

2012-2016年高端礼品酒市 场现状分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2012-2016年高端礼品酒市场现状分析及投资前景研究报告》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.bosidata.com/yanjiu1211/Q87504IMTF.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2012-11-26

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2012-2016年高端礼品酒市场现状分析及投资前景研究报告》共二十二章。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、博思数据研究中心、国内外相关刊物的基础信息以及各省市相关统计单位等公布和提供的大量资料。

通过《2012-2016年高端礼品酒市场现状分析及投资前景研究报告》，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、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

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。2012年以来，随着贵州茅台集团在全国31家自营店相继建成，这一被看做茅台集团回收渠道利润、平抑市场价格过快上涨的重要举措受到众多投资者青睐，助推其A股价格一路逆市上扬。然而与股价背道而驰的是，春节过后，茅台酒终端销售价格经历了两次大幅降价，打破了茅台酒只涨不跌的神话。相比春节期间最高每瓶2300元的价格，其明星产品53度飞天茅台目前最低跌至1300元每瓶，不到半年时间便狂跌1000元。此前囤货的经销商和炒家对2012年下半年茅台酒价格走势的看法逐渐产生分化，有人急于出货，有人则坚持打起持“酒”战。舆论压力和“三公”消费的收紧导致高端白酒价格出现了短暂性的回调，但长久看来白酒的时间价值还会在市场得到体现。由于市场低迷，茅台出厂价上调的预期可能将推至2012年年底。多家大型超市显示，高端白酒的零售价格并未出现明显降价迹象，53度飞天茅台的价格依然稳定在1900-2000元每瓶之间。

国务院公布《机关事务管理条例》，规定自2012年10月1日起，将采取定员定额的方式，编制机关运行经费预算，严格控制“三公经费”的规模和比例，采购经济适用的货物，不得采购奢侈品。而被国人视为是奢侈品的茅台酒，无疑撞在了新政的“枪口”上。市场普遍认为，目前高端白酒价格之所以一直居高不下，与政府消费有较大关系。从白酒来看，洋河、古井贡、水井坊纷纷加大对白酒的投资，五粮液和茅台亦是如此。业界预计，酒厂规模扩大后，2015年将达到约5000亿元的产能规模。在酒企扩大产能的同时

，企业在发展中还应注意发展中的风险，要理性稳定的发展，才能在高端酒市场保持前进的势头。中国作为全球葡萄酒增长率最高的市场，已连续3年增长率达到15%以上，成为全球葡萄酒大国的战略市场，加上过去经济危机的影响，自然也吸引了世界各地的酒商。一直到2010年，中国葡萄酒产量每年都将保持平均15%左右的增长速度。并且在总体上，行业的发展将不断增加葡萄酒的销量和普及率，预计市场份额也将保持15%的同步增长速度。同时，国产红酒通过不断提高产品品质档次、提升品牌形象，逐步向国际品牌看齐。不过，从整体酒类市场看，由于进入时间短、价格高等原因，红酒的市场份额目前还远远不如白酒、啤酒。

