2010-2014年中国奢侈品行业运行态势及发展前景 展望分析报告

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《2010-2014年中国奢侈品行业运行态势及发展前景展望分析报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/qitanlmy/8294882948.html>

报告价格：电子版: 6500元 纸介版：6800元 电子和纸介版: 7000

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

摘要

奢侈品牌的品牌魅力是富贵豪华的。奢侈品(Luxury)源于拉丁文的“光”(Lux)。所以，奢侈品应是闪光的，明亮的，让人享受的。奢侈品通过其品牌视觉识别系统传达了这些内容。从社会学的角度上说，奢侈品是贵族阶层的物品。它有地位，有身份，有高人一等的权力。它是贵族形象的代表。如今，虽然社会民主了，但人们的“富贵观”并未改变，奢侈品牌正好可以满足人们的这种本能需求。“劳斯来斯”汽车就有贵族车的象征。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家海关总署、国家经济信息中心、全国商业信息中心、国内外相关报刊杂志的基础信息，对我国奢侈品行业的供给与需求状况、市场格局与分布、部分地区奢侈品市场的发展状况、奢侈品消费态势等进行了分析。报告重点分析了我国奢侈品市场的竞争状况、行业发展形势与企业的发展对策，还对奢侈品未来发展趋势进行了研判，是奢侈品生产企业、经营企业、科研机构等单位准确了解目前奢侈品行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的决策参考依据。

目录

第一章 2009-2010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 2009-2010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 2009-2010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 2009-2010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 2009-2010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

第二章 2009-2010年中国酒类奢侈品产业运行环境分析

第一节 2009-2010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

第二节 2009-2010年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、城乡居民家庭人均可支配收入分析

三、全社会固定资产投资分析

四、进出口总额及增长率分析

五、社会消费品零售总额

第三节 2009-2010年中国奢侈品产业社会环境分析

第三章 2009-2010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 (REMY MARTIN)

二、马爹利 (Martell)

三、轩尼诗 (Hennessy)

四、绝对伏特加 (Absolut Vodka)

五、芝华士 (Chivas)

第二节 2009-2010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 2009-2010年中国高端酒营销存在的问题及对策分析

第四章 2009-2010年中国高端白酒市场运行分析

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 2009-2010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 2010-2014年中国高端白酒市场预测分析

第五章 2009-2010年中国高档葡萄酒市场运行动态分析

第一节 2009-2010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 2009-2010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 2005-2010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 2005-2010年（按季度更新）中国酒的制造行业数据监测回顾

一、竞争企业数量

二、亏损面情况

三、市场销售额增长

四、利润总额增长

五、投资资产增长性

六、行业从业人数调查分析

第二节 2005-2010年（按季度更新）中国酒的制造行业投资价值测算

一、销售利润率

二、销售毛利率

三、资产利润率

四、未来5年酒的制造盈利能力预测

第三节 2005-2010年（按季度更新）中国酒的制造行业产销率调查

一、工业总产值

二、工业销售产值

三、产销率调查

四、未来5年酒的制造产品产销衔接预测

第四节 2005-2010年（按季度更新）酒的制造出口交货值数据

一、出口交货值增长

二、出口交货值占工业产值的比重

第七章 2001-2009年中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进出口数据统计

第一节 2001-2009年中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料出口统计

第二节 2001-2009年中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进口统计

第三节 2001-2009年中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进出口价格对比

第四节 中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进出口主要来源地及出口目的地

第五节 中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进出口省市分析

第八章 2009-2010年中国酒类奢侈品行业市场营销策略分析

第一节 2009-2010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 2009-2010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 2009-2010年酒类奢侈品市场营销案例借鉴

第九章 2009-2010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、2008-2009年公司成长性分析

三、2008-2009年公司财务能力分析

四、2008-2009年公司偿债能力分析

五、2008-2009年公司现金流量分析表

六、2008-2009年公司经营能力分析

七、2008-2009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、2008-2009年公司成长性分析

三、2008-2009年公司财务能力分析

四、2008-2009年公司偿债能力分析

五、2008-2009年公司现金流量分析表

六、2008-2009年公司经营能力分析

七、2008-2009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、2008-2009年公司成长性分析

三、2008-2009年公司财务能力分析

四、2008-2009年公司偿债能力分析

五、2008-2009年公司现金流量分析表

六、2008-2009年公司经营能力分析

七、2008-2009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、2008-2009年公司成长性分析

三、2008-2009年公司财务能力分析

四、2008-2009年公司偿债能力分析

五、2008-2009年公司现金流量分析表

六、2008-2009年公司经营能力分析

七、2008-2009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、2008-2009年公司成长性分析

三、2008-2009年公司财务能力分析

四、2008-2009年公司偿债能力分析

五、2008-2009年公司现金流量分析表

六、2008-2009年公司经营能力分析

七、2008-2009年公司盈利能力分析

第十章 2009-2010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 2009-2010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 2009-2010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 2009-2010年我国酿酒行业发展存在的问题与对策分析

