

2018-2024年中国白酒包装设计产业市场现状规划 调查与未来前景趋势研究报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018-2024年中国白酒包装设计产业市场现状规划调查与未来前景趋势研究报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/jiulei/311411311411.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

一、高档白酒包装开发存在的常见问题

竞争环境下催生出许多琳琅满目的奢华白酒包装，其中支撑起高档效果的重要因素就是包装。白酒包装设计除了采用高科技印刷技术和特殊材料外，还把印钞等特殊工艺应用到包装开发，引入先进技术开发白酒包装本是好事，但并不是所有的白酒包装都合适高档。高档包装成本价格自然也会高，最终买单的还是消费者，有些包装设计与自身品牌很不对称，这种华而不实的产品包装消费者很难接受，面对这样一个畸形状况，从产品的包装设计入手，用一个崭新的视角去剖析白酒包装走向奢华的内在原因，从而论证白酒包装回归理性的可行性。

1) 品牌规划模糊，跟风式开发比较严重。白酒市场上跟风式的竞争异常激烈，纷纷推出高于自身价值的高档产品，豪华白酒包装是琳琅满目，酒企都有各自的高档产品。其中，支撑起高档效果的重要元素则是包装工艺与材料，有些奢华包装的背后显得十分苍白，缺乏宏观战略和企业自身定位，最后导致企业资金断链，负责累累。比如四川的武君酒业，生产价值上千的包装，从开发到上市几乎就无人问津。

2) 高档白酒包装设计缺乏知识产权保护。当下白酒市场上只要出现好的、好卖的包装，就一窝蜂进行模仿。白酒包装设计一般是策划设计到生产加工是接连完成，新产品要通过专利申请至少要五六个月，在这过程中，别的企业拿过来稍作修改，新生代孪生兄弟就诞生了，市面上很多高档白酒包装设计拿来主义比较普遍，这样不利白酒品牌的成长。

3) 高档白酒包装设计缺乏民族文化挖掘。当下高档白酒包装设计对传统文化内涵挖掘不够，许多设计只停留在视觉表面。鲁迅在《且介亭杂文集》中说过：“只有民族的，才是世界的。”当下国内市场上一些高端白酒包装设计制作工艺很突出，但是对我国传统民族元素、文化精髓继承不够。

在全球化背景下，世界就像一个地球村，各民族的往来更为频繁，如果设计生产出来的白酒包装缺乏民族灵魂，这必将影响白酒企业走向世界，不利于白酒企业长远发展。白酒包装设计如果能对中华民族文化做认真推敲，挖掘设计出既具个性又有特色的中国包装，我国白酒品牌才有可能走向世界，才可能立于酒业的世界之林。研究认为，当今高档白酒包装开发有必要对传统元素进行深入的研究与应用，而不是随意地使用某个图案，应该是去挖掘最能代表中华民族特色的图案。

二、我国高档白酒包装开发的新趋势

目前，消费政策与消费需求对高档白酒包装设计产生重大影响，如何正确把握新政策，满足消费者需求，是有效开发高档白酒的必由之路。

1) 当下白酒包装与以往相比功能上发生了巨大变化。高档白酒包装不仅具有保护、运输等包装基本功能，同时还肩负宣传和销售的附加社会功能，在高档白酒消费中附加的社会功能还占据主导地位。品牌包装要想从众多同类商品中脱颖而出，个性鲜明的特点并能迅速打动消费者，诱其产生购买，起着无声推销员的作用。如今，包装本身视觉效果的刺激远比营销员解说得更直接、更清晰，更容易被消费者所接受。那么，包装设计必须具有与众不同的特点和优势。

