我国高端礼品酒产品进口数据
- 图表：2009年11月我国高端礼品酒产品出口数据
- 图表：2009年12月我国高端礼品酒产品进口数据
- 图表：2009年12月我国高端礼品酒产品出口数据
- 图表：2009-2010年4月中国高端礼品酒行业国有企业工业数据
- 图表：2009-2010年4月中国高端礼品酒行业集体企业工业数据
- 图表：2009-2010年4月中国高端礼品酒行业股份合作制企业工业数据
- 图表：2009-2010年4月中国高端礼品酒行业股份制企业工业数据
- 图表：2009-2010年4月中国高端礼品酒行业私营企业工业数据
- 图表：2009-2010年4月中国高端礼品酒行业外商和港澳台投资企业工业数据
- 图表：2009-2010年4月中国高端礼品酒行业其他类型企业工业数据
- 图表：2009-2010年4月中国不同所有制高端礼品酒企业累计工业总产值对比
- 图表：2009-2010年4月中国不同所有制高端礼品酒企业累计产品销售收入对比
- 图表：2009-2010年4月中国不同所有制高端礼品酒企业累计资产总计对比
- 图表：2009-2010年4月中国不同所有制高端礼品酒企业累计利润总额对比
- 图表：2009-2010年4月中国不同所有制高端礼品酒企业累计工业总产值增长对比
- 图表：2009-2010年4月中国不同所有制高端礼品酒企业累计产品销售收入增长对比
- 图表：2009-2010年4月中国不同所有制高端礼品酒企业累计利润总额增长对比
- 图表：2009-2010年4月中国不同所有制高端礼品酒企业产销率对比
- 图表：2009-2010年4月中国不同所有制高端礼品酒企业流动资产周转次数对比
- 图表：2009-2010年4月中国不同所有制高端礼品酒企业人均销售率对比

图表：2009-2010年4月中国不同所有制高端礼品酒企业亏损面对比

图表：2009-2010年4月中国不同所有制高端礼品酒企业销售利润率对比

图表：2009-2010年4月中国不同所有制高端礼品酒企业资金利税率对比

图表：2009年1-12月高端礼品酒产品产量全国统计

图表：2009年1-12月高端礼品酒产品产量北京市统计

图表：2009年1-12月高端礼品酒产品产量天津市统计

图表：2009年1-12月高端礼品酒产品产量河北省统计

图表：2009年1-12月高端礼品酒产品产量内蒙古统计

图表：2009年1-12月高端礼品酒产品产量辽宁省统计

图表：2009年1-12月高端礼品酒产品产量吉林省统计

图表：2009年1-12月高端礼品酒产品产量黑龙江统计

图表：2009年1-12月高端礼品酒产品产量上海市统计

图表：2009年1-12月高端礼品酒产品产量江苏省统计

图表：2009年1-12月高端礼品酒产品产量浙江省统计

图表：2009年1-12月高端礼品酒产品产量安徽省统计

图表：2009年1-12月高端礼品酒产品产量福建省统计

图表：2009年1-12月高端礼品酒产品产量江西省统计

图表：2009年1-12月高端礼品酒产品产量山东省统计

图表：2009年1-12月高端礼品酒产品产量河南省统计

图表：2009年1-12月高端礼品酒产品产量湖北省统计

图表：2009年1-12月高端礼品酒产品产量湖南省统计

图表：2009年1-12月高端礼品酒产品产量广东省统计

图表：2009年1-12月高端礼品酒产品产量广西区统计

图表：2009年1-12月高端礼品酒产品产量海南省统计

图表：2009年1-12月高端礼品酒产品产量四川省统计

图表：2009年1-12月高端礼品酒产品产量云南省统计

图表：2009年1-12月高端礼品酒产品产量陕西省统计

图表：2009年1-12月高端礼品酒产品产量甘肃省统计

图表：2009年1-12月高端礼品酒产品产量青海省统计

图表：2009年1-12月高端礼品酒产品产量宁夏区统计

图表：2009年1-12月高端礼品酒产品产量新疆区统计

图表：2010年1-4月高端礼品酒产品产量全国统计

图表：2010年1-4月高端礼品酒产品产量北京市统计

图表：2010年1-4月高端礼品酒产品产量天津市统计

图表：2010年1-4月高端礼品酒产品产量河北省统计

图表：2010年1-4月高端礼品酒产品产量内蒙古统计

图表：2010年1-4月高端礼品酒产品产量辽宁省统计

图表：2010年1-4月高端礼品酒产品产量吉林省统计

图表：2010年1-4月高端礼品酒产品产量黑龙江统计

图表：2010年1-4月高端礼品酒产品产量上海市统计

图表：2010年1-4月高端礼品酒产品产量江苏省统计

图表：2010年1-4月高端礼品酒产品产量浙江省统计

图表：2010年1-4月高端礼品酒产品产量安徽省统计

图表：2010年1-4月高端礼品酒产品产量福建省统计

图表：2010年1-4月高端礼品酒产品产量江西省统计

图表：2010年1-4月高端礼品酒产品产量山东省统计

图表：2010年1-4月高端礼品酒产品产量河南省统计

图表：2010年1-4月高端礼品酒产品产量湖北省统计

图表：2010年1-4月高端礼品酒产品产量湖南省统计

图表：2010年1-4月高端礼品酒产品产量广东省统计

图表：2010年1-4月高端礼品酒产品产量广西区统计

图表：2010年1-4月高端礼品酒产品产量海南省统计

图表：2010年1-4月高端礼品酒产品产量四川省统计

图表：2010年1-4月高端礼品酒产品产量云南省统计

图表：2010年1-4月高端礼品酒产品产量陕西省统计

图表：2010年1-4月高端礼品酒产品产量甘肃省统计

图表：2010年1-4月高端礼品酒产品产量青海省统计

图表：2010年1-4月高端礼品酒产品产量宁夏区统计

图表：2010年1-4月高端礼品酒产品产量新疆区统计

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiulei/8406784067.html>