报告目录

第一章 高端礼品酒行业发展概述

第一节 高端礼品酒的定义及分类

一、高端礼品酒的定义

二、高端礼品酒的分类

三、高端礼品酒的特性

第二节 高端礼品酒产业链分析

一、市场特点

二、行业经济特性

三、产业链结构分析

第三节 高端礼品酒行业发展成熟度分析

一、行业发展周期分析

二、行业中外市场成熟度对比

三、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 全球高端礼品酒市场发展分析

第一节 2011年全球高端礼品酒市场分析

一、2011年全球高端礼品酒市场回顾

二、2011年全球高端礼品酒市场环境

三、2011年全球高端礼品酒销售分析

四、2011年全球高端礼品酒市场规模

第二节 2012年全球高端礼品酒市场分析

一、2012年全球高端礼品酒需求分析

二、2012年全球高端礼品酒市场规模

三、2012年全球高端礼品酒品牌分析

四、2012年中外高端礼品酒市场对比

第三节 主要国家地区高端礼品酒市场分析

一、2011-2012年美国高端礼品酒市场分析

二、2011-2012年欧洲高端礼品酒市场分析

三、2011-2012年亚洲高端礼品酒市场分析

四、2011-2012年日本高端礼品酒市场分析

五、2011-2012年其他地区高端礼品酒市场

第三章 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 2010-2012年高端礼品酒业发展情况分析

一、2010年高端礼品酒行业发展情况分析

二、2011年高端礼品酒行业发展情况分析

三、2012年高端礼品酒行业发展特点分析

四、2012年1-5月高端礼品酒行业发展情况

第三节 2011-2012年高端礼品酒行业运行分析

一、2011-2012年高端礼品酒业产销存运行分析

二、2011-2012年高端礼品酒行业利润情况分析

三、2011-2012年高端礼品酒行业发展周期分析

四、2012-2016年高端礼品酒行业发展机遇分析

五、2012-2016年高端礼品酒行业利润增速预测

第四章 我国高端礼品酒市场发展研究

第一节 2011年我国高端礼品酒市场发展研究

一、2011年1季度我国高端礼品酒市场研究

二、2011年2季度我国高端礼品酒市场研究

三、2011年3季度我国高端礼品酒市场研究

四、2011年4季度我国高端礼品酒市场研究

第二节 2012年我国高端礼品酒市场情况

- 一、2012年1-5月我国高端礼品酒产销情况
- 二、2012年1-5月我国高端礼品酒市场价格情况
- 三、2012年1-5月重点城市高端礼品酒市场发展情况
- 四、2012年1-5月我国高端礼品酒市场发展情况

第三节 2012年我国高端礼品酒市场结构和价格走势分析

- 一、2012年第一季度我国高端礼品酒市场结构和价格走势概述
- 二、2012年第一季度我国高端礼品酒市场结构分析
- 三、2012年第一季度我国高端礼品酒市场价格走势分析
- 四、2012年1-5月我国高端礼品酒市场结构和价格走势概述
- 五、2012年1-5月我国高端礼品酒市场结构分析
- 六、2012年1-5月我国高端礼品酒市场价格走势分析

第四节 2012年我国高端礼品酒业市场发展特点分析

- 一、2012年第一季度我国高端礼品酒市场格局特点
- 二、2012年第一季度我国高端礼品酒产品创新特点
- 三、2012年第一季度我国高端礼品酒市场服务特点
- 四、2012年第一季度我国高端礼品酒市场品牌特点