2) 高档白酒需求对象发生了变化。随着年轻人群走向管理岗位，年轻消费者逐渐成为白酒消费的主力军。年轻消费群他们对白酒文化的理解、喜好都不同程度地受到国外文化的影响，他们对外国文化充满好奇，对本土文化认知不够，对传统饮酒习惯、礼仪有着不同的看法，他们认为饮酒更多是为了应酬，认为当今白酒是一种媒介，是人际关系、业务往来的润滑剂，长期以来逐渐使高档白酒被附加上了身份和地位，产生了高档白酒的需求新方向。高档白酒市场上流传一段经典故事“买酒的不喝，喝酒的不买”。

当下高档白酒包装设计要想引领这部分消费群体，设计师就必须掌握消费心理学的相关知识，了解年轻消费者心理需求，挖掘符合年轻消费群体追求简洁与快节奏的现代元素，从根本上打造提升白酒包装的审美价值和艺术内涵，使其能充分满足消费者对商品的物质需求和精神需求。以艺术的手法，通过包装材质、造型、图案、文字、色彩等要素，表现产品品牌与附加价值，树立美观、独特的商品形象，准确、迅速地传达商品信息，从而达到美化商品与促进消费的作用。

三、当下高档白酒包装设计的对策

目前，我国正处在一个经济高速发展和各文化交融时期，消费者对传统文化的认知在不断地减弱，传统酒文化正受到了前所未有的冲击。为弘扬白酒传统文化和正确引导高档白酒开发，建议从以下几个方面去考虑高档白酒包装设计。

1) 白酒包装高档化设计应依据企业自身品牌文化去研发。研发高档白酒对白酒包装市场进行详细、系统的调研，梳理出当下高档白酒包装及白酒市场间所存在的问题，正确构建合理、持续发展的设计理念。分析高档白酒包装设计的特点，消费者心理需求、消费习性

等相关内容，运用设计学、消费心理学、营销学等学科知识，对当今消费者消费行为进行研判，研究高档白酒影响消费者深层次需求的根源，然后有针对性地去挖掘有利于企业品牌建设的重要元素，使所设计的包装既具有企业个性又具有市场共性。

目前市场上一些白酒包装用奢华的视觉效果去吸引消费者，表面上迎合了消费审美，追求所谓的高档，完全抛弃了自己的品牌文化去做简单的模仿，这种缺乏灵魂的包装很难赢得高层次的消费者。当下高层次消费者欣赏水平在不断提高，精神需求意识也在不断增强，这部分消费群体是引导产品潮流的主流元素，因此产品研发时必须重视这部分消费者，抓住主流消费者才是企业营销战略的重点。由此可见，白酒包装高档化设计应根据自身品牌文化，高档化并不适合所有品牌。

2) 高档白酒包装设计应不断创新。白酒包装设计如不与时俱进产品品牌很难持续发展，只有不断注入新鲜元素增加审美，才不至于让消费者视觉疲劳。当下消费者文化水平普遍提高，对产品健康、质量、品牌要求更强，白酒包装设计逐渐往高档化、品牌化、健康化发展。高档化主要是满足消费者的“面子”、“健康”心理，包装不论从材质、工艺上都要求体现良好的视觉效果。目前，由于市场上缺乏科学的评价标准，有些白酒企业误把高价位与高性能划等号，导致白酒企业跟风式的生产奢华包装，这样浪费资源又污染环境。

高档白酒消费群中具有较高文化程度、高收入者占据着相当大的份额，这部分消费者的消费理念和意识都较为时尚，追求设计简洁大方，色彩明快与质量安全，因此白酒企业要想赢得这部分消费主流，就更应该保护他们，而不是一味去生产奢华包装，科学引导他们从消费盲区走向理性消费，从而起到肩负社会责任与树立世界知名品牌的长效作用。

如何去解决这一问题，就应该与时俱进，在新的政策下的严厉管控下，白酒包装必须创新，用新材料、高科技、新工艺去、低能耗的包装去满足消费者，包装既没有降低档次，又不失视觉美观。魔态（MOTA）热成型包装就较好地做到了这一点，过去片面追求奢华的包装效果已被消费者所接受，如做简单的减少工艺环节，以降低包装视觉审美来控制成本，也许消费者一下子难以适应。当下应该在不减弱包装视觉效果的下降低成本，开发环保包装将是当今高档白酒包装发展的必然出路。

