

2021-2027年中国酒类奢侈品行业发展态势与战略咨询报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2021-2027年中国酒类奢侈品行业发展态势与战略咨询报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202102/204240.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

中企顾问网发布的《2021-2027年中国酒类奢侈品行业发展态势与战略咨询报告》共十二章。首先介绍了酒类奢侈品相关概念及发展环境，接着分析了中国酒类奢侈品规模及消费需求，然后对中国酒类奢侈品市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国酒类奢侈品面临的机遇及发展前景。您若想对中国酒类奢侈品有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，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。

报告目录：

第一章 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 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 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 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 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 2019年中国酒类奢侈品产业运行环境分析

第一节 2019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 2019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 2019年中国奢侈品产业社会环境分析

第三章 2019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 2019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 2019年中国高端酒营销存在的问题及对策分析

第四章 2019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 2019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、白酒消费税新规引发高档白酒价格上浮

第三节 2021-2027年中国高端白酒市场预测分析

第五章 2019年中国高档葡萄酒市场运行动态分析

第一节 2019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、中外葡萄酒对决高端葡萄酒市场

四、期酒搅热国内高端葡萄酒市场

五、中国高端葡萄酒商业模式的创新

第二节 2019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 2016-2019年中国酒的制造所属行业规模以上企业经济运行数据监测

第一节 2016-2019年（按季度更新）中国酒的制造所属行业数据监测回顾

- 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 2016-2019年（按季度更新）中国酒的制造所属行业投资价值测算

- 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 2016-2019年（按季度更新）中国酒的制造所属行业产销率调查

- 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 2016-2019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 2016-2019年中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料所属行业进出口数据统计

第一节 2016-2019年中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料所属行业出口统计

第二节 2016-2019年中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料所属行业进口统计

第三节 2016-2019年中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料所属行业进出口价格对比

第四节 中国浓度 < 80%的未改性乙醇；蒸馏酒等酒精饮料所属行业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；蒸馏酒等酒精饮料所属行业进出口省市分析

第八章 2019年中国酒类奢侈品行业市场营销策略分析

第一节 2019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 2019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 2019年酒类奢侈品市场营销案例借鉴

第九章 2019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、公司成长性分析
- 三、公司财务能力分析
- 四、公司偿债能力分析

第二节 宜宾五粮液股份有限公司

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

第三节 泸州老窖股份有限公司

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

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、公司成长性分析

三、公司财务能力分析

四、公司偿债能力分析

第五节 通化葡萄酒股份有限公司

一、公司基本情况概述

二、公司成长性分析

三、公司财务能力分析

四、公司偿债能力分析

第十章 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 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 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 我国酿酒行业发展存在的问题与对策分析

第十一章 2021-2027年中国酒类奢侈品行业发展趋势展望分析

第一节 2021-2027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 2021-2027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 2021-2027年中国酒类奢侈品行业市场盈利能力预测分析

第十二章 2021-2027年中国酒类奢侈品行业投资机遇与热点分析

第一节 2021-2027年中国酒类奢侈品行业投资机遇

第二节 2021-2027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 投资建议

图表目录：

图表 2016-2019年中国酒的制造行业企业数量增长趋势图

图表 2016-2019年中国酒的制造行业亏损企业数量及亏损面积

图表 2016-2019年中国酒的制造行业总体销售额增长趋势图

图表 2016-2019年中国酒的制造行业总体利润总额增长

图表 2016-2019年中国酒的制造行业总体从业人数分析

图表 2016-2019年中国酒的制造行业投资资产增长性分析

图表 2016-2019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 2016-2019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 2016-2019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

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202102/204240.html>