

2018-2024年中国高端礼品酒行业市场深度调研及 投资前景分析报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2018-2024年中国高端礼品酒行业市场深度调研及投资前景分析报告》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/201804/629081.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

报告目录：

第一章2015-2017年世界高端礼品酒市场运行状况分析15

第一节2015-2017年世界高端礼品酒市场运行现状分析15

一、全球酒产量情况分析15

二、世界十大红酒品牌15

三、世界高端品牌酒进军中国市场18

四、2017年全球价值最高名酒18

第二节2017年世界葡萄酒行业发展概况19

一、葡萄酒业新旧世界对比分析19

二、2017年全球酿酒葡萄种植分析20

三、2017年全球葡萄酒产量分析21

四、2017年全球葡萄酒消费分析24

五、2017年全球葡萄酒交易分析29

第三节2015-2017年世界高端礼品酒主要国家运行分析34

一、美国高端礼品酒运行形势34

二、法国高端礼品酒运行局势35

三、加拿大高端礼品酒运行格局36

第四节2018-2024年世界高端礼品酒新趋势分析36

第二章2015-2017年中国高端礼品酒市场运行环境解析38

第一节2017年中国宏观经济发展环境分析38

一、2017年中国GDP增长情况分析38

二、2017年工业经济发展形势分析39

三、2017年全社会固定资产投资分析42

四、2017年社会消费品零售总额分析45

五、2017年城乡居民收入与消费分析46

六、2017年对外贸易的发展形势分析48

第二节2015-2017年中国高端礼品酒市场政策环境分析50

一、酒类商品相关政策50

二、葡萄酒新标准分析51

三、国内白酒行业法律法规51

四、中国酒类广告管理办法52

第三节2015-2017年中国高端礼品酒市场社会环境分析54

一、中国人口增长情况分析54

- 二、中国人口城镇化进程分析57
- 三、中国城乡居民消费环境分析57
- 四、中国居民酒类消费支出分析61
- 第三章2015-2017年中国高端礼品酒市场运营态势分析63
 - 第一节中国礼品酒产品特点及经营策略分析63
 - 一、农村消费类礼品酒63
 - 二、大众消费类礼品酒64
 - 三、白领消费类礼品酒65
 - 四、金领消费类礼品酒66
 - 第二节2015-2017年中国高端礼品酒市场动态分析67
 - 一、高端野生蓝莓酒走亲民路线67
 - 二、礼品酒市场借节庆升温67
 - 三、礼品酒特点及发展趋势67
 - 四、保健酒向高端市场延伸68
 - 第三节2015-2017年中国高端礼品酒市场现状综述70
 - 一、高端礼品酒品牌要素70
 - 二、健康品质才是硬道理70
 - 三、收藏价值助力销量飞跃71
 - 四、文化开启礼品酒时代71
 - 五、高档礼品酒市场规模72
 - 六、高档洋酒产品分析72
 - 第四节2015-2017年中国高端酒市场存在的问题73
 - 一、盲目效仿热衷跟风73
 - 二、夸张诉求牵强误导73
 - 三、年份忽悠真假谁辩73
- 第四章2015-2017年中国高端白酒市场运行态势分析75
 - 第一节中国高端白酒的发展历程75
 - 一、高端白酒的崛起75
 - 二、白酒市场向高端品牌集中77
 - 三、高端白酒品牌的市场布局77
 - 第二节2015-2017年中国高端白酒的运行透析78
 - 一、高端白酒市场强势地位明显78
 - 二、高端白酒寡头格局基本形成79
 - 三、高端白酒与烈性洋酒博弈正式展开79
 - 第三节2015-2017年中国高端白酒动态分析80