传统高档白酒包装普遍采用手工制作，原材料以金属、木盒、混合纸板，工序复杂，人工成本高，混合纸板等金属材料对环境污染比较严重，面对这一困惑，在调研国内相关研发单位中，发现四川古格王朝设计公司研发了一种魔态包装材料，魔态（MOTA）是致力于环保竹材无污染的包装材料，魔态包装材料采用自动化冲压热成型方式，根据包装造型需要，采用不同模具，形成不同形状的包装成品，这种包装的主材由竹纤维制造而成，中间无任

何添加剂，利用上下盖扣合热压完成。

魔态不是简单的纸张叠加，也不是用胶水裱糊，而是依靠温度、湿度、压力的完美融合，目前该技术已取得国家“实用新型专利技术”及“环保材料制造发明专利”。这种材料的优点就是成本低，实用，环保，造型随意较大，打破过去单一几何造型。这对包装的造型具有很强的创新性，尤其是满足现在年轻白酒消费者追求个性化的外观造型具有较好的帮助，为设计师提供了一个千变万化的创作载体，使设计不再受传统生产工艺技术的限制，能做到任意纸张、任意造型、任意工艺。

图：魔态造型

同时，魔态高档白酒包装材料是一次性模压成型无胶水粘合，生产过程中极大地减少了人工，节约了人工成本，制作效果比传统更佳精美，视觉效果上更显高档。魔态包装材料与传统包装材料相比较具有以下优点。首先是科技上用热压成型。不添加任何化学元素制造独特竹子造纸技术，专利纸张成型技术和专业美学工艺技术，这是通过热压高科技原理和竹子原材料独特性能成型。其次就是环保。竹子原料环保，零添加辅助品，未添胶水，靠温度、湿度、强度成型。再次就是美学理念。工艺坚持走自然生态之美，让工艺更简单，更实用，设计作品更具象，更贴近生活，较好地诠释美学理念。最后就是较大地节约了生产成本，效果比以前更美观，但成本却降低了一半。只有从科技上、工艺上、健康等理念上创新，才能真正做到与时俱进，促进高档白酒健康发展。

图：魔态特点

3) 高档白酒包装设计应该与国际需求接轨。民以食为天，世界各国不管新兴产业如何发展，饮食业始终保持旺盛势头。酒类销售市场是火红一片，但我国酒类企业还没有一个具有国际竞争力的知名品牌。首先，国际知名品牌具有准确的市场定位。笔者通过对俄罗斯的伏尔加、法国的XO进行品牌梳理，得到一个惊人相似的答案，这些世界性的知名品牌都十分重视包装设计和品牌文化，对企业的市场定位、目标对象都非常明确，产品的度数、价位相对比较固定。

我国具有几千年的酒业历史，酒类产品从不缺乏，在这个漫长的发展长河中，白酒的发展多少受到自给自足风俗的影响，产品的定位基本是处于自产自销的生产模式，主要定位在国内市场。国内白酒企业在反腐、反奢侈的新政策下，对消费市场是眉毛胡子一把抓，高低档都在通吃，这样严重影响企业树立国际品牌。高档品牌既然是身份和地位的象征，那就代表只能是一部分消费群体消费的产品，法国的XO就始终没有改变过，它在国际市场上一直扮演一个奢侈产品的角色。其次，国际知名品牌需要与众不同的文化内涵作支撑。

文化内涵的打造需要专业的团队，白酒产品也不例外，从美国的NBA球队到通用汽

车，每一个市场背后都有一个完整、科学、专业的品牌研发队伍，企业每发展一步都是按照预定的轨道进行。在国内白酒市场，通过自身多年的设计经验和调研，我国的白酒企业很少有长期聘请专业品牌团队来支撑自身发展，一般都是一环节或一个产品的开发模式，一个产品开发完成，下一个产品的研发也许就换成了其他的开发队伍。

