

2009-2012年高端礼品酒行业竞争格局与投资战略研究咨询报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2009-2012年高端礼品酒行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》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.abaogao.com/b/qitashipin/668477IDI7.html>

报告价格：纸质版：6000元 电子版：7000元 纸质+电子版：8000元

智研数据研究中心

订购电话： 400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真： 010-60343813

Email： sales@abaogao.com

联系人： 刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

[b]2009-2012年高端礼品酒行业竞争格局与投资战略研究咨询报告 内容介绍：[/b]

我国高端白酒是在近10多年来兴起的，由于高端白酒诞生的时间较短，目前高端白酒的消费人群并不多，销售份额在整个白酒市场中占比也不太多。但是，由于白酒行业的发展增速较快，高端白酒的消费增速也逐步加快。近几年，高端白酒消费的主力市场已经形成。从2006年起，高端白酒销量占整个白酒行业的1.2%左右，销售收入约占白酒行业总数的15%以上。其中，贵州茅台和五粮液所占市场份额最大。目前，中国白酒产量近年来平均每年下降50万千升左右，平均降幅约为7.5%，但高端白酒的年消费总量却每年保持15%的增长幅度。白酒行业的强势表现为高端白酒的发展提供了保障。2009年6月，不断有以茅台为代表的高端白酒提价的消息传出。进入三季度，白酒价格会出现季节性的上涨。在金融危机下，高端白酒的提价或将导致行业出现洗牌局面。2009年以来，高端白酒通过“控量保价”的措施，取得了不错的产销状态。但是由于金融危机的影响，高端白酒也面临不少困难。早前，白酒企业就纷纷通过进军中低端白酒来稳定市场。所以，不排除此次茅台提价或是旺季来临大经销商控货的表现。而进入三季度，白酒将迎来销售旺季，但是从厂家到大经销商最后到终端市场，提价需要有一段时间。从目前的情况来看，随着旺季的到来，茅台提价也是理所当然。另外，茅台提价也将引发其他高端白酒品牌提价。目前，我国高端白酒企业相对来说比较集中，以茅台、五粮液、剑兰春、泸州老窖、水井坊等为主的白酒企业控制了白酒高端市场的绝大多数市场份额。如果茅台涨价，那么其他的高端白酒品牌肯定也会涨价。在我国，高端白酒不止是体现在口味上，也还体现在价格上。从一定程度上来说，如果高端白酒集团出现提价的话，将导致高端白酒行业的格局出现洗牌。一些大而强的品牌会更加突出，而一些实力较弱的品牌将会退居二线。

金融危机对中国的影响有一个滞后效应，因此，2009年中国葡萄酒业将受到较大冲击，而高端品牌会承受更大市场压力。在经济调整期，葡萄酒消费会受到一定的抑制，但不会对消费结构及其趋势产生大的影响。尽管葡萄酒饮酒习惯在新生代中正逐步形成，但我国葡萄酒中长期仍将以为中、高端收入人群为主力消费群体，他们目前对葡萄酒的认知和接受程度远高于普通大众消费群体。因此，高端品牌将受益于居民财富效应的提升和中产阶级比例的扩大。尽管前景广阔，但国内尚未有成熟的葡萄酒交易平台，贸然投资仍然风险巨大。而且，对高端酒来说，最大的增值空间仍然在于时间，时间越长的葡萄酒的增值空间越大，但是购买之后的专业保存条件，并非任何人都能够承担。在政府公布金融危机之前，高端葡萄酒已经明显下滑。金融局势对葡萄酒行业的影响也是必然的，尤其是高端葡萄酒，预计下滑了40%-50%。但同时也有个有趣的现象，就是性价比高的葡萄酒受到消费者的追捧。从刚闭

幕的广州国际名酒展上的热烈气氛不难看出，来自世界20多个国家的葡萄酒商看中了中国巨大的消费市场，同时试图通过人民币较为坚挺，出口风险更低的中国市场来减弱金融危机的冲击。而在现场，不乏比国产酒价格更低的原产国进口酒。这也不难看出外国酒商对中国的促销力度正在加大。实际上，尽管中国不是全球最大的葡萄酒消费市场，但绝对是最牢固的市场。进口酒和国产酒实际上是形成互补。中国作为全球葡萄酒增长率最高的市场，已连续3年增长率达到15%以上，成为全球葡萄酒大国的战略市场，加上金融危机的影响，自然也吸引了世界各地的酒商。一直到2010年，中国葡萄酒产量每年都将保持平均15%左右的增长速度。并且在总体上，行业的发展将不断增加葡萄酒的销量和普及率，预计市场份额也将保持15%的同步增长速度。同时，国产红酒通过不断提高产品品质档次、提升品牌形象，逐步向国际品牌看齐。不过，从整体酒类市场看，由于进入时间短、价格高等原因，红酒的市场份额目前还远远不如白酒、啤酒。

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、国务院发展研究中心、中国酿酒工业协会、中国轻工业协会、中国经济景气监测中心、国内外相关刊物的基础信息以及各省市相关统计单位等公布和提供的大量资料。报告对中国高端礼品酒行业发展概述[/**b**]

第一节 高端礼品酒的定义及分类

- 一、高端礼品酒的定义
- 二、高端礼品酒的分类
- 三、高端礼品酒的特性

第二节 高端礼品酒产业链分析

- 一、市场特点
- 二、行业经济特性
- 三、产业链结构分析

第三节 高端礼品酒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对比
- 三、行业及其主要子行业成熟度分析

[b]第二章 世界高端礼品酒市场发展分析[/**b**]