- 一、泸州老窖:百年老窖酿新芳80
- 二、名企共同打造辛亥革命礼品酒81
- 三、私享家抢滩中国高端定制酒市场81
- 第四节2015-2017年中国高端白酒发展强劲的原因剖析82
 - 一、消费升级注入高端白酒持续动力82
 - 二、龙头企业具备品牌号召力83
 - 三、定价权优势是核心竞争力83
 - 四、抗通胀能力最强83
- 第五章2015-2017年中国高端葡萄酒市场运行形势剖析85
 - 第一节2015-2017年中国葡萄酒高端市场发展状况85
 - 一、探究葡萄酒高端产品85
 - 二、浅谈中国高端葡萄酒市场的发展85
 - 三、中外葡萄酒对决高端葡萄酒市场87
 - 四、国产葡萄酒品牌发力高端市场87
 - 五、高端甜葡萄酒掀起争夺战88
 - 六、期酒搅热国内高端葡萄酒市场90
 - 第二节2015-2017年中国葡萄酒高端市场战略剖析91
 - 一、国产葡萄酒推出高端新品的原因91
 - 二、发展中国高端葡萄酒市场的措施92
 - 三、解析葡萄酒高端产品的营销策略96
 - 第三节2018-2024年中国葡萄酒高端市场前景99
 - 一、未来高端葡萄酒还有提高空间99
 - 二、高端商务葡萄酒市场容量巨大100
 - 三、未来高档葡萄酒的前景相当可观100
 - 四、高档葡萄酒销售渠道日渐完善101
- 第六章2015-2017年中国高端礼品酒市场营销解析102
 - 第一节高端白酒营销102
 - 一、中国白酒营销模式分析102
 - 二、中国白酒营销的“产品化运动”分析103
 - 三、高档白酒营销产地化106
 - 四、白酒市场渠道商状况107
 - 五、白酒文化营销的探析109
 - 六、区域强势白酒品牌的营销战略114
 - 第二节高端葡萄酒营销分析118
 - 一、中国葡萄酒市场运营模式118

- 二、中国葡萄酒的新营销流通趋势119
- 三、第三方独立营销商和营销网络121
- 四、夜场在葡萄酒区域市场开发中的作用122
- 五、葡萄酒品牌市场营销策略127
- 六、中国葡萄酒业营销的八点建议129
- 第七章2015-2017年中国高端礼品酒市场竞争格局透析136
- 第一节2015-2017年中国高端礼品酒市场竞争现状136
- 一、中档酒是新生白酒品牌的最佳立足空间136
- 二、渠道价值仍然不可低估136
- 三、地域市场品牌仍占消费主流137
- 四、商务用酒占有很大的消费比例137
- 五、高档白酒准奢侈品格局逐渐形成137
- 第二节2015-2017年中国高端礼品酒市场竞争格局138
- 一、酒类品牌的增多已加剧了市场的竞争138
- 二、高端白酒逐渐成为投资热点138
- 三、次高端白酒提前布局有利竞争139
- 四、葡萄酒行业即将进入调整期139
- 五、各大洋酒品牌纷纷抢滩中国市场140
- 六、餐饮终端是酒类产品的竞争焦点141
- 第八章2015-2017年世界知名高端品牌酒在华市场运行浅析142
- 第一节帝亚吉欧142
- 一、公司概况及最新动态分析142
- 二、2015-2017年在华市场销售情况143
- 三、品牌竞争力分析143
- 四、国际化发展战略分析144
- 五、渠道销售145
- 六、品牌经营145
- 七、收购兼并146
- 第二节保乐力加147
- 一、公司概况及最新动态分析147
- 二、2015-2017年在华市场销售情况147
- 三、品牌竞争力分析148
- 四、国际化发展战略分析149
- 第三节人头马150
- 一、公司概况及最新动态分析150