第五章 我国高端礼品酒市场调查分析

第一节 2011年我国高端礼品酒市场调查分析

- 一、主要观点
- 二、市场结构分析
- 三、价格走势分析
- 四、整体市场关注度
- 五、品牌关注度格局
- 六、产品关注度调查
- 七、厂商分析

第二节 2012年1季度我国高端礼品酒市场调查分析

- 一、主要观点
- 二、市场结构分析
- 三、价格走势分析
- 四、整体市场关注度

五、品牌关注度格局

六、产品关注度调查

七、厂商分析

第三节 2012年4月份中国高端礼品酒市场调查分析

一、主要观点

二、市场结构分析

三、价格走势分析

四、整体市场关注度

五、品牌关注度格局

六、产品关注度调查

七、厂商分析

第四节 2012年5月份中国高端礼品酒市场调查分析

一、主要观点

二、市场结构分析

三、价格走势分析

四、整体市场关注度

五、品牌关注度格局

六、产品关注度调查

七、厂商分析

第六章 高端礼品酒行业经济运行分析

第一节 2011-2012年高端礼品酒产量分析

一、2011年高端礼品酒产量分析

二、2012年1-5月高端礼品酒产量分析

第二节 2011-2012年高端礼品酒行业主要经济指标分析

一、销售收入前十家企业分析

二、2011年高端礼品酒行业主要经济指标分析

三、2012年1-5月高端礼品酒行业主要经济指标分析

第三节 2011-2012年我国高端礼品酒行业绩效分析

一、2011-2012年行业产销情况

二、2011-2012年行业规模情况

三、2011-2012年行业盈利能力

四、2011-2012年行业经营发展能力

五、2011-2012年行业偿债能力分析

第七章 我国高端礼品酒行业进出口分析

第一节 我国高端礼品酒进口分析

一、2011年进口总量分析

二、2011年进口结构分析

三、2011年进口区域分析

第二节 我国高端礼品酒出口分析

一、2011年出口总量分析

二、2011年出口结构分析

三、2011年出口区域分析

第三节 我国高端礼品酒进出口预测

一、2012年1季度进口分析

二、2012年1季度出口分析

三、2012年高端礼品酒进口预测

四、2012年高端礼品酒出口预测

第八章 2011-2012年中国高端白酒市场运行态势分析

第一节 中国高端白酒的发展历程

一、高端白酒的崛起

二、2011年白酒市场向高端品牌集中

三、2011年高端白酒品牌的市场布局

第二节 2011-2012年中国高端白酒的运行透析

一、2011年高端白酒市场强势地位明显

二、2011年高端白酒寡头格局基本形成

三、2011年高端白酒与烈性洋酒博弈正式展开

四、2011年高端白酒企业集体涨价

第三节 2011-2012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 2011-2012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

第九章 2011-2012年中国葡萄酒高端市场运行形式剖析

第一节 2011-2012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 2011-2012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 2012-2016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

第十章 高端礼品酒区域市场情况分析

第一节 华北地区

- 一、2011-2012年行业发展现状分析
- 二、2011-2012年市场需求情况分析
- 三、2011-2012年市场规模情况分析
- 四、2011-2012年行业竞争格局分析
- 五、2011-2012年消费者的偏好分析

六、2012-2016年行业发展趋势分析

第二节 东北地区

一、2011-2012年行业发展现状分析

二、2011-2012年市场需求情况分析

三、2011-2012年市场规模情况分析

四、2011-2012年行业竞争格局分析

五、2011-2012年消费者的偏好分析

六、2012-2016年行业发展趋势分析

第三节 华东地区

一、2011-2012年行业发展现状分析

二、2011-2012年市场需求情况分析

三、2011-2012年市场规模情况分析

四、2011-2012年行业竞争格局分析

五、2011-2012年消费者的偏好分析

六、2012-2016年行业发展趋势分析

第四节 华南地区

一、2011-2012年行业发展现状分析

二、2011-2012年市场需求情况分析

三、2011-2012年市场规模情况分析

四、2011-2012年行业竞争格局分析

五、2011-2012年消费者的偏好分析

六、2012-2016年行业发展趋势分析

第五节 中南地区

一、2011-2012年行业发展现状分析

二、2011-2012年市场需求情况分析

三、2011-2012年市场规模情况分析

四、2011-2012年行业竞争格局分析

五、2011-2012年消费者的偏好分析

六、2012-2016年行业发展趋势分析

第六节 西南地区

一、2011-2012年行业发展现状分析

二、2011-2012年市场需求情况分析

- 三、2011-2012年市场规模情况分析
 - 四、2011-2012年行业竞争格局分析
 - 五、2011-2012年消费者的偏好分析
 - 六、2012-2016年行业发展趋势分析
- ### 第七节 西北地区

- 一、2011-2012年行业发展现状分析
- 二、2011-2012年市场需求情况分析
- 三、2011-2012年市场规模情况分析
- 四、2011-2012年行业竞争格局分析
- 五、2011-2012年消费者的偏好分析
- 六、2012-2016年行业发展趋势分析

第十一章 中国高端礼品酒行业消费市场分析

第一节 中国高端礼品酒消费者收入分析

- 一、中国人口、人民生活分析
- 二、2011-2012年消费者收入水平
- 三、2012年消费者信心指数分析

第二节 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

第三节 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、2012年高端礼品酒品牌市场消费需求分析

第四节 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

第五节 不同客户购买相关的态度及影响分析

- 一、价格敏感程度
- 二、品牌的影响
- 三、购买方便的影响
- 四、广告的影响程度
- 五、包装的影响程度

第六节 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

第十二章 高端礼品酒行业竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 行业集中度分析

- 一、市场集中度分析
- 二、企业集中度分析
- 三、区域集中度分析

第三节 中国高端礼品酒行业竞争格局综述

- 一、2011年高端礼品酒行业集中度
- 二、2011年高端礼品酒行业竞争程度
- 三、2011年高端礼品酒企业与品牌数量
- 四、2011年高端礼品酒行业竞争格局分析

