

# 2009-2012年中国高端礼品酒市场运营与投资咨询 报告

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2009-2012年中国高端礼品酒市场运营与投资咨询报告》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/3501835018.html>

报告价格：电子版: 6500元 纸介版：6800元 电子和纸介版: 7000

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

### 第一章2008-2009年世界高端礼品酒市场运行状况

#### 第一节 2008-2009年世界高端礼品酒市场运行现状

##### 一、世界高端礼品酒市场运行特点

##### 二、世界高端礼品酒市场品牌综述

##### 三、世界高端礼品酒市场价格

#### 第二节 2008-2009年世界高端礼品酒主要国家运行

##### 一、美国高端礼品酒运行形式

##### 二、法国高端礼品酒运行局式

##### 三、加拿大高端礼品酒运行格局

#### 第三节 2009-2012年世界高端礼品酒发展趋势

### 第二章 2008-2009年世界知名品牌高端酒在华市场运行浅析

#### 第一节 帝亚吉欧

##### 一、公司概况及最新动态

##### 二、2008年在华市场销售情况

##### 三、品牌竞争力

##### 四、国际化发展战略

#### 第二节 保乐力加

##### 一、公司概况及最新动态

##### 二、2008年在华市场销售情况

##### 三、品牌竞争力

##### 四、国际化发展战略

#### 第三节 人头马

##### 一、公司概况及最新动态

##### 二、2008年在华市场销售情况

##### 三、品牌竞争力

##### 四、国际化发展战略

#### 第四节 百富门

##### 一、公司概况及最新动态

##### 二、2008年在华市场销售情况

##### 三、品牌竞争力

##### 四、国际化发展战略

#### 第五节 百加得

##### 一、公司概况及最新动态

二、2008年在华市场销售情况

三、品牌竞争力

四、国际化发展战略

第三章2008-2009年中国高端礼品酒市场运行环境解析

第一节2008-2009年中国宏观经济环境

一、2008年中国GDP

二、2008年中国汇率调整

三、2008年中国CPI波动情况

四、2008年中国城镇居民家庭人均可支配收入

第二节2008-2009年中国高端礼品酒市场政策环境

一、酒类商品批发经营管理规范

二、2008年葡萄酒新标准将执行

三、洋酒关税的降低

第三节2008-2009年中国高端礼品酒市场社会环境

一、居民消费

二、消费观念

第四章 2008-2009年中国高端礼品酒市场运营态势

第一节 2008-2009年中国高端礼品酒市场动态

一、高端野生蓝莓酒走“亲民”路线

二、礼品酒市场借节庆升温

三、“进口年货”成礼品新宠

四、高档酒市“涨”声中开锣

五、泸州老窖:百年老窖酿新芳

第二节2008-2009年中国高端礼品酒的市场运行特点

第三节2008-2009年中国高端礼品必须具备的四要素

第四了2008-2009中国高端礼品酒市场现状综述

一、高端礼品酒品牌要素

二、高端礼品酒市场演变

三、中国高档礼品酒市场结构

四、礼品酒面临洗牌危机

第四节 2008-2009年中国高端酒市场存在的问题

一、消费者认识存在误区

二、中国高端酒市场的混乱局面

第五节 从“奥钞”的火爆看高端酒的销售情况

第五章2008-2009年中国高端礼品酒市场运行态势

## 第一节 中国高端白酒的发展历程

- 一、高端白酒的崛起
- 二、2008年白酒市场向高端品牌集中
- 三、2008年高端白酒品牌的市场布局

## 第二节2008-2009年中国高端白酒的运行透析

- 一、2008年高端白酒市场强势地位明显
- 二、2008年高端白酒寡头格局基本形成
- 三、2008年高端白酒与烈性洋酒博弈正式展开
- 四、2008年高端白酒企业集体涨价

## 第三节2008-2009年中国高端白酒发展强劲的原因剖析

- 一、消费升级注入高端白酒持续动力
- 二、龙头企业具备品牌号召力
- 三、定价权优势是核心竞争力
- 四、抗通胀能力最强

## 第四节2008-2009年中国高端白酒发展的问题及策略

- 一、高端白酒存在的主要问题
- 二、高端白酒发展中应注意的问题
- 三、高端白酒旺季实现赢利性增长的对策
- 四、高端白酒品牌的发展策略

## 第六章 2008-2009年中国葡萄酒高端市场运行形式剖析

### 第一节2008-2009年中国葡萄酒高端市场发展状况

- 一、探究葡萄酒高端产品
- 二、浅谈中国高端葡萄酒市场的发展
- 三、中外葡萄酒对决高端葡萄酒市场
- 四、国产葡萄酒品牌发力高端市场
- 五、高端甜葡萄酒掀起争夺战
- 六、期酒搅热国内高端葡萄酒市场