国内知名品牌丰谷酒业为了省钱，在产品研发上采用竞标模式，最后以低价获标的模式开发产品，这样严重影响品牌建设的连贯性，阻碍其成为国内著名品牌。第三，国内白酒品牌服务公司水平良莠不齐。有些白酒企业在包装开发上投入大量资金，而受委托的设计公司水平有限，设计师东拼西凑为包装改头换面，没有深入挖掘民族文化和对白酒市场风险的评估，只是在包装的表面效果上做文章，导致品牌管理混乱。只有以我国民族文化内涵作为产品的积淀，以民族特色来表现产品的视觉元素，以消费者的内心需求去开发产品，以优质的品质投放市场，这样才可能会受到世界消费者的喜好。

4) 高档白酒包装设计对传统文化的历史传承、重构与创新。当前高档白酒消费发展为一种沟通方式，传承传统白酒文化礼仪，白酒消费媒介化很容易忽视传统饮酒文化，只能通过设计侧面去引导消费。古代在酒壶、酒具、饮酒礼仪上都很有讲究，《觴政》中记载比较详细的常见饮酒礼节。古时饮酒礼节多，但饮酒目的相对单纯，古人饮酒认为小饮小舒服，多饮大舒服。陶渊明曾写道：“人死后是非功过、荣辱得失，谁能评说！不如多饮几杯酒”。

从这些诗篇中可以看出，古人喝酒的享受，是一种内心的释放与愉悦，因此当时跟酒类相关的产品都比较讲究，如酒壶、酒器、酒具等，有些产品至今影响深远。现在随着饮酒习惯的改变，酒具设计一般都是大口径一两或者二两杯，一饮而尽杯中酒，以示对对方的尊敬，因此，有必要重新审视白酒包装设计对传承传统文化的责任，高档产品一般是经济实力雄厚或权高的消费者在消费，他们的消费观念具有一定的带动作用，可见对高档白酒的研究是十分必要。

在传承传统优秀酒文化时还应该与时俱进，既不能全盘照搬照抄，又不能完全否定，在风格上力求体现我国民族特色，寻求对传统的回归，而这种回归不是简单形式上的挪用，应该用现代设计方式增加形式背后的真正内涵，是一种对传统的创新认识，所传承的是民族灵魂。著名设计家格罗皮厄斯曾说过：“真正的传统是不断前进的产物，它的本质是运动的，不是静止的，传统应该推动人们不断前进”。

只要传承文化之的精髓，才有助于形成世界性的品牌。传承是一种推进，也可以说是创新，在白酒领域，传承表现是饮酒，但创新主角应该是设计师，设计师肩负的历史责任会

更多，设计是引导消费的航向标，在这个复杂的过程中除了引导、刺激消费外，还有纠正传承中的错误倾向。舍得酒对传统元素的应用就传承得比较好。“舍得”单从字意上讲禅宗文化，它有深厚的哲学理念，成为一种“禅”学哲理。

随着时光的流转，舍得这一哲理又迅速渗透到日常生活中，并逐步演进为一种雅俗共赏、启迪心智的“生活哲学”。沱牌酒业利用这个广为知晓的哲理，从传统文化中汲取精髓并成功开发舍得品牌。取名上让舍得酒业占得先机，其余设计上舍得酒业十分注重我国传统元素的应用。设计创造中深入领会“舍得”两字的精髓，准确采用刚柔相间的色彩设计出独具一格的瓶型。

图：舍得包装

舍得，是一种精神；是一种领悟；更是一种智慧，一种人生的境界。古往今来，惟有懂得舍得者，方能成就伟业。当下白酒产品要想在这片火红的海洋中保留自己的一席之地，那必然是品质、工艺、历史、文化与艺术的结晶，只有在深厚的品质、历史、文化与艺术的底蕴基础上，才能绽放出绚烂的品牌之花。

