

2017-2023年中国高端礼品 酒行业市场运营态势与投资策略研究分析报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2017-2023年中国高端礼品酒行业市场运营态势与投资策略研究分析报告》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.chinairr.org/report/R07/R0701/201710/20-241392.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

报告目录：

第一章 2016年世界高端礼品酒市场运行状况分析

第一节 2016年世界高端礼品酒市场运行现状分析

一、世界高端礼品酒市场亮点分析

二、世界高端品牌酒进军中国市场

三、世界高端礼品酒市场消费情况

第二节 2016年世界高端礼品酒主要国家运行分析

一、美国高端礼品酒运行形势

二、法国高端礼品酒运行局势

三、加拿大高端礼品酒运行格局

第三节 2017-2023年世界高端礼品酒新趋势分析

第二章 2016年中国高端礼品酒市场运行环境解析

第一节 2016年中国宏观经济环境分析

一、国民经济运行情况GDP(季度更新)

二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）

三、全国居民收入情况（季度更新）

四、恩格尔系数（年度更新）

五、工业发展形势（季度更新）

六、固定资产投资情况（季度更新）

七、财政收支状况（年度更新）

八、中国汇率调整（人民币升值）

九、存贷款基准利率调整情况

十、存款准备金率调整情况

十一、社会消费品零售总额

十二、对外贸易&进出口

第二节 2016年中国高端礼品酒市场政策环境分析

一、酒类商品批发经营管理规范

二、葡萄酒新标准将执行

三、洋酒关税的降低及影响分析

第三节 2016年中国高端礼品酒市场社会环境分析

一、居民消费观念

二、法定假对高端礼品酒市场影响

第三章 2016年中国高端礼品酒市场运营态势分析

第一节 2016年中国高端礼品酒市场动态分析

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、保健酒向高端市场延伸

第二节 2016年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分析

四、礼品酒面临洗牌危机

第三节 2016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

第四章 2016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、白酒市场向高端品牌集中

三、高端白酒品牌的市场布局

第二节 2016年中国高端白酒的运行透析

一、高端白酒市场强势地位明显

二、高端白酒寡头格局基本形成

三、高端白酒与烈性洋酒博弈正式展开

第三节 2016年中国高端白酒动态分析

一、泸州老窖:百年老窖酿新芳

二、五粮液涨价领跑高端礼品酒

三、高端礼品酒限量控价

第四节 2016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

第五章 2016年中国高端葡萄酒市场运行形势剖析

第一节 2016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 2016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 2017-2023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

第六章 2016年中国高端礼品酒市场营销解析

第一节 高端白酒营销

一、中国白酒营销模式分析

二、中国白酒营销的“产品化运动”分析

三、高档白酒营销产地化

四、白酒市场渠道商状况

五、白酒文化营销的探析

六、区域强势白酒品牌的营销战略

第二节 高端葡萄酒营销分析

一、中国葡萄酒市场运营模式

二、中国葡萄酒的新营销流通趋势

三、第三方独立营销商和营销网络

四、夜场在葡萄酒区域市场开发中的作用

五、主要葡萄酒品牌市场营销策略

1、长城营销策略

2、张裕营销策略

3、王朝营销策略

六、中国葡萄酒业营销的八点建议

第七章 2016年中国高端礼品酒市场竞争格局透析

第一节 2016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 2016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 2017-2023年中国高端礼品酒市场竞争趋势分析

第八章 2016年世界知名高端品牌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分析

二、2016年在华市场销售情况

三、品牌竞争力分析

四、国际化发展战略分析

第二节 保乐力加

- 一、公司概况及最新动态分析
- 二、2016年在华市场销售情况
- 三、品牌竞争力分析
- 四、国际化发展战略分析

第三节 人头马

- 一、公司概况及最新动态分析
- 二、2016年在华市场销售情况
- 三、品牌竞争力分析
- 四、国际化发展战略分析

第四节 百富门

- 一、公司概况及最新动态分析
- 二、2016年在华市场销售情况
- 三、品牌竞争力分析
- 四、国际化发展战略分析

第五节 百加得

- 一、公司概况及最新动态分析
- 二、2016年在华市场销售情况
- 三、品牌竞争力分析
- 四、国际化发展战略分析

第九章 2016年中国高端礼品酒市场内优势企业竞争力及关键性数据分析

第一节 宜宾五粮液股份有限公司（000858）

- （1）企业发展简况分析
- （2）企业经营情况分析
- （3）企业经营优劣势分析

第二节 通化葡萄酒股份有限公司（600365）

- （1）企业发展简况分析
- （2）企业经营情况分析
- （3）企业经营优劣势分析

第三节 安徽古井贡酒股份有限公司（000596）

- （1）企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第四节 浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司 (600059)

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第五节 酒鬼酒股份有限公司 (000799)

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第六节 贵州茅台酒厂(集团)有限责任公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第七节 泸州老窖集团有限责任公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第八节 山西杏花村汾酒集团有限责任公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第九节 中粮华夏长城葡萄酒有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第十节 河北衡水老白干酿酒集团有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第十章 2017-2023年中国高端礼品酒市场发展趋势与前景展望

第一节 2017-2023年中国高端礼品酒市场发展前景分析

- 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 2017-2023年中国高端礼品酒市场发展趋势分析

- 一、高端礼品酒企业运行趋势分析
- 二、高端酒市场营销趋势分析

第三节 2017-2023年中国高端礼品酒市场市场预测分析

- 一、产量预测分析
- 二、需求预测分析
- 三、价格走势预测分析

第四节 2017-2023年中国高端礼品酒市场盈利能力预测分析

第十一章 2017-2023年中国高端礼品酒投资战略研究（ZY ZM）

第一节 2016年中国高端礼品酒市场投资概况

- 一、高端礼品酒投资环境分析
- 二、金融危机重创高端礼品酒定

第二节 2017-2023年中国高端礼品酒市场投资机会分析

- 一、投资热点分析
- 二、区域投资潜力分析

第三节 2017-2023年中国高端礼品酒市场投资风险预警

- 一、宏观调控政策风险
- 二、市场竞争风险
- 三、市场运营机制风险

第四节权威专家投资建议

图表目录：

图表：2005-2016年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2016年中国月度CPI、PPI指数走势图

图表：2005-2016年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2005-2016年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：1978-2016年中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2010-2016年我国工业增加值增速统计

图表：2005-2016年我国全社会固定资产投资额走势图（2016年不含农户）

图表：2005-2016年我国财政收入支出走势图 单位：亿元

图表：近期人民币汇率中间价（对美元）

图表：2010-2016年中国货币供应量月度数据统计

图表：2005-2016年中国外汇储备走势图

图表：1990-2016年央行存款利率调整统计表

图表：1990-2016年央行贷款利率调整统计表

图表：我国近几年存款准备金率调整情况统计表

图表：2005-2016年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2005-2016年我国货物进出口总额走势图

图表：2005-2016年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2006-2016年我国人口及其自然增长率变化情况

图表：各年龄段人口比重变化情况

图表：2005-2016年我国普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数走势图

图表：2001-2016年我国广播和电视节目综合人口覆盖率走势图

图表：1990-2016年中国城镇化率走势图

图表：2005-2016年我国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R07/R0701/201710/20-241392.html>