

2014-2018年中国酒类奢侈品行业竞争格局及投资策略咨询分析报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2014-2018年中国酒类奢侈品行业竞争格局及投资策略咨询分析报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。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态势、市场商机动向、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市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/201401/227656.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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、报告目录及图表目录

中国酒类奢侈品面临良好的发展机会，这个机会要从两个方面来看：第一，奢侈品方面的新旧区隔。所谓新奢侈品是指诞生时间较短，偏重时尚特的新兴奢侈品，比如美国的星巴克和哈根达斯、日本的金嗓子音响和高田贤三系列产品等众多顶尖品牌都是最近30来年才诞生的，真正成为国际品牌也就是20世纪90年代的事，其中金嗓子音响和高田贤三的产品为亚洲企业创造国际奢侈品牌树立了很好的榜样。而旧奢侈品更多来自于传统产业，历史较长，文化气息较重，使用者多为王公贵族或政商界要人，这些旧奢侈品体现的主要是尊贵感和自我享受的体验，比如酩悦香槟、人头马、zippo和哈雷机车等，当然所谓旧奢侈品其实也或多或少不断融合一些时尚韵味，以避免被批评为固步自封的落伍者，其中博柏利（burberry）积极推崇“不太傲慢，不太先锋”的主张就是最好的例证。从新奢侈品牌成功的经验来看，讲究时尚和历史并重的行业是中国打造新奢侈品牌的重点领域，其中酒水类就是中国商家可以积极探索的行业。第二，“新老奢侈消费”的第二层意思是指消费群的新旧区隔。旧奢侈品的中国消费群主要是看重奢侈品所代表的身份象征、财富炫耀和心理慰藉的满足感的那批人，比如先富起来的一部分人就是典型的物质主义至上者，炫耀和物质享受是其追求奢侈消费的主要目的。而另一个现象是，一部分并不富裕的消费者比如“月光小姐”经常是宁肯坐公交车、吃方便面也会化掉自己1个月甚至几个月的收入去购买一件LV手提袋或体验一下高尔夫消费，他们并不是真正的奢侈品消费群，但总体数量也不少；而新奢侈品的消费群则除了需要身份象征、财富炫耀和心理慰藉的满足感之外，更多地表现为对时尚的向往和有品位的心灵共鸣，即高人一等的赶时髦和有品位的心灵慰藉之间取得和谐。去星巴克、穿阿玛尼服饰、品洞庭碧螺春、喝水井坊等等都是新奢侈消费象征。

实际上目前中国的奢侈品消费市场还是以旧奢侈消费群为主，但是新奢侈消费群体也正在快速成长，已经成为一批重要的奢侈品消费群，另外礼品购买也占去了相当一部分奢侈品市场，目前中国奢侈品消费市场主要由这三类群体组成。

《2014-2018年中国酒类奢侈品行业竞争格局及投资策略咨询分析报告》立足于酒类奢侈品市场发展现状分析，通过对酒类奢侈品行业环境、酒类奢侈品产业链、酒类奢侈品市场供需、酒类奢侈品价格、酒类奢侈品生产企业的详尽剖析，以使投资者达到对酒类奢侈品产品市场发展现状的全面、深入掌握；同时为使投资者把握酒类奢侈品未来的市场发展趋势，我中心还对酒类奢侈品行业未来发展趋势和市场前景进行科学、严谨的分析与预测；另外在投资分析部分，针对企业投资决策依据进行了重点分析，并综合给出投资建议。

