

# 2010-2015中国高端礼品酒 行业深度调研与投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

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

# 报告报价

《2010-2015中国高端礼品酒行业深度调研与投资前景研究报告》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/yanjiu1101/6038271F24.html>

【报告价格】纸介版6500元 电子版6800元 纸介+电子7000元

【出版日期】2011-01-24

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：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《2010-2015中国高端礼品酒行业深度调研与投资前景研究报告》共十一章。首先介绍了高端礼品酒行业相关概述、中国高端礼品酒产业运行环境等，接着分析了中国高端礼品酒行业的现状，然后介绍了中国高端礼品酒行业竞争格局。随后，报告对中国高端礼品酒行业做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国高端礼品酒产业发展前景与投资预测。您若想对高端礼品酒产业有个系统的了解或者想投资高端礼品酒行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

## 第一章2010年世界高端礼品酒市场运行状况分析

### 第一节 2010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 2010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 2011-2015年世界高端礼品酒新趋势分析

## 第二章2010年中国高端礼品酒市场运行环境解析

### 第一节2010年中国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、消费价格指数分析
- 三、城乡居民收入分析
- 四、社会消费品零售总额
- 五、全社会固定资产投资分析
- 六、进出口总额及增长率分析

### 第二节2010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2010年中国高端礼品酒市场社会环境分析

第三章 2010年中国高端礼品酒市场运营态势分析

第一节 2010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2010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2010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2010年中国高端礼品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2010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2010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2010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 2010年中国葡萄酒高端市场运行形势剖析

#### 第一节2010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2010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2011-2015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 2010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2010年中国高端礼品酒市场竞争格局透析

### 第一节2010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2010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2011-2015年中国高端礼品酒市场竞争趋势分析

## 第八章 2010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分析

#### 二、2010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、2010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、2010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、2010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、2010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 2010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

- 一、公司基本情况概述
- 二、2008-2010年公司成长性分析
- 三、2008-2010年公司财务能力分析
- 四、2008-2010年公司偿债能力分析
- 五、2008-2010年公司现金流量分析表
- 六、2008-2010年公司经营能力分析
- 七、2008-2010年公司盈利能力分析

### 第二节 通化葡萄酒股份有限公司

- 一、公司基本情况概述

- 二、2008-2010年公司成长性分析
- 三、2008-2010年公司财务能力分析
- 四、2008-2010年公司偿债能力分析
- 五、2008-2010年公司现金流量分析表
- 六、2008-2010年公司经营能力分析
- 七、2008-2010年公司盈利能力分析

### 第三节 安徽古井贡酒股份有限公司

- 一、公司基本情况概述
- 二、2008-2010年公司成长性分析
- 三、2008-2010年公司财务能力分析
- 四、2008-2010年公司偿债能力分析
- 五、2008-2010年公司现金流量分析表
- 六、2008-2010年公司经营能力分析
- 七、2008-2010年公司盈利能力分析

### 第四节 浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司

- 一、公司基本情况概述
- 二、2008-2010年公司成长性分析
- 三、2008-2010年公司财务能力分析
- 四、2008-2010年公司偿债能力分析
- 五、2008-2010年公司现金流量分析表
- 六、2008-2010年公司经营能力分析
- 七、2008-2010年公司盈利能力分析

### 第五节 酒鬼酒股份有限公司

- 一、公司基本情况概述
- 二、2008-2010年公司成长性分析
- 三、2008-2010年公司财务能力分析
- 四、2008-2010年公司偿债能力分析
- 五、2008-2010年公司现金流量分析表
- 六、2008-2010年公司经营能力分析
- 七、2008-2010年公司盈利能力分析

### 第六节 贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司

- 一、公司基本概述

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

第七节 泸州老窖集团有限责任公司

一、公司基本概述

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

第八节 山西杏花村汾酒集团有限责任公司

一、公司基本概述

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

第九节 中粮华夏长城葡萄酒有限公司

一、公司基本概述

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

第十节 河北衡水老白干酿酒集团有限公司

一、公司基本概述

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

第十一节 略&hellip;&hellip;

第十章 2011-2015年中国高端礼品酒投资战略研究

第一节 2010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 2011-2015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2011-2015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

## 第十一章2011-2015年中国高端礼品酒市场发展趋势与前景展望

### 第一节2011-2015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2011-2015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2011-2015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 2011-2015年中国高端礼品酒市场盈利能力预测分析

#### 图表名称：部分

图表 2005-2010年中国GDP总量及增长趋势图

图表 2010年一季度中国三产业增加值结构图

图表 2008-2010年中国CPI、PPI月度走势图

图表 2005-2010年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表 2005-2010年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表 2000-2009年中国城乡居民人均收入增长对比图