四、结语

当下高档白酒包装设计应以消费者需求为出发点，分析当下白酒市场所存在的问题和解决问题的途径，挖掘白酒与民族文化，在秉承对传统文化传承、解构与创新的基础上，开发高档产品。争消除盲目跟风式的开发模式，在准确定位、科学论证后，开发出既具有我国特色又不失世界色彩的高档白酒。

观研天下发布的《2018-2024年中国白酒包装设计产业市场现状规划调查与未来前景趋势研究报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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。

【报告大纲】

第一部分 行业发展现状

第一章 白酒包装设计行业发展概述

第一节 白酒包装设计概述

一、白酒包装设计的特点

二、白酒包装设计的分类

第二节 白酒包装设计材料的性能

一、白酒包装设计材料的力学性能

二、白酒包装设计材料的物理化学性能

三、白酒包装设计材料的包装适性与测试技术

第三节 白酒包装设计产业链

一、特点

二、行业经济特性

三、产业链结构分析

第四节 白酒包装设计行业发展成熟度分析

一、行业发展周期分析

二、行业中外市场成熟度

三、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 全球白酒包装设计市场发展分析

第一节 15年全球白酒包装设计市场分析

一、2017年全球白酒包装设计市场回顾

二、2017年全球白酒包装设计市场环境

三、2017年全球白酒包装设计格局分析

四、2017年全球白酒包装设计技术分析

第二节 2017年全球白酒包装设计市场分析

一、2017年全球白酒包装设计需求分析

二、2017年全球白酒包装设计研发分析

三、2017年全球白酒包装设计品牌分析

四、2017年中外白酒包装设计市场对比

第三节 主要国家地区白酒包装设计市场分析

一、2016-2017年美国白酒包装设计市场分析

- 二、2016-2017年欧洲白酒包装设计市场分析
- 三、2016-2017年日本白酒包装设计市场分析
- 四、2016-2017年韩国白酒包装设计市场分析
- 五、2016-2017年其他国家白酒包装设计市场

第三章 我国白酒包装设计行业发展现状

第一节 我国白酒包装设计市场结构分析

- 一、2016-2017年中国包装工业行业结构
- 二、2016-2017年中国各区域包装行业结构
- 三、2016-2017年白酒包装设计品种的结构
- 四、2016-2017年白酒包装设计用户的规模结构
- 五、2016-2017年白酒包装设计企业的规模结构
- 六、2016-2017年白酒包装设计地域的规模结构

第二节 我国白酒包装设计行业发展现状

- 一、我国白酒包装设计发展日新月异
 - 二、2016-2017年中国白酒包装设计市场需求分析
 - 三、2016-2017年我国白酒包装设计市场格局分析
 - 四、2016-2017年我国白酒包装设计行业存在问题
 - 五、2016-2017年我国白酒包装设计市场规模分析
 - 六、2016-2017年白酒包装设计细分市场规模分析
- #### 第三节 2016-2017年白酒包装设计业发展情况分析

- 一、2014年白酒包装设计行业发展情况分析
- 二、2017年白酒包装设计行业发展情况分析
- 三、2017年白酒包装设计行业发展特点分析
- 四、2017年份白酒包装设计行业发展情况