报告目录：

第一章2012-2013年中国酒类奢侈品产业运行环境分析

第一节国内宏观经济环境分析

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、2013年中国宏观经济发展预测分析

第二节2012-2013年中国奢侈品产业政策分析

- 一、奢侈品税的政策目标
- 二、奢侈品消费税政策分析
- 三、相关产业政策影响分析

第三节2012-2013年中国奢侈品产业社会环境分析

第二章2012-2013年中国奢侈品市场发展形势分析

第一节中国奢侈品市场的形成原因

- 一、改革开放推动中国经济社会大发展
- 二、城乡居民收入水平得到大幅提升
- 三、中国富裕群体不断发展壮大
- 四、信用卡消费助力国内奢侈品市场崛起

第二节2012-2013年中国奢侈品行业发展概况

- 一、中国奢侈品市场容量简析
- 二、中国奢侈品行业发展的基础
- 三、促使中国奢侈品市场发展的有利因素
- 四、中国奢侈品行业机遇与挑战并存

第三节2012-2013年中国奢侈品市场发展现状分析

- 一、中国奢侈品市场发展迅猛
- 二、中国奢侈品消费市场持续扩张
- 三、国内奢侈品市场新特征
- 四、中国奢侈品市场日益成熟
- 五、中国奢侈品消费渐趋理性

第四节2012-2013年中国奢侈品行业存在的问题及不足

- 一、中国奢侈品市场面临的主要问题
- 二、制约中国奢侈品市场发展的障碍因素
- 三、国内奢侈品运营中存在的不足
- 四、中国缺乏本土奢侈品品牌

第五节2012-2013年中国奢侈品市场发展对策及建议

- 一、促进中国奢侈品市场发展的策略
- 二、奢侈品行业应对金融的对策思路
- 三、成功拓展中国奢侈品市场的关键战略
- 四、中国企业开创本土奢侈品品牌的方向

第三章 2012-2013年中国酒类奢侈品市场格局分析

第一节国外主要高档名酒品牌分析

一、人头马 (REMYMARTIN)

二、马爹利 (Martell)

三、轩尼诗 (Hennessy)

四、绝对伏特加 (AbsolutVodka)

五、芝华士 (Chivas)

第二节2012-2013年中国高档名酒市场发展概况

一、国内高档礼品酒消费趋向理性化

二、国内高端名酒市场格局面临调整

三、中国酒类奢侈品行业迎来发展机遇

四、中国酒类奢侈品市场发展面临的挑战

第三节2012-2013年中国高端酒营销存在的问题及对策分析

第四章2012-2013年中国高端白酒市场运行态势分析

第一节高端白酒市场特征分析

一、高档酒市场特征

二、高端白酒的消费特征

三、高端白酒市场调查

四、高端白酒市场进入壁垒与赢利模式分析

第二节2012-2013年高端白酒市场发展情况分析

一、中国高档白酒市场进入平稳增长期

二、中国高端白酒市场的基本格局

三、金融危机对国内高档白酒市场的影响

四、白酒消费税新规引发高档白酒价格上浮

第三节2014-2018年中国高端白酒市场预测分析

第五章2012-2013年中国高档葡萄酒市场运行动态分析

第一节2012-2013年中国高端葡萄酒市场发展状况

一、探究葡萄酒高端产品

二、国产高端葡萄酒的发展

三、金融危机对高端葡萄酒市场的影响

四、中外葡萄酒对决高端葡萄酒市场

五、期酒搅热国内高端葡萄酒市场

六、中国高端葡萄酒商业模式的创新

第二节2012-2013年中国高端葡萄酒面临的问题及发展战略

一、国产高端葡萄酒发展面临的问题

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

第三节未来中国葡萄酒高端市场前景预测分析

- 一、未来高端葡萄酒还有提升空间
- 二、未来高档葡萄酒的前景相当可观
- 三、高档葡萄酒销售渠道日趋完善

第六章2011-2013年中国酒的制造行业规模以上企业经济运行数据监测

第一节2011-2013年中国酒的制造行业总体数据分析

- 一、2011年中国酒的制造行业全部企业数据分析
- 二、2012年中国酒的制造行业全部企业数据分析
- 三、2013年中国酒的制造行业全部企业数据分析

第二节2011-2013年中国酒的制造行业不同规模企业数据分析

- 一、2011年中国酒的制造行业不同规模企业数据分析
- 二、2012年中国酒的制造行业不同规模企业数据分析
- 三、2013年中国酒的制造行业不同规模企业数据分析

第三节2011-2013年中国酒的制造行业不同所有制企业数据分析

- 一、2011年中国酒的制造行业不同所有制企业数据分析
- 二、2012年中国酒的制造行业不同所有制企业数据分析
- 三、2013年中国酒的制造行业不同所有制企业数据分析

第七章 2012-2013年中国酒类奢侈品行业市场营销策略分析

第一节2012-2013年中国奢侈品营销策略分析

- 一、不同类型奢侈品的营销策略
- 二、基于消费者的奢侈品营销策略
- 三、中国奢侈品消费的营销手段
- 四、奢侈品牌的终端营销策略
- 五、改进中国奢侈品营销的对策建议

