



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2009-2012年中国高端礼品酒市 场分析与投资咨询报告

## 一、调研说明

《2009-2012年中国高端礼品酒市场分析与投资咨询报告》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/73625.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](mailto: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

### 第一章2008-2009年世界高端礼品酒市场运行状况

#### 第一节 2008-2009年世界高端礼品酒市场运行现状

##### 一、世界高端礼品酒市场运行特点

##### 二、世界高端礼品酒市场品牌综述

##### 三、世界高端礼品酒市场价格

#### 第二节 2008-2009年世界高端礼品酒主要国家运行

##### 一、美国高端礼品酒运行形式

##### 二、法国高端礼品酒运行局式

##### 三、加拿大高端礼品酒运行格局

#### 第三节 2009-2012年世界高端礼品酒发展趋势

### 第二章 2008-2009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

##### 二、2008年在华市场销售情况

##### 三、品牌竞争力

##### 四、国际化发展战略

#### 第二节 保乐力加

##### 一、公司概况及最新动态

##### 二、2008年在华市场销售情况

##### 三、品牌竞争力

##### 四、国际化发展战略

#### 第三节 人头马

##### 一、公司概况及最新动态

##### 二、2008年在华市场销售情况

##### 三、品牌竞争力

##### 四、国际化发展战略

#### 第四节 百富门

##### 一、公司概况及最新动态

##### 二、2008年在华市场销售情况

##### 三、品牌竞争力

#### 四、国际化发展战略

##### 第五节 百加得

###### 一、公司概况及最新动态

###### 二、2008年在华市场销售情况

###### 三、品牌竞争力

###### 四、国际化发展战略

### 第三章2008-2009年中国高端礼品酒市场运行环境解析

#### 第一节2008-2009年中国宏观经济环境

##### 一、2008年中国GDP

##### 二、2008年中国汇率调整

##### 三、2008年中国CPI波动情况

##### 四、2008年中国城镇居民家庭人均可支配收入

#### 第二节2008-2009年中国高端礼品酒市场政策环境

##### 一、酒类商品批发经营管理规范

##### 二、2008年葡萄酒新标准将执行

##### 三、洋酒关税的降低

#### 第三节2008-2009年中国高端礼品酒市场社会环境

##### 一、居民消费

##### 二、消费观念

### 第四章 2008-2009年中国高端礼品酒市场运营态势

#### 第一节 2008-2009年中国高端礼品酒市场动态

##### 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、泸州老窖:百年老窖酿新芳

#### 第二节2008-2009年中国高端礼品酒的市场运行特点

#### 第三节2008-2009年中国高端礼品必须具备的四要素

#### 第四了2008-2009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

四、礼品酒面临洗牌危机

第四节 2008-2009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

第五节 从"奥钞"的火爆看高端酒的销售情况

第五章 2008-2009年中国高端礼品酒市场运行态势

第一节 中国高端白酒的发展历程

一、高端白酒的崛起

二、2008年白酒市场向高端品牌集中

三、2008年高端白酒品牌的市场布局

第二节 2008-2009年中国高端白酒的运行透析

一、2008年高端白酒市场强势地位明显

二、2008年高端白酒寡头格局基本形成

三、2008年高端白酒与烈性洋酒博弈正式展开

四、2008年高端白酒企业集体涨价

第三节 2008-2009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 2008-2009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

第六章 2008-2009年中国葡萄酒高端市场运行形式剖析

第一节 2008-2009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2008-2009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2009-2012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

第七章2008-2009年中国高端礼品酒市场竞争格局透析

第一节2008-2009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2008-2009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2009-2012年中国高端礼品酒市场竞争趋势