第四章 我国白酒包装设计市场发展研究

第一节 2017年我国白酒包装设计市场情况

第二节 15年我国白酒包装设计市场结构和价格走势分析

- 一、2017年我国白酒包装设计市场结构和价格走势概述
- 二、2017年我国白酒包装设计市场结构分析
- 三、2017年我国白酒包装设计市场价格走势分析

第五章 白酒行业经济运行分析

第一节 2016-2017年白酒产量分析

一、2017年白酒产量分析

二、2017年白酒产量分析

第二节2016-2017年白酒行业主要经济指标分析

一、销售收入前十家企业分析

二、2017年白酒行业主要经济指标分析

三、2017年白酒行业主要经济指标分析

第三节2016-2017年我国白酒行业绩效分析

一、2016-2017年行业产销情况

二、2016-2017年行业规模情况

三、2016-2017年行业盈利能力

四、2016-2017年行业经营发展能力

五、2016-2017年行业偿债能力分析

第六章 我国白酒行业进出口分析

第一节 我国白酒进口分析

一、2017年进口总量分析

二、2017年进口结构分析

三、2017年进口区域分析

第二节 我国白酒出口分析

一、2017年出口总量分析

二、2017年出口结构分析

三、2017年出口区域分析

第三节 我国白酒进出口预测

一、2018-2024年白酒进口预测

二、2018-2024年白酒出口预测

第四节 塑料包装箱及容器制造行业进出口数据分析

一、2012年塑料包装箱及容器制造行业进出口数据

二、2013年塑料包装箱及容器制造行业进出口数据

三、2014年塑料包装箱及容器制造行业进出口数据

四、2017年塑料包装箱及容器制造行业进出口数据

五、2017年塑料包装箱及容器制造行业进出口数据

第七章 塑料包装箱及容器制造行业数据分析

第一节 塑料包装箱及容器制造行业市场运行规模分析

一、塑料包装箱及容器制造行业企业数量

- 二、塑料包装箱及容器制造行业从业人数调查分析
- 三、塑料包装箱及容器制造行业工业总产值分析
- 第二节 塑料包装箱及容器制造行业偿债能力分析
 - 一、塑料包装箱及容器制造行业资产负债率分析
 - 二、塑料包装箱及容器制造行业利息保障倍数分析
- 第三节 塑料包装箱及容器制造行业经营能力分析
 - 一、塑料包装箱及容器制造行业总资产周转率分析
 - 二、塑料包装箱及容器制造行业净资产周转率分析
 - 三、塑料包装箱及容器制造行业存货周转率分析
 - 四、塑料包装箱及容器制造行业流动资产周转率分析
- 第四节 塑料包装箱及容器制造行业盈利能力分析
 - 一、塑料包装箱及容器制造行业总资产收益率分析
 - 二、塑料包装箱及容器制造行业净利润率分析
 - 三、塑料包装箱及容器制造行业净资产收益率分析
 - 四、塑料包装箱及容器制造行业毛利率分析
- 第五节 塑料包装箱及容器制造行业成长能力分析
 - 一、塑料包装箱及容器制造行业主营业务收入分析
 - 二、塑料包装箱及容器制造行业净利润分析
 - 三、塑料包装箱及容器制造行业总资产分析
 - 四、塑料包装箱及容器制造行业净资产分析

第二部分 行业竞争格局

第八章 白酒包装设计行业竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 行业集中度分析

- 一、市场集中度分析
- 二、企业集中度分析
- 三、区域集中度分析

第三节 中国白酒包装设计行业竞争格局综述

- 一、2017年白酒包装设计行业集中度
- 二、2017年白酒包装设计行业竞争程度
- 三、2017年白酒包装设计企业与品牌数量
- 四、2017年白酒包装设计行业竞争格局分析
- 第四节2016-2017年白酒包装设计行业竞争格局分析
- 一、2016-2017年国内外白酒包装设计竞争分析
- 二、2016-2017年我国白酒包装设计市场竞争分析
- 三、2016-2017年我国白酒包装设计市场集中度分析
- 四、2018-2024年国内主要白酒包装设计企业动向
- 五、2017年国内白酒包装设计拟在建项目分析

第九章 白酒包装设计企业竞争策略分析

第一节 白酒包装设计市场竞争策略分析

- 一、2017年白酒包装设计市场增长潜力分析
- 二、2017年白酒包装设计主要潜力品种分析
- 三、现有白酒包装设计产品竞争策略分析
- 四、潜力白酒包装设计品种竞争策略选择
- 五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 白酒包装设计企业竞争策略分析