第十一章 2010-2014年中国酒类奢侈品行业发展趋势展望分析

第一节 2010-2014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 2010-2014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 2010-2014年中国酒类奢侈品行业市场盈利能力预测分析

第十二章 2010-2014年中国酒类奢侈品行业投资机遇与热点分析

第一节 2010-2014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 2010-2014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 专家投资建议

图表名称：部分

- 图表 2006-2009年中国酒的制造行业企业数量增长趋势图
- 图表 2006-2009年中国酒的制造行业亏损企业数量及亏损面积
- 图表 2006-2009年中国酒的制造行业总体销售额增长趋势图
- 图表 2006-2009年中国酒的制造行业总体利润总额增长
- 图表 2006-2009年中国酒的制造行业总体从业人数分析
- 图表 2006-2009年中国酒的制造行业投资资产增长性分析
- 图表 2010年5月中国各省市酒的制造行业企业数量统计表
- 图表 2010年5月中国各省市酒的制造行业企业数量分布图
- 图表 2010年1-5月中国各省市酒的制造行业销售收入统计表
- 图表 2010年1-5月中国各省市酒的制造行业销售收入分布图
- 图表 2010年1-5月中国各省市酒的制造行业利润总额统计表
- 图表 2010年1-5月中国各省市酒的制造行业利润总额分布图
- 图表 2010年1-5月中国各省市酒的制造行业利润总额增长最快的省市对比图
- 图表 2010年5月底中国各省市酒的制造行业资产统计表
- 图表 2010年5月底中国各省市酒的制造行业资产分布图
- 图表 2010年1-5月中国各省市酒的制造行业资产增长速度对比图
- 图表 2010年1-5月中国各省市酒的制造行业工业总产值
- 图表 2010年1-5月中国各省市酒的制造行业工业销售产值
- 图表 2010年酒的制造行业产销率（数据均可更新至最新月份）
- 图表 2001-2009年中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料出口统计
- 图表 2001-2009年中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进口统计
- 图表 2001-2009年中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进出口价格对比
- 图表 中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进出口主要来源地及出口目的地
- 图表 中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料进出口省市分析
- 图表 2008-2009年贵州茅台酒股份有限公司成长性分析
- 图表 2008-2009年贵州茅台酒股份有限公司财务能力分析
- 图表 2008-2009年贵州茅台酒股份有限公司经营效率分析
- 图表 2008-2009年贵州茅台酒股份有限公司偿债能力分析
- 图表 2008-2009年贵州茅台酒股份有限公司现金流量分析表
- 图表 2008-2009年贵州茅台酒股份有限公司经营能力分析
- 图表 2008-2009年贵州茅台酒股份有限公司盈利能力分析
- 图表 2008-2009年宜宾五粮液股份有限公司成长性分析
- 图表 2008-2009年宜宾五粮液股份有限公司财务能力分析
- 图表 2008-2009年宜宾五粮液股份有限公司经营效率分析
- 图表 2008-2009年宜宾五粮液股份有限公司偿债能力分析

- 图表 2008-2009年宜宾五粮液股份有限公司现金流量分析表
- 图表 2008-2009年宜宾五粮液股份有限公司经营能力分析
- 图表 2008-2009年宜宾五粮液股份有限公司盈利能力分析
- 图表 2008-2009年泸州老窖股份有限公司成长性分析
- 图表 2008-2009年泸州老窖股份有限公司财务能力分析
- 图表 2008-2009年泸州老窖股份有限公司经营效率分析
- 图表 2008-2009年泸州老窖股份有限公司偿债能力分析
- 图表 2008-2009年泸州老窖股份有限公司现金流量分析表
- 图表 2008-2009年泸州老窖股份有限公司经营能力分析
- 图表 2008-2009年泸州老窖股份有限公司盈利能力分析
- 图表 2008-2009年烟台张裕葡萄酒股份有限公司成长性分析
- 图表 2008-2009年烟台张裕葡萄酒股份有限公司财务能力分析
- 图表 2008-2009年烟台张裕葡萄酒股份有限公司经营效率分析
- 图表 2008-2009年烟台张裕葡萄酒股份有限公司偿债能力分析
- 图表 2008-2009年烟台张裕葡萄酒股份有限公司现金流量分析表
- 图表 2008-2009年烟台张裕葡萄酒股份有限公司经营能力分析
- 图表 2008-2009年烟台张裕葡萄酒股份有限公司盈利能力分析
- 图表 2008-2009年通化葡萄酒股份有限公司成长性分析
- 图表 2008-2009年通化葡萄酒股份有限公司财务能力分析
- 图表 2008-2009年通化葡萄酒股份有限公司经营效率分析
- 图表 2008-2009年通化葡萄酒股份有限公司偿债能力分析
- 图表 2008-2009年通化葡萄酒股份有限公司现金流量分析表
- 图表 2008-2009年通化葡萄酒股份有限公司经营能力分析
- 图表 2008-2009年通化葡萄酒股份有限公司盈利能力分析
- 图表 略。。。。。。。。。。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qitanlmy/8294882948.html>