### 第二节2008-2009年中国葡萄酒高端市场战略剖析

- 一、国产葡萄酒推出高端新品的原因
- 二、发展中国高端葡萄酒市场的措施
- 三、解析葡萄酒高端产品的营销策略

### 第三节2009-2012年中国葡萄酒高端市场前景

- 一、未来高端葡萄酒还有提高空间
- 二、高端商务葡萄酒市场容量巨大
- 三、未来高档葡萄酒的前景相当可观

#### 四、高档葡萄酒销售渠道日渐完善

### 第七章2008-2009年中国高端礼品酒市场竞争格局透析

#### 第一节2008-2009年中国高端礼品酒市场竞争现状

##### 一、中档酒是新生白酒品牌的最佳立足空间

##### 二、渠道价值仍然不可低估

##### 三、地域市场品牌仍占消费主流

##### 四、商务用酒占有很大的消费比例

##### 五、高档白酒准奢侈品格局逐渐形成

##### 六、传统优质品牌仍然是市场主流

#### 第二节2008-2009年中国高端礼品酒市场竞争格局

##### 一、酒类品牌的增多已加剧了市场的竞争

##### 二、各大洋酒品牌纷纷抢滩中国市场

##### 三、餐饮终端是酒类产品的竞争焦点

#### 第三节2009-2012年中国高端礼品酒市场竞争趋势

### 第八章2008-2009年中国高端礼品酒市场内优势企业竞争力及关键性数据

#### 第一节 宜宾五粮液股份有限公司

##### 一、企业基本概况

##### 二、企业经营与关键性财务

##### 三、2008-2009年企业核心竞争力

##### 四、企业未来发展新战略

#### 第二节 通化葡萄酒股份有限公司

##### 一、企业基本概况

##### 二、企业经营与关键性财务

##### 三、2008-2009年企业核心竞争力

##### 四、企业未来发展新战略

#### 第三节 安徽古井贡酒股份有限公司

##### 一、企业基本概况

##### 二、企业经营与关键性财务

##### 三、2008-2009年企业核心竞争力

##### 四、企业未来发展新战略

#### 第四节 浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司

##### 一、企业基本概况

##### 二、企业经营与关键性财务

##### 三、2008-2009年企业核心竞争力

##### 四、企业未来发展新战略

## 第五节 酒鬼酒股份有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营与关键性财务
- 三、2008-2009年企业核心竞争力
- 四、企业未来发展新战略

## 第六节 贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营与关键性财务
- 三、2008-2009年企业核心竞争力
- 四、企业未来发展新战略

## 第七节 泸州老窖集团有限责任公司

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营与关键性财务
- 三、2008-2009年企业核心竞争力
- 四、企业未来发展新战略

## 第八节 山西杏花村汾酒集团有限责任公司

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营与关键性财务
- 三、2008-2009年企业核心竞争力
- 四、企业未来发展新战略