第四节 2011-2012年高端礼品酒行业竞争格局分析

- 一、2011-2012年国内外高端礼品酒竞争分析

- 二、2011-2012年我国高端礼品酒市场竞争分析
- 三、2011-2012年我国高端礼品酒市场集中度分析
- 四、2012-2016年国内主要高端礼品酒企业动向
- 五、2012年国内高端礼品酒拟在建项目分析

第十三章 高端礼品酒企业竞争策略分析

第一节 高端礼品酒市场竞争策略分析

- 一、2012年高端礼品酒市场增长潜力分析
- 二、2012年高端礼品酒主要潜力品种分析
- 三、现有高端礼品酒产品竞争策略分析
- 四、潜力高端礼品酒品种竞争策略选择
- 五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 高端礼品酒企业竞争策略分析

- 一、欧债危机对高端礼品酒行业竞争格局的影响
- 二、欧债危机后高端礼品酒行业竞争格局的变化
- 三、2012-2016年我国高端礼品酒市场竞争趋势
- 四、2012-2016年高端礼品酒行业竞争格局展望
- 五、2012-2016年高端礼品酒行业竞争策略分析
- 六、2012-2016年高端礼品酒企业竞争策略分析

第十四章 国际高端礼品酒品牌在华竞争分析

第一节 帝亚吉欧

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2012年经营状况
- 四、2012-2016年发展战略

第二节 保乐力加

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2012年经营状况
- 四、2012-2016年发展战略

第三节 人头马

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2012年经营状况
- 四、2012-2016年发展战略

第四节 百富门

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2012年经营状况
- 四、2012-2016年发展战略

第五节 百加得

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2012年经营状况
- 四、2012-2016年发展战略

第十五章 国内高端礼品酒品牌竞争分析

第一节 宜宾五粮液股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2012年经营状况
- 四、2012-2016年发展战略

第二节 通化葡萄酒股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2012年经营状况
- 四、2012-2016年发展战略

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分析
- 三、2011-2012年企业核心竞争力分析
- 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、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况

四、2012-2016年发展战略

第五节 酒鬼酒股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况

四、2012-2016年发展战略

第六节 贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况

四、2012-2016年发展战略

第七节 泸州老窖集团有限责任公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况

四、2012-2016年发展战略

第八节 山西杏花村汾酒集团有限责任公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况

四、2012-2016年发展战略

第九节 中粮华夏长城葡萄酒有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况

四、2012-2016年发展战略

第十节 河北衡水老白干酿酒集团有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况

四、2012-2016年发展战略

第十六章 高端礼品酒行业发展趋势分析

第一节 我国高端礼品酒行业前景与机遇分析

一、我国高端礼品酒行业发展前景

二、我国高端礼品酒发展机遇分析

三、2012年高端礼品酒的发展机遇分析

四、欧债危机对高端礼品酒行业的影响分析

第二节 2012-2016年中国高端礼品酒市场趋势分析

一、2011-2012年高端礼品酒市场趋势总结

二、2012-2016年高端礼品酒发展趋势分析

三、2012-2016年高端礼品酒市场发展空间

四、2012-2016年高端礼品酒产业政策趋向

五、2012-2016年高端礼品酒技术革新趋势

六、2012-2016年高端礼品酒价格走势分析

七、2012-2016年国际环境对行业的影响

第十七章 未来高端礼品酒行业发展预测

第一节 未来高端礼品酒需求与消费预测

一、2012-2016年高端礼品酒产品消费预测

二、2012-2016年高端礼品酒市场规模预测

三、2012-2016年高端礼品酒行业总产值预测

四、2012-2016年高端礼品酒行业销售收入预测

五、2012-2016年高端礼品酒行业总资产预测

第二节 2012-2016年中国高端礼品酒行业供需预测

一、2011-2012年中国高端礼品酒供给预测

二、2012-2016年中国高端礼品酒产量预测

三、2012-2016年中国高端礼品酒需求预测

四、2012-2016年中国高端礼品酒供需平衡预测

五、2012-2016年中国高端礼品酒产品价格预测

六、2012-2016年主要高端礼品酒产品进出口预测

第十八章 高端礼品酒行业投资现状分析

第一节 2011年高端礼品酒行业投资情况分析

- 一、2011年总体投资及结构
- 二、2011年投资规模情况
- 三、2011年投资增速情况
- 四、2011年分行业投资分析
- 五、2011年分地区投资分析
- 六、2011年外商投资情况