二、2015-2017年在华市场销售情况151

三、品牌竞争力分析152

四、国际化发展战略分析153

第四节百富门158

一、公司概况及最新动态分析158

二、2015-2017年在华市场销售情况159

三、品牌竞争力分析159

四、国际化发展战略分析160

第五节百加得160

一、公司概况及最新动态分析160

二、2015-2017年在华市场销售情况161

三、品牌竞争力分析161

四、国际化发展战略分析162

第九章2015-2017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163

第一节宜宾五粮液股份有限公司163

一、企业基本情况介绍

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

第二节通化葡萄酒股份有限公司167

一、企业基本情况介绍

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

第三节安徽古井贡酒股份有限公司170

一、企业基本情况介绍

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

第四节浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司175

一、企业基本情况介绍

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

第五节酒鬼酒股份有限公司180

一、企业基本情况介绍

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

第六节贵州茅台酒股份有限公司184

一、企业基本情况介绍

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

第七节泸州老窖股份有限公司188

一、企业基本情况介绍

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

第八节山西杏花村汾酒厂股份有限公司192

一、企业基本情况介绍

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

第九节河北衡水老白干酒业股份有限公司196

一、企业基本情况介绍

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

第十节张裕葡萄酒股份有限公司200

一、企业基本情况介绍

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

第十一节中法合营王朝葡萄酒有限公司203

一、企业基本情况介绍

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

第十二节中国长城葡萄酒有限公司207

- 一、企业基本情况介绍
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经济指标分析
- 四、企业盈利能力分析
- 第十三节中粮华夏长城葡萄酒有限公司210
 - 一、企业基本情况介绍
 - 二、企业经营情况分析
 - 三、企业经济指标分析
 - 四、企业盈利能力分析
- 第十四节中粮南王山谷君顶酒庄有限公司214
 - 一、企业基本情况介绍
 - 二、企业经营情况分析
 - 三、企业经济指标分析
 - 四、企业盈利能力分析
- 第十五节甘肃莫高国际酒庄有限公司218
 - 一、企业基本情况介绍
 - 二、企业经营情况分析
 - 三、企业经济指标分析
 - 四、企业盈利能力分析
- 第十章2018-2024年中国高端礼品酒市场发展趋势与前景展望222
 - 第一节2018-2024年中国高端礼品酒市场发展前景分析222
 - 一、高端酒市场发展潜力展望222
 - 二、国内葡萄酒行业发展前景222
 - 三、高端白酒市场前景值得期待223
 - 第二节2018-2024年中国高端礼品酒市场发展趋势分析224
 - 一、高端礼品酒行业发展趋势分析224
 - 二、高端礼品酒市场营销趋势分析224
 - 三、高档锂礼品酒消费趋势分析226
 - 第三节2018-2024年中国高端礼品酒市场市场预测分析226
 - 一、中国酿酒产业十三五发展目标226
 - 二、产量预测分析232
 - 三、需求预测分析232
 - 四、价格走势预测分析233
- 第十一章2018-2024年中国高端礼品酒投资战略研究234 (ZY LII)
 - 第一节2015-2017年中国高端礼品酒市场投资概况234

- 一、高端礼品酒投资环境分析234
- 二、白酒行业市场投资障碍236
- 第二节2018-2024年中国高端礼品酒市场投资机会分析237
 - 一、投资热点分析237
 - 二、区域投资分析238
- 第三节2018-2024年中国高端礼品酒市场投资风险预警238
 - 一、宏观政策风险238
 - 二、市场风险分析238
 - 三、市场竞争风险239
 - 四、产品替代风险239 (ZY LII)
 - 五、地方保护风险240
 - 六、其它风险分析240
- 第四节2018-2024年中国高端礼品酒行业投资策略及建议241

部分图表目录:

- 图表12014-2017年全球酒产量变化趋势图15
- 图表2全球葡萄酒业新旧世界对比19
- 图表3世界主要葡萄产区分布20
- 图表42014-2017年全球酿酒葡萄种植面积统计21
- 图表5世界主要国家酿酒葡萄种植效率对比分析21
- 图表62001-2017年世界葡萄酒产量和增长率统计22
- 图表72014-2017年世界葡萄酒产量增长趋势图22
- 图表82017年全球葡萄酒生产国家分布图23
- 图表92014-2017年欧盟和旧世界产区主要国家葡萄酒产量统计23
- 图表102014-2017年新世界产区主要国家葡萄酒生产统计24
- 图表112011-2017年全球葡萄酒消费量和增长率统计24
- 图表122014-2017年全球葡萄酒消费量变动图25
- 图表132017年全球葡萄酒消费量国家分布图25
- 图表142017年全球主要国家葡萄酒人均消费量统计26
- 图表152014-2017年欧盟15国葡萄酒消费量和增长率统计27
- 图表162014-2017年欧盟15国葡萄酒消费量增长趋势图27
- 图表172014-2017年欧盟主要国家葡萄酒消费量统计28
- 图表182014-2017年欧盟以外主要国家葡萄酒消费量统计29
- 图表192001-2017年全球葡萄酒供求差距统计30
- 图表202014-2017年全球葡萄酒消费量统计30
- 图表212014-2017年全球葡萄酒交易量变动图31

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201804/629081.html>