- 一、欧债危机对白酒包装设计行业竞争格局的影响
- 二、欧债危机后白酒包装设计行业竞争格局的
- 三、2018-2024年我国白酒包装设计市场竞争趋势
- 四、2018-2024年白酒包装设计行业竞争格局展望
- 五、2018-2024年白酒包装设计行业竞争策略分析
- 六、2018-2024年白酒包装设计企业竞争策略分析

第十章 白酒包装设计企业竞争分析

第一节 北京兰旗之道文化发展有限公司

- 一、企业概况
- 二、2017年企业经营情况分析
- 三、2016-2017年企业财务数据分析
- 四、企业最新发展动态与策略
- 五、企业未来发展展望与

第二节 正邦

- 一、企业概况

二、2017年企业经营情况分析

三、2016-2017年企业财务数据分析

四、企业最新发展动态与策略

五、企业未来发展展望与战略

第三节 洛可可酒包装设计

一、企业概况

二、2017年企业经营情况分析

三、2016-2017年企业财务数据分析

四、企业最新发展动态与策略

五、企业未来发展展望与战略

第四节 太和盛世(北京)专业酒包装设计公司

一、企业概况

二、2017年企业经营情况分析

三、2016-2017年企业财务数据分析

四、企业最新发展动态与策略

五、企业未来发展展望与战略

第五节 北京吾言吾道酒包装设计公司

一、企业概况

二、2017年企业经营情况分析

三、2016-2017年企业财务数据分析

四、企业最新发展动态与策略

五、企业未来发展展望与战略

第六节 深圳市宇盛包装设计有限公司

一、企业概况

二、2017年企业经营情况分析

三、2016-2017年企业财务数据分析

四、企业最新发展动态与策略

五、企业未来发展展望与战略

第七节 深圳市雅佳设计包装有限公司

一、企业概况

二、2017年企业经营情况分析

三、2016-2017年企业财务数据分析

四、企业最新发展动态与策略

五、企业未来发展展望与战略

第八节 深圳天工创包装设计公司

一、企业概况

二、2017年企业经营情况分析

三、2016-2017年企业财务数据分析

四、企业最新发展动态与策略

五、企业未来发展展望与战略

第九节 深圳壹壹壹包装设计有限公司

一、企业概况

二、2017年企业经营情况分析

三、2016-2017年企业财务数据分析

四、企业最新发展动态与策略

五、企业未来发展展望与战略

第十节 英诺威特广告设计(北京)有限公司

一、企业概况

二、2017年企业经营情况分析

三、2016-2017年企业财务数据分析

四、企业最新发展动态与策略

五、企业未来发展展望与战略

第三部分 行业前景预测

第十一章 白酒包装设计行业发展趋势分析

第一节 我国白酒包装设计行业前景与机遇分析

一、我国白酒包装设计行业发展前景

二、我国白酒包装设计发展机遇分析

三、2017年白酒包装设计的发展机遇分析

四、欧债危机对白酒包装设计行业的影响分析

第二节 2018-2024年中国白酒包装设计市场趋势分析

一、2016-2017年白酒包装设计市场趋势总结

二、2018-2024年白酒包装设计发展趋势分析

三、2018-2024年白酒包装设计市场发展空间

四、2018-2024年白酒包装设计产业政策趋向

五、2018-2024年白酒包装设计技术革新趋势

六、2018-2024年白酒包装设计价格走势分析

七、2018-2024年国际环境对行业的影响

第十二章 未来白酒包装设计行业发展预测

第一节 未来白酒包装设计需求与消费预测

- 一、2018-2024年白酒包装设计产品消费预测
- 二、2018-2024年白酒包装设计市场规模预测
- 三、2018-2024年白酒包装设计行业总产值预测
- 四、2018-2024年白酒包装设计行业销售收入预测
- 五、2018-2024年白酒包装设计行业总资产预测