第二节 2012年1-5月高端礼品酒行业投资情况分析

- 一、2012年1-5月总体投资及结构
- 二、2012年1-5月投资规模情况
- 三、2012年1-5月投资增速情况
- 四、2012年1-5月份行业投资分析
- 五、2012年1-5月份地区投资分析
- 六、2012年1-5月外商投资情况

第十九章 高端礼品酒行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

- 一、2011-2012年我国宏观经济运行情况
- 二、2012-2016年我国宏观经济形势分析
- 三、2012-2016年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

- 一、2012年高端礼品酒行业政策环境分析
- 二、2012年国内宏观政策对其影响
- 三、2012年行业产业政策对其影响

第三节 技术发展环境分析

- 一、国内高端礼品酒技术现状
- 二、2012年高端礼品酒技术发展分析
- 三、2012-2016年高端礼品酒技术发展趋势分析

第四节 社会发展环境分析

- 一、国内社会环境发展现状
- 二、2012年社会环境发展分析

三、2012-2016年社会环境对行业的影响分析

第二十章 高端礼品酒行业投资机会与风险

第一节 行业活力系数比较及分析

一、2012年相关产业活力系数比较

二、2007-2011行业活力系数分析

第二节 行业投资收益率比较及分析

一、2012年相关产业投资收益率比较

二、2007-2011行业投资收益率分析

第三节 高端礼品酒行业投资效益分析

一、2011-2012年高端礼品酒行业投资状况分析

二、2012-2016年高端礼品酒行业投资效益分析

三、2012-2016年高端礼品酒行业投资趋势预测

四、2012-2016年高端礼品酒行业的投资方向

五、2012-2016年高端礼品酒行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第四节 影响高端礼品酒行业发展的主要因素

一、2012-2016年影响高端礼品酒行业运行的有利因素分析

二、2012-2016年影响高端礼品酒行业运行的稳定因素分析

三、2012-2016年影响高端礼品酒行业运行的不利因素分析

四、2012-2016年我国高端礼品酒行业发展面临的挑战分析

五、2012-2016年我国高端礼品酒行业发展面临的机遇分析

第五节 高端礼品酒行业投资风险及控制策略分析

一、2012-2016年高端礼品酒行业市场风险及控制策略

二、2012-2016年高端礼品酒行业政策风险及控制策略

三、2012-2016年高端礼品酒行业经营风险及控制策略

四、2012-2016年高端礼品酒行业技术风险及控制策略

五、2012-2016年高端礼品酒行业同业竞争风险及控制策略

六、2012-2016年高端礼品酒行业其他风险及控制策略

第二十一章 高端礼品酒行业投资战略研究

第一节 高端礼品酒行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 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 对我国高端礼品酒品牌的战略思考

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

第三节 高端礼品酒行业投资战略研究

- 一、2012年酿酒行业投资战略
- 二、2012年高端礼品酒行业投资战略
- 三、2012-2016年高端礼品酒行业投资战略
- 四、2012-2016年细分行业投资战略