图表 1978-2009中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表 1978-2009中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表 2005-2009年中国工业增加值增长趋势图

图表 2005-2010年我国社会固定资产投资额走势图

图表 2005-2010年我国城乡固定资产投资额对比图

图表 2005-2009年我国财政收入支出走势图

图表 2009年1月-2010年4月人民币兑美元汇率中间价

图表 2010年4月人民币汇率中间价对照表

图表 2009年1月-2010年3月中国货币供应量统计表 单位：亿元

图表 2009年1月-2010年3月中国货币供应量的增速走势图

图表 2001-2009年中国外汇储备走势图

图表 2005-2009年中国外汇储备及增速变化图

图表 2008年12月23日中国人民银行利率调整表

图表 2007-2008年央行历次调整利率时间及幅度表

图表 我国历年存款准备金率调整情况统计表

图表 2005-2010年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表 2005-2010年我国货物进出口总额走势图

图表 2005-2010年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表 2005-2009年中国就业人数走势图

图表 2005-2009年中国城镇就业人数走势图

图表 1978-2009年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表 1978-2009年我国总人口数量增长趋势图

图表 2009年人口数量及其构成

图表 1978-2009年中国城镇化率走势图

图表 2005-2009年我国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图

图表 2008-2010年宜宾五粮液股份有限公司成长性分析

图表 2008-2010年宜宾五粮液股份有限公司财务能力分析

图表 2008-2010年宜宾五粮液股份有限公司经营效率分析

图表 2008-2010年宜宾五粮液股份有限公司偿债能力分析

图表 2008-2010年宜宾五粮液股份有限公司现金流量分析表

图表 2008-2010年宜宾五粮液股份有限公司经营能力分析

图表 2008-2010年宜宾五粮液股份有限公司盈利能力分析

图表 2008-2010年通化葡萄酒股份有限公司成长性分析

图表 2008-2010年通化葡萄酒股份有限公司财务能力分析

图表 2008-2010年通化葡萄酒股份有限公司经营效率分析

图表 2008-2010年通化葡萄酒股份有限公司偿债能力分析

图表 2008-2010年通化葡萄酒股份有限公司现金流量分析表

图表 2008-2010年通化葡萄酒股份有限公司经营能力分析

图表 2008-2010年通化葡萄酒股份有限公司盈利能力分析

图表 2008-2010年安徽古井贡酒股份有限公司成长性分析

图表 2008-2010年安徽古井贡酒股份有限公司财务能力分析

图表 2008-2010年安徽古井贡酒股份有限公司经营效率分析

图表 2008-2010年安徽古井贡酒股份有限公司偿债能力分析

图表 2008-2010年安徽古井贡酒股份有限公司现金流量分析表

图表 2008-2010年安徽古井贡酒股份有限公司经营能力分析

图表 2008-2010年安徽古井贡酒股份有限公司盈利能力分析

图表 2008-2010年浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司成长性分析

图表 2008-2010年浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司财务能力分析

图表 2008-2010年浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司经营效率分析

图表 2008-2010年浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司偿债能力分析

图表 2008-2010年浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司现金流量分析表

图表 2008-2010年浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司经营能力分析

图表 2008-2010年浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司盈利能力分析

图表 2008-2010年酒鬼酒股份有限公司成长性分析

图表 2008-2010年酒鬼酒股份有限公司财务能力分析

图表 2008-2010年酒鬼酒股份有限公司经营效率分析

图表 2008-2010年酒鬼酒股份有限公司偿债能力分析

图表 2008-2010年酒鬼酒股份有限公司现金流量分析表

图表 2008-2010年酒鬼酒股份有限公司经营能力分析

图表 2008-2010年酒鬼酒股份有限公司盈利能力分析

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分析

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）有限责任公司销售收入情况

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盈利指标情况

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分析

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销售收入情况

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盈利指标情况

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分析

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销售收入情况

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盈利指标情况

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分析

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销售收入情况

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盈利指标情况

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分析

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销售收入情况

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 2011-2015年中国高端礼品酒产销形势预测

图表 2011-2015年中国高端礼品酒市场前景预测

图表 2011-2015年中国高端礼品酒市场发展前景预测

图表 略&hellip;&hellip;

博思数据研究中心发布的《2010-2015中国高端礼品酒行业深度调研与投资前景研究报告》，内容严谨、数据翔实，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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的

重要决策依据之一。本报告是全面了解 行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/yanjiu1101/6038271F24.html>