第二节2012-2013年国际奢侈品牌在中国市场的营销策略及启示

- 一、国际奢侈品牌在中国的目标市场
- 二、国际奢侈品牌在中国市场的营销策略
- 三、对中国本土奢侈品牌营销的启示

第三节2012-2013年酒类奢侈品市场营销案例借鉴

第八章2012-2013年中国酒类奢侈品主要企业关键性数据分析

第一节贵州茅台酒股份有限公司

- 一、公司基本情况概述
- 二、2012-2013年公司成长性分析
- 三、2012-2013年公司财务能力分析
- 四、2012-2013年公司偿债能力分析

五、2012-2013年公司现金流量分析表

六、2012-2013年公司经营能力分析

七、2012-2013年公司盈利能力分析

第二节宜宾五粮液股份有限公司

一、公司基本情况概述

二、2012-2013年公司成长性分析

三、2012-2013年公司财务能力分析

四、2012-2013年公司偿债能力分析

五、2012-2013年公司现金流量分析表

六、2012-2013年公司经营能力分析

七、2012-2013年公司盈利能力分析

第三节泸州老窖股份有限公司

一、公司基本情况概述

二、2012-2013年公司成长性分析

三、2012-2013年公司财务能力分析

四、2012-2013年公司偿债能力分析

五、2012-2013年公司现金流量分析表

六、2012-2013年公司经营能力分析

七、2012-2013年公司盈利能力分析

第四节烟台张裕葡萄酒股份有限公司

一、公司基本情况概述

二、2012-2013年公司成长性分析

三、2012-2013年公司财务能力分析

四、2012-2013年公司偿债能力分析

五、2012-2013年公司现金流量分析表

六、2012-2013年公司经营能力分析

七、2012-2013年公司盈利能力分析

第五节通化葡萄酒股份有限公司

一、公司基本情况概述

二、2012-2013年公司成长性分析

三、2012-2013年公司财务能力分析

四、2012-2013年公司偿债能力分析

五、2012-2013年公司现金流量分析表

六、2012-2013年公司经营能力分析

七、2012-2013年公司盈利能力分析

第九章2012-2013年中国酿酒行业运行状况分析

第一节中国酿酒业发展历程

第二节2012-2013年中国酿酒业现状综述

- 一、中国酿酒业初步形成“好而快”的发展趋势
- 二、中国酿酒业吹响集结号积极推进“清洁生产”工作
- 三、近几年中国酿酒业利税总额分析

第三节2012-2013年我国酿酒深度剖析

- 一、我国酿酒业成本与利润分析
- 二、上游行业我国酿酒业的影响分析
- 三、酒类公司资本市场表现

第四节2012-2013年我国酿酒行业发展存在的问题与对策分析

第十章 2014-2018年中国酒类奢侈品行业发展趋势展望分析

第一节2014-2018年中国奢侈品行业发展趋势分析

- 一、新富群体将成中国奢侈品消费主力
- 二、培育本土品牌成中国奢侈品行业发展方向
- 三、奢侈品行业或将选择“大众化路线”
- 四、网络销售成奢侈品市场新走向

第二节2014-2018年中国酒类奢侈品行业市场发展前景预测分析

- 一、酒类奢侈品供给预测分析
- 二、酒类奢侈品需求预测分析
- 三、酒类奢侈品进出口形势预测分析

第三节2014-2018年中国酒类奢侈品行业市场盈利能力预测分析

第十一章 2014-2018年中国酒类奢侈品行业投资机遇与投资风险分析

第一节2014-2018年中国酒类奢侈品行业投资机遇

- 一、金融危机影响下奢侈品消费向新兴市场转移
- 二、中国奢侈品消费市场逆势扩张
- 三、经济低迷难抑中国奢侈品消费热情
- 四、中国奢侈品市场投资潜力巨大

第二节2014-2018年中国酒类奢侈品行业投资风险及策略

- 一、政策风险
- 二、市场风险
- 三、投资策略

第三节中国酒类奢侈品行业发展建议及投资策略分析

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201401/227656.html>