

# 2010-2014年中国酒类奢侈品行业市场调查及投资 前景预测分析报告

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2010-2014年中国酒类奢侈品行业市场调查及投资前景预测分析报告》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/jiulei/8309983099.html>

报告价格：电子版: 6800元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 7200

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

酒的化学成分是乙醇，一般含有微量的杂醇和酯类物质，食用白酒的浓度在60度（即60%）以下，白酒经分馏提纯至75%以上为医用酒精，提纯到99.5%以上为无水乙醇。酒是以粮食为原料经发酵酿造而成的。我国是最早酿酒的国家，早在2000年前就发明了酿酒技术，并不断改进和完善，现在已发展到能生产各种浓度、各种香型、各种含酒的饮料，并为工业、医疗卫生和科学试验制取出浓度为95%以上的医用酒精和99.99%的无水乙醇。由于酒的盛行，犯罪率急剧上升。喝酒让人容易麻痹，不清醒从而进行失去理智的行为。

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，对我国酒行业的供给与需求状况、市场格局与分布、部分地区酒市场的发展状况、酒消费态势等进行了分析。报告重点分析了我国酒市场的竞争状况、行业发展形势与企业的发展对策，还对酒未来发展趋势进行了研判，是酒生产企业、经营企业、科研机构等单位准确了解目前酒行业发展动态，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、2010年中国宏观经济发展预测分析

##### 第二节 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

##### 第三节 2009-2010年中国奢侈品产业社会环境分析

#### 第二章 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 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 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

### 第八章 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 烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司

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

第九章 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

第十一章 2010-2014年中国酒类奢侈品行业投资机遇与投资风险分析

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 中国酒类奢侈品行业发展建议及投资策略分析

图表目录（部分）：

图表 2005-2009年国内生产总值

图表 2005-2009年居民消费价格涨跌幅度

图表 2009年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表 2005-2009年年末国家外汇储备

图表 2005-2009年财政收入

图表 2005-2009年全社会固定资产投资

图表 2009年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表 2009年固定资产投资新增主要生产能力



- 图表 2009年房地产开发和销售主要指标完成情况
- 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.....

更多图表详见正文.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiulei/8309983099.html>