



艾凯咨询
ICAN Consulting

2012-2016年中国高端礼品酒市场供需预测与投资战略研究报告

一、调研说明

《2012-2016年中国高端礼品酒市场供需预测与投资战略研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/200786.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

我国高端礼品酒行业运行目前发展形势良好，该行业企业正逐步向产业化、规模化发展，我国高端礼品酒行业运行生产的产品品质具备国际市场竞争力。随着我国高端礼品酒行业运行需求市场的不断扩大，我国高端礼品酒行业运行迎来一个新的发展机遇。

艾凯咨询集团发布的《2012-2016年中国高端礼品酒市场供需预测与投资战略研究报告》共十一章。首先介绍了世界高端礼品酒市场运行状况、中国高端礼品酒市场运行环境，接着分析了中国高端礼品酒市场运营的现状，然后介绍了中国高端礼品酒市场竞争格局。随后，报告对中国高端礼品酒做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国高端礼品酒市场发展趋势与投资战略。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。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

第一章 2011-2012年世界高端礼品酒市场运行状况分析

第一节 2011-2012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 2011-2012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 2012-2016年世界高端礼品酒新趋势分析

第二章 2011-2012年中国高端礼品酒市场运行环境分析

第一节 2011年中国宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2012年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2011-2012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 2011-2012年中国高端礼品酒市场社会环境分析

第三章 2011-2012年中国高端礼品酒市场运营态势分析

第一节 2011-2012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 2011-2012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 2011-2012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 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、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 2011-2012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 2011-2012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 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

第五章 2011-2012年中国高端葡萄酒市场运行形势剖析

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

第六章 2011-2012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 2011-2012年中国高端礼品酒市场竞争格局透析

第一节 2011-2012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 2011-2012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 2012-2016年中国高端礼品酒市场竞争趋势分析

第八章 2011-2012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、2011-2012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、2011-2012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、2011-2012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、2011-2012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、2011-2012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 2011-2012年中国高端礼品酒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）

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 通化葡萄酒股份有限公司（600365）

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第三节 安徽古井贡酒股份有限公司（000596）

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第四节 浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司（600059）

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第五节 酒鬼酒股份有限公司（000799）

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第六节 贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第七节 泸州老窖集团有限责任公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第八节 山西杏花村汾酒集团有限责任公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第九节 中粮华夏长城葡萄酒有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十节 河北衡水老白干酿酒集团有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十章 2012-2016年中国高端礼品酒市场发展趋势与前景展望分析

第一节 2012-2016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 2012-2016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 2012-2016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 2012-2016年中国高端礼品酒市场盈利能力预测分析

第十一章 2012-2016年中国高端礼品酒投资战略研究

第一节 2011-2012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 2012-2016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 2012-2016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 专家投资建议

图表目录：（部分）

图表：2006-2011年国内生产总值

图表：2006-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2006-2011年国家外汇储备

图表：2006-2011年财政收入

图表：2006-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

图表：宜宾五粮液股份有限公司主要经济指标走势图

图表：宜宾五粮液股份有限公司经营收入走势图

图表：宜宾五粮液股份有限公司盈利指标走势图

图表：宜宾五粮液股份有限公司负债情况图

图表：宜宾五粮液股份有限公司负债指标走势图

图表：宜宾五粮液股份有限公司运营能力指标走势图

图表：宜宾五粮液股份有限公司成长能力指标走势图

图表：通化葡萄酒股份有限公司主要经济指标走势图

图表：通化葡萄酒股份有限公司经营收入走势图

图表：通化葡萄酒股份有限公司盈利指标走势图

图表：通化葡萄酒股份有限公司负债情况图

图表：通化葡萄酒股份有限公司负债指标走势图

图表：通化葡萄酒股份有限公司运营能力指标走势图

图表：通化葡萄酒股份有限公司成长能力指标走势图

图表：安徽古井贡酒股份有限公司主要经济指标走势图

图表：安徽古井贡酒股份有限公司经营收入走势图

图表：安徽古井贡酒股份有限公司盈利指标走势图

图表：安徽古井贡酒股份有限公司负债情况图

图表：安徽古井贡酒股份有限公司负债指标走势图

图表：安徽古井贡酒股份有限公司运营能力指标走势图

图表：安徽古井贡酒股份有限公司成长能力指标走势图

图表：浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司主要经济指标走势图

图表：浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司经营收入走势图

图表：浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司盈利指标走势图

图表：浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司负债情况图

图表：浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司负债指标走势图

图表：浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司运营能力指标走势图

图表：浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司成长能力指标走势图

图表：酒鬼酒股份有限公司主要经济指标走势图

图表：酒鬼酒股份有限公司经营收入走势图

图表：酒鬼酒股份有限公司盈利指标走势图

图表：酒鬼酒股份有限公司负债情况图

图表：酒鬼酒股份有限公司负债指标走势图

图表：酒鬼酒股份有限公司运营能力指标走势图

图表：酒鬼酒股份有限公司成长能力指标走势图

图表：贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司主要经济指标走势图

图表：贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司经营收入走势图

图表：贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司盈利指标走势图

图表：贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司负债情况图

图表：贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司负债指标走势图

图表：贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司运营能力指标走势图

图表：贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司成长能力指标走势图

图表：泸州老窖集团有限责任公司主要经济指标走势图

图表：泸州老窖集团有限责任公司经营收入走势图

图表：泸州老窖集团有限责任公司盈利指标走势图

图表：泸州老窖集团有限责任公司负债情况图

图表：泸州老窖集团有限责任公司负债指标走势图

图表：泸州老窖集团有限责任公司运营能力指标走势图

图表：泸州老窖集团有限责任公司成长能力指标走势图

图表：山西杏花村汾酒集团有限责任公司主要经济指标走势图

图表：山西杏花村汾酒集团有限责任公司经营收入走势图

图表：山西杏花村汾酒集团有限责任公司盈利指标走势图

图表：山西杏花村汾酒集团有限责任公司负债情况图

图表：山西杏花村汾酒集团有限责任公司负债指标走势图

图表：山西杏花村汾酒集团有限责任公司运营能力指标走势图

图表：山西杏花村汾酒集团有限责任公司成长能力指标走势图

图表：中粮华夏长城葡萄酒有限公司主要经济指标走势图

图表：中粮华夏长城葡萄酒有限公司经营收入走势图

图表：中粮华夏长城葡萄酒有限公司盈利指标走势图

图表：中粮华夏长城葡萄酒有限公司负债情况图

图表：中粮华夏长城葡萄酒有限公司负债指标走势图

图表：中粮华夏长城葡萄酒有限公司运营能力指标走势图

图表：中粮华夏长城葡萄酒有限公司成长能力指标走势图

图表：河北衡水老白干酿酒集团有限公司主要经济指标走势图

图表：河北衡水老白干酿酒集团有限公司经营收入走势图

图表：河北衡水老白干酿酒集团有限公司盈利指标走势图

图表：河北衡水老白干酿酒集团有限公司负债情况图

图表：河北衡水老白干酿酒集团有限公司负债指标走势图

图表：河北衡水老白干酿酒集团有限公司运营能力指标走势图

图表：河北衡水老白干酿酒集团有限公司成长能力指标走势图

通过《2012-2016年中国高端礼品酒市场供需预测与投资战略研究报告》，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。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/200786.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的

一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰

富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。