第八章2008-2009年中国高端礼品酒市场内优势企业竞争力及关键性数据

第一节 宜宾五粮液股份有限公司

一、企业基本概况

二、企业经营与关键性财务

三、2008-2009年企业核心竞争力

四、企业未来发展新战略

第二节 通化葡萄酒股份有限公司

一、企业基本概况

二、企业经营与关键性财务

三、2008-2009年企业核心竞争力

四、企业未来发展新战略

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

三、2008-2009年企业核心竞争力

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、企业基本概况

二、企业经营与关键性财务

三、2008-2009年企业核心竞争力

四、企业未来发展新战略

第五节 酒鬼酒股份有限公司

一、企业基本概况

二、企业经营与关键性财务

三、2008-2009年企业核心竞争力

四、企业未来发展新战略

第六节 贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司

一、企业基本概况

二、企业经营与关键性财务

三、2008-2009年企业核心竞争力

四、企业未来发展新战略

第七节 泸州老窖集团有限责任公司

一、企业基本概况

二、企业经营与关键性财务

三、2008-2009年企业核心竞争力

#### 四、企业未来发展新战略

#### 第八节 山西杏花村汾酒集团有限责任公司

##### 一、企业基本概况

##### 二、企业经营与关键性财务

##### 三、2008-2009年企业核心竞争力

##### 四、企业未来发展新战略

#### 第九节 中粮华夏长城葡萄酒有限公司

##### 一、企业基本概况

##### 二、企业经营与关键性财务

##### 三、2008-2009年企业核心竞争力

##### 四、企业未来发展新战略

#### 第十节 河北衡水老白干酿酒集团有限公司

##### 一、企业基本概况

##### 二、企业经营与关键性财务

##### 三、2008-2009年企业核心竞争力

##### 四、企业未来发展新战略

### 第九章 2009-2012年中国高端礼品酒市场发展趋势与前景展望

#### 第一节 2009-2012年中国高端礼品酒市场发展前景

##### 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 2009-2012年中国高端礼品酒市场发展趋势

##### 一、高端礼品酒企业运行趋势

##### 二、高端酒市场营销趋势

#### 第三节 2009-2012年中国高端礼品酒市场市场预测

##### 一、产量预测

##### 二、需求预测

##### 三、价格走势预测

#### 第四节 2009-2012年中国高端礼品酒市场盈利能力预测

### 第十章 2009-2012年中国高端礼品酒市场投资机会及风险规避指引



## 第一节2009-2012年中国高端礼品酒市场投资周期

## 第二节2009-2012年中国高端礼品酒市场投资机会

### 一、投资热点

### 二、区域投资潜力

## 第三节2009-2012年中国高端礼品酒市场投资风险预警

### 一、竞争风险

### 二、政策风险

### 三、进入退出风险

### 四、原材料

## 第四节 权威专家建议

## 图表目录

图表：宜宾五粮液股份有限公司主营业务收入增长趋势图

图表：宜宾五粮液股份有限公司净利润增长趋势图

图表：宜宾五粮液股份有限公司利润率走势图

图表：宜宾五粮液股份有限公司成长能力指标表

图表：宜宾五粮液股份有限公司经营能力指标表

图表：宜宾五粮液股份有限公司盈利能力指标表

图表：宜宾五粮液股份有限公司偿债能力指标表

图表：通化葡萄酒股份有限公司主营业务收入增长趋势图

图表：通化葡萄酒股份有限公司净利润增长趋势图

图表：通化葡萄酒股份有限公司利润率走势图

图表：通化葡萄酒股份有限公司成长能力指标表

图表：通化葡萄酒股份有限公司经营能力指标表

图表：通化葡萄酒股份有限公司盈利能力指标表

图表：通化葡萄酒股份有限公司偿债能力指标表

图表：安徽古井贡酒股份有限公司主营业务收入增长趋势图

图表：安徽古井贡酒股份有限公司净利润增长趋势图

图表：安徽古井贡酒股份有限公司利润率走势图

图表：安徽古井贡酒股份有限公司成长能力指标表

图表：安徽古井贡酒股份有限公司经营能力指标表

图表：安徽古井贡酒股份有限公司盈利能力指标表

图表：安徽古井贡酒股份有限公司偿债能力指标表

图表：浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司主营业务收入增长趋势图

图表：浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司净利润增长趋势图

图表：浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司利润率走势图

图表：浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司成长能力指标表

图表：浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司经营能力指标表

图表：浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司盈利能力指标表

图表：浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司偿债能力指标表

图表：酒鬼酒股份有限公司主营业务收入增长趋势图

图表：酒鬼酒股份有限公司净利润增长趋势图

图表：酒鬼酒股份有限公司利润率走势图

图表：酒鬼酒股份有限公司成长能力指标表

图表：酒鬼酒股份有限公司经营能力指标表

图表：酒鬼酒股份有限公司盈利能力指标表

图表：酒鬼酒股份有限公司偿债能力指标表

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）有限责任公司盈利指标情况

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

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销售收入情况

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盈利能力情况

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

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销售收入情况

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盈利能力情况

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

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销售收入情况  
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盈利能力情况  
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  
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销售收入情况  
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盈利能力情况  
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  
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：2009-2012年中国高端礼品酒市场消费量预测  
图表：2009-2012年中国高端礼品酒市场前景预测  
图表：2009-2012年中国高端礼品酒市场价格走势预测  
图表：2009-2012年中国高端礼品酒市场发展前景预测  
略.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/73625.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](http://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。