



艾凯咨询
ICAN Consulting

长城葡萄酒公司市场营销咨询报告（2007）

一、调研说明

《长城葡萄酒公司市场营销咨询报告（2007）》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/42682.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

加入WTO后，我国葡萄酒产业面临着更大的市场机遇和挑战，每一个葡萄酒企业都开始思考如何能赢得更大的市场份额，如何能获得更高的市场利润。和国外葡萄酒市场相比，中国市场的葡萄酒渗透率还很低，葡萄酒业被认为是中国酒业的朝阳产业，有巨大的发展空间。随着关税的进一步下调，国外的葡萄酒厂家陆续进入中国市场，势必加剧市场竞争。不久的将来，中国葡萄酒的市场格局走向如何?本报告在对国内外葡萄酒产业发展现状分析的基础上，详细研究了长城葡萄酒开展差异化营销策略工作的成就与思索，为我国葡萄酒企业开展差异化营销、促进整个葡萄酒产业可持续发展提供参考价值。该报告首先简要介绍了选题的背景、目的和意义，并对国内外关于差异化营销的研究动态进行了追踪，然后提出了本报告的研究内容、方法。产品差异化营销的基础理论分析部分简要介绍了与产品差异化营销有关的基本概念和基础理论，即产品的整体概念、消费者行为理论、市场细分理论和产品差异化理论。经过基础理论分析，可以发现葡萄酒产品可以区分为功能(核心)部分、实体(形式)部分和服务(延伸)部分三个层次，不同层次在消费者心理和行为方面会产生不同的作用。

【 目录 】

绪言

第1章：长城葡萄酒公司企业概况

第1节：长城葡萄酒公司总体概况

第2节：长城葡萄酒公司经营概况

第3节：长城葡萄酒公司业务状况

第2章：长城葡萄酒公司经营环境

第1节：长城葡萄酒公司国际环境

第2节：长城葡萄酒公司所处国内环境

第3节：长城葡萄酒公司竞争对手状况

第4节：长城葡萄酒公司用户状况

第3章：长城葡萄酒公司市场营销状况

- 第1节：长城葡萄酒公司产品策略
- 第2节：长城葡萄酒公司价格策略
- 第3节：长城葡萄酒公司营销渠道策略
- 第4节：长城葡萄酒公司促销策略
- 第5节：长城葡萄酒公司市场竞争面临的挑战

第4章：长城葡萄酒公司产业五种竞争力分析与评价

- 第1节：长城葡萄酒公司产业五种竞争力分析模型
- 第2节：长城葡萄酒公司产业五种竞争力要素分析与评价

第5章：长城葡萄酒公司SWOT分析与评价

- 第1节：长城葡萄酒公司优势(S)分析
- 第2节：长城葡萄酒公司劣势(W)分析
- 第3节：长城葡萄酒公司机会(O)分析
- 第4节：长城葡萄酒公司威胁(T)分析
- 第5节：长城葡萄酒公司SWOT分析结果评价

第6章：长城葡萄酒公司市场营销策略分析

- 第1节：长城葡萄酒公司市场营销产品策略分析
- 第2节：长城葡萄酒公司市场营销价格策略分析
- 第3节：长城葡萄酒公司市场营销渠道策略分析
- 第4节：长城葡萄酒公司市场营销促销策略分析

第7章：提升长城葡萄酒公司市场竞争力对策建议

- 第1节：通过扩展附属业务提升公司经济效益
- 第2节：实施品牌战略
- 第3节：通过强化服务管理提高用户满意度
- 第4节：实施企业人才发展战略

结论

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42682.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。