## 第九节 中粮华夏长城葡萄酒有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营与关键性财务
- 三、2008-2009年企业核心竞争力
- 四、企业未来发展新战略

## 第十节 河北衡水老白干酿酒集团有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营与关键性财务
- 三、2008-2009年企业核心竞争力
- 四、企业未来发展新战略

## 第九章 2009-2012年中国高端礼品酒市场发展趋势与前景展望

### 第一节 2009-2012年中国高端礼品酒市场前景

- 一、高端酒市场发展潜力展望
- 二、礼品酒潜力巨大强势品牌前景可观
- 三、高端白酒市场前景值得期待

## 第二节2009-2012年中国高端礼品酒市场发展趋势

### 一、高端礼品酒企业运行趋势

### 二、高端酒市场营销趋势

## 第三节2009-2012年中国高端礼品酒市场市场预测

### 一、产量预测

### 二、需求预测

### 三、价格走势预测

## 第四节 2009-2012年中国高端礼品酒市场盈利能力预测

## 第十章2009-2012年中国高端礼品酒市场投资机会及风险规避指引

### 第一节2009-2012年中国高端礼品酒市场投资周期

### 第二节2009-2012年中国高端礼品酒市场投资机会

#### 一、投资热点

#### 二、区域投资潜力

### 第三节2009-2012年中国高端礼品酒市场投资风险预警

#### 一、竞争风险

#### 二、政策风险

#### 三、进入退出风险

#### 四、原材料

### 第四节 权威专家建议

#### 图表目录

图表：宜宾五粮液股份有限公司主营业务收入增长趋势图

图表：宜宾五粮液股份有限公司净利润增长趋势图

图表：宜宾五粮液股份有限公司利润率走势图

图表：宜宾五粮液股份有限公司成长能力指标表

图表：宜宾五粮液股份有限公司经营能力指标表

图表：宜宾五粮液股份有限公司盈利能力指标表

图表：宜宾五粮液股份有限公司偿债能力指标表

图表：通化葡萄酒股份有限公司主营业务收入增长趋势图

图表：通化葡萄酒股份有限公司净利润增长趋势图

图表：通化葡萄酒股份有限公司利润率走势图

图表：通化葡萄酒股份有限公司成长能力指标表

图表：通化葡萄酒股份有限公司经营能力指标表

图表：通化葡萄酒股份有限公司盈利能力指标表

图表：通化葡萄酒股份有限公司偿债能力指标表

图表：安徽古井贡酒股份有限公司主营业务收入增长趋势图

图表：安徽古井贡酒股份有限公司净利润增长趋势图

图表：安徽古井贡酒股份有限公司利润率走势图

图表：安徽古井贡酒股份有限公司成长能力指标表

图表：安徽古井贡酒股份有限公司经营能力指标表

图表：安徽古井贡酒股份有限公司盈利能力指标表

图表：安徽古井贡酒股份有限公司偿债能力指标表

图表：浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司主营业务收入增长趋势图

图表：浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司净利润增长趋势图

图表：浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司利润率走势图

图表：浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司成长能力指标表

图表：浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司经营能力指标表

图表：浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司盈利能力指标表

图表：浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司偿债能力指标表

图表：酒鬼酒股份有限公司主营业务收入增长趋势图

图表：酒鬼酒股份有限公司净利润增长趋势图

图表：酒鬼酒股份有限公司利润率走势图

图表：酒鬼酒股份有限公司成长能力指标表

图表：酒鬼酒股份有限公司经营能力指标表

图表：酒鬼酒股份有限公司盈利能力指标表

图表：酒鬼酒股份有限公司偿债能力指标表

图表：贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司销售收入情况

图表：贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司盈利指标情况

图表：贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司盈利能力情况

图表：贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司资产运行指标状况

图表：贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司资产负债能力指标

图表：贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司成本费用构成情况

图表：泸州老窖集团有限责任公司销售收入情况

图表：泸州老窖集团有限责任公司盈利指标情况

图表：泸州老窖集团有限责任公司盈利能力情况

图表：泸州老窖集团有限责任公司资产运行指标状况

图表：泸州老窖集团有限责任公司资产负债能力指标

图表：泸州老窖集团有限责任公司成本费用构成情况

图表：山西杏花村汾酒集团有限责任公司销售收入情况

图表：山西杏花村汾酒集团有限责任公司盈利指标情况

图表：山西杏花村汾酒集团有限责任公司盈利能力情况

图表：山西杏花村汾酒集团有限责任公司资产运行指标状况

图表：山西杏花村汾酒集团有限责任公司资产负债能力指标

图表：山西杏花村汾酒集团有限责任公司成本费用构成情况

图表：中粮华夏长城葡萄酒有限公司销售收入情况

图表：中粮华夏长城葡萄酒有限公司盈利指标情况

图表：中粮华夏长城葡萄酒有限公司盈利能力情况

图表：中粮华夏长城葡萄酒有限公司资产运行指标状况

图表：中粮华夏长城葡萄酒有限公司资产负债能力指标

图表：中粮华夏长城葡萄酒有限公司成本费用构成情况

图表：河北衡水老白干酿酒集团有限公司销售收入情况

图表：河北衡水老白干酿酒集团有限公司盈利指标情况

图表：河北衡水老白干酿酒集团有限公司盈利能力情况

图表：河北衡水老白干酿酒集团有限公司资产运行指标状况

图表：河北衡水老白干酿酒集团有限公司资产负债能力指标

图表：河北衡水老白干酿酒集团有限公司成本费用构成情况

图表：2009-2012年中国高端礼品酒市场消费量预测

图表：2009-2012年中国高端礼品酒市场前景预测

图表：2009-2012年中国高端礼品酒市场市场价格走势预测

图表：2009-2012年中国高端礼品酒市场发展前景预测

略.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiulei/3501835018.html>