第四节 中国高端礼品酒企业投资建议

- 一、产品创新建议
- 二、营销手法创新建议
- 三、渠道创新建议

图表目录

图表：高端礼品酒产业链分析

图表：国际高端礼品酒市场规模

图表：国际高端礼品酒生命周期

图表：2009-2011年中国高端礼品酒行业市场规模

图表：2009-2011年全球高端礼品酒产业市场规模

图表：2009-2011年高端礼品酒重要数据指标比较

图表：2009-2011年中国高端礼品酒行业销售情况分析

图表：2009-2011年中国高端礼品酒行业利润情况分析

图表：2009-2011年中国高端礼品酒行业资产情况分析

图表：2011-2012年中国高端礼品酒发展能力分析

图表：2011-2012年中国高端礼品酒竞争力分析

图表：2012-2016年中国高端礼品酒产能预测

图表：2012-2016年中国高端礼品酒消费量预测

图表：2012-2016年中国高端礼品酒市场前景预测

图表：2012-2016年中国高端礼品酒市场价格走势预测

图表：2012-2016年中国高端礼品酒发展前景预测

图表：2011年1-12月白酒、葡萄酒、保健酒产量全国合计

图表：2012年1-5月白酒、葡萄酒、保健酒产量全国合计

图表：2011年1-12月酿酒行业经济指标全国合计

图表：2012年1-5月酿酒行业经济指标全国合计

图表：2011年1-12月白酒、葡萄酒、保健酒进口数据

图表：2011年1季度白酒、葡萄酒、保健酒进口数据

图表：2011年2季度白酒、葡萄酒、保健酒进口数据

图表：2011年3季度白酒、葡萄酒、保健酒进口数据

图表：2011年4季度白酒、葡萄酒、保健酒进口数据

图表：2011年1-12月白酒、葡萄酒、保健酒出口数据

图表：2011年1季度白酒、葡萄酒、保健酒出口数据

图表：2011年4季度白酒、葡萄酒、保健酒出口数据

图表：2011年10月白酒、葡萄酒、保健酒出口数据

图表：2011年11月白酒、葡萄酒、保健酒出口数据

图表：2011年12月白酒、葡萄酒、保健酒出口数据

图表：2012年1-5月白酒、葡萄酒、保健酒进口数据

图表：2012年1季度白酒、葡萄酒、保健酒进口数据

图表：2012年1月白酒、葡萄酒、保健酒进口数据

图表：2012年2月白酒、葡萄酒、保健酒进口数据

图表：2012年3月白酒、葡萄酒、保健酒进口数据

图表：2012年2季度白酒、葡萄酒、保健酒进口数据

图表：2012年4月白酒、葡萄酒、保健酒进口数据

图表：2012年5月白酒、葡萄酒、保健酒进口数据

图表：2012年1-5月白酒、葡萄酒、保健酒出口数据

图表：2012年1季度白酒、葡萄酒、保健酒出口数据
图表：2012年1月白酒、葡萄酒、保健酒出口数据
图表：2012年2月白酒、葡萄酒、保健酒出口数据
图表：2012年3月白酒、葡萄酒、保健酒出口数据
图表：2012年2季度白酒、葡萄酒、保健酒出口数据
图表：2012年4月白酒、葡萄酒、保健酒出口数据
图表：2012年5月白酒、葡萄酒、保健酒出口数据
图表：高端礼品酒市场调查对象情况分析
图表：高端礼品酒消费者消费习惯调查
图表：消费者对高端礼品酒产品价格认同情况调查分析
图表：消费者购买渠道情况调查分析
图表：高端礼品酒消费者品牌状况调查分析
图表：2011-2012年中国消费者高端礼品酒品牌构成
图表：高端礼品酒消费者性别比例
图表：高端礼品酒消费者年龄分布
图表：高端礼品酒消费者购买频率分析
图表：高端礼品酒消费者购买高端礼品酒的规格
图表：高端礼品酒消费者购买高端礼品酒消费金额
图表：消费者高端礼品酒功能关注度调查分析
图表：影响消费者购买的因素调查分析
略……

本高端礼品酒行业报告，对我国高端礼品酒行业的现状和发展、各项经营指标、消费者购买行为、竞争格局、发展趋势和行业领先企业等专题进行深入的研究，并对中国高端礼品酒行业各区域市场状况以及行业优势企业予以了重点分析，结合新时期的各方面因素，用数字说话、图文并茂，对中国高端礼品酒行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。报告还对国家相关政策进行了介绍和趋向研判，结合研究小组多年来的实践经验和对高端礼品酒行业发展的专业化把握，提出了可操作性创新建议。本报告是高端礼品酒生产、销售企业、研究机构、投资企业等单位准确了解当前我国高端礼品酒行业发展动态，把握企业定位和发展方向的重要决策依据。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/yanjiu1211/Q87504IMTF.html>