第二节 2018-2024年中国白酒包装设计行业供需预测

- 一、2018-2024年中国白酒包装设计供给预测
- 二、2018-2024年中国白酒包装设计产量预测
- 三、2018-2024年中国白酒包装设计需求预测
- 四、2018-2024年中国白酒包装设计供需平衡预测
- 五、2018-2024年中国白酒包装设计产品价格预测
- 六、2018-2024年主要白酒包装设计产品进出口预测

第四部分 投资战略研究

第十三章 白酒包装设计行业投资现状分析

第一节 2017年白酒包装设计行业投资情况分析

- 一、2017年总体投资及结构
- 二、2017年投资规模情况
- 三、2017年投资增速情况
- 四、2017年分行业投资分析
- 五、2017年分地区投资分析
- 六、2017年外商投资情况

第十四章 白酒包装设计行业投资机会与风险

第一节 行业活力系数比较及分析

- 一、2017年相关产业活力系数比较
- 二、2017年行业活力系数分析

第二节 行业投资收益率比较及分析

- 一、2017年相关产业投资收益率比较
- 二、2017年行业投资收益率分析

第三节 白酒包装设计行业投资效益分析

- 一、2016-2017年白酒包装设计行业投资状况分析
- 二、2018-2024年白酒包装设计行业投资效益分析

三、2018-2024年白酒包装设计行业投资趋势预测

四、2018-2024年白酒包装设计行业的投资方向

五、2018-2024年白酒包装设计行业投资的

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第四节 影响白酒包装设计行业发展的主要因素

一、2018-2024年影响白酒包装设计行业运行的有利因素分析

二、2018-2024年影响白酒包装设计行业运行的稳定因素分析

三、2018-2024年影响白酒包装设计行业运行的不利因素分析

四、2018-2024年我国白酒包装设计行业发展面临的挑战分析

五、2018-2024年我国白酒包装设计行业发展面临的机遇分析

第五节 白酒包装设计行业投资风险及控制策略分析

一、2018-2024年白酒包装设计行业市场风险及控制策略

二、2018-2024年白酒包装设计行业政策风险及控制策略

三、2018-2024年白酒包装设计行业经营风险及控制策略

四、2018-2024年白酒包装设计行业技术风险及控制策略

五、2018-2024年白酒包装设计行业同业竞争风险及控制策略

六、2018-2024年白酒包装设计行业其他风险及控制策略

第十五章 白酒包装设计行业投资战略研究

第一节 白酒包装设计行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国白酒包装设计品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、白酒包装设计实施品牌战略的意义

三、白酒包装设计企业品牌的现状分析

四、我国白酒包装设计企业的品牌战略

五、白酒包装设计品牌战略管理的策略

第三节 白酒包装设计企业经营管理策略

一、成本控制策略

二、定价策略

三、竞争策略

四、并购重组策略

五、营销策略

六、人力资源

七、财务管理

八、国际化策略

第四节 咨询投资建议

一、2017年包装行业投资战略

二、2017年白酒包装设计行业投资战略

三、2018-2024年白酒包装设计行业投资战略

四、2018-2024年细分行业投资战略

图表：白酒包装设计产业链分析

图表：国际白酒包装设计市场规模

图表：国际白酒包装设计生命周期

图表：2016-2017年中国白酒包装设计行业市场规模

图表：2016-2017年全球白酒包装设计产业市场规模

图表：2016-2017年白酒包装设计重要数据指标比较

图表：2016-2017年中国白酒包装设计行业销售情况分析

图表：2016-2017年中国白酒包装设计行业利润情况分析

图表：2016-2017年中国白酒包装设计行业资产情况分析

图表：2016-2017年中国白酒包装设计发展能力分析

（ GYZQJP ）

图表详见报告正文

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随着时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiulei/311411311411.html>