第一节 2008年世界高端礼品酒市场分析

- 一、2008年世界高端礼品酒市场回顾
- 二、2008年世界高端礼品酒市场环境
- 三、2008年全球高端礼品酒销售分析

四、2008年世界高端礼品酒市场规模

第二节 2009年世界高端礼品酒市场分析

一、2009年全球高端礼品酒需求分析

二、2009年世界高端礼品酒市场规模

三、2009年全球高端礼品酒品牌分析

四、2009年中外高端礼品酒市场对比

第三节 主要国家地区高端礼品酒市场分析

一、2008-2009年美国高端礼品酒市场调研市场分析

二、2008-2009年欧洲高端礼品酒市场分析

三、2008-2009年亚洲高端礼品酒市场分析

四、2008-2009年日本高端礼品酒市场分析

五、2008-2009年其他地区高端礼品酒市场

[b]第三章 中国高端礼品酒行业经济运行分析[/b]

第一节 2008-2009年高端礼品酒产量分析

一、2008年高端礼品酒产量分析

二、2009年1-5月高端礼品酒产量分析

第二节 2008-2009年高端礼品酒行业主要经济指标分析

一、销售收入前十家企业分析

二、2008年高端礼品酒行业主要经济指标分析

三、2009年1-5月高端礼品酒行业主要经济指标分析

第三节 2008-2009年中国高端礼品酒发展强劲的原因剖析

一、消费升级注入高端白酒持续动力

二、龙头企业具备品牌号召力

三、定价权优势是核心竞争力

四、抗通胀能力最强

第四节 2008-2009年中国高端白酒发展的问题及策略

一、高端白酒存在的主要问题

二、高端白酒发展中应注意的问题

三、高端白酒旺季实现赢利性增长的对策

四、高端白酒品牌的发展策略

[b]第九章 2008-2009年中国葡萄酒高端行业竞争格局分析[/b]

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 中国高端礼品酒行业发展趋势分析[/b]

第一节 中国高端礼品酒发展机遇分析

三、2009年高端礼品酒的发展机遇分析

四、金融危机对高端礼品酒行业的影响分析

第二节 2009-2012年中国高端礼品酒行业的影响

[b]第十八章 未来高端礼品酒行业发展预测[/b]

第一节 未来高端礼品酒需求与消费预测

一、2009-2012年高端礼品酒产品消费预测

二、2009-2012年高端礼品酒市场规模预测

三、2009-2012年高端礼品酒行业总产值预测

四、2009-2012年高端礼品酒行业销售收入预测

五、2009-2012年高端礼品酒行业总资产预测

第二节 2009-2012年中国高端礼品酒行业投资现状分析[/b]

第一节 2008年高端礼品酒行业投资情况分析

一、2008年总体投资及结构

二、2008年投资规模情况

三、2008年投资增速情况

四、2008年分行业投资分析

五、2008年分地区投资分析

六、2008年外商投资情况

第二节 2009年1-5月高端礼品酒行业投资情况分析

一、2009年1-5月总体投资及结构

二、2009年1-5月投资规模情况

三、2009年1-5月投资增速情况

四、2009年1-5月分行业投资分析

五、2009年1-5月分地区投资分析

六、2009年1-5月外商投资情况

[b]第二十章 高端礼品酒行业投资环境分析[/b]

第一节 经济发展环境分析

一、2008-2009年我国宏观经济运行情况

二、2009-2012年我国宏观经济形势分析

三、2009-2012年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

一、2009年高端礼品酒行业政策环境分析

二、2009年国内宏观政策对其影响

三、2009年行业产业政策对其影响

第三节 技术发展环境分析

一、国内高端礼品酒技术现状

二、2009年高端礼品酒技术发展分析

三、2009-2012年高端礼品酒技术发展趋势分析

第四节 社会发展环境分析

一、国内社会环境发展现状

二、2009年社会环境发展分析

三、2009-2012年社会环境对行业的影响分析

[b]第二十一章 高端礼品酒行业投资机会与风险[/b]

第一节 行业活力系数比较及分析

一、2009年相关产业活力系数比较

二、2007-2008行业活力系数分析

第二节 行业投资收益率比较及分析

一、2009年相关产业投资收益率比较

二、2007-2008行业投资收益率分析

第三节 高端礼品酒行业投资效益分析

一、2008-2009年高端礼品酒行业投资状况分析

二、2009-2012年高端礼品酒行业投资效益分析

三、2009-2012年高端礼品酒行业投资趋势预测

四、2009-2012年高端礼品酒行业的投资方向

五、2009-2012年高端礼品酒行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第四节 影响高端礼品酒行业发展的主要因素

一、2009-2012年影响高端礼品酒行业运行的有利因素分析

二、2009-2012年影响高端礼品酒行业运行的稳定因素分析

三、2009-2012年影响高端礼品酒行业运行的不利因素分析

四、2009-2012年中国高端礼品酒行业投资战略研究[/b]

第一节 高端礼品酒行业发展战略研究

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 对我国高端礼品酒品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、高端礼品酒实施品牌战略的意义

三、高端礼品酒企业品牌的现状分析

四、我国高端礼品酒企业的品牌战略

五、高端礼品酒品牌战略管理的策略

第三节 高端礼品酒行业投资战略研究

一、2009年酿酒行业投资战略

二、2009年高端礼品酒行业投资战略

三、2009-2012年高端礼品酒行业投资战略

四、2009-2012年细分行业投资战略

第四节 中国高端礼品酒企业投资建议

一、产品创新建议

二、营销手法创新建议

三、渠道创新建议

[b]图表目录[/b]

图表：高端礼品酒产业链分析

图表：国外高端礼品酒市场规模

图表：2006-2008年高端礼品酒重要数据指标比较

图表：2003-2008年中国高端礼品酒发展能力分析

图表：2008-2009年中国高端礼品酒竞争力分析

图表：2009-2012年中国高端礼品酒产能预测

图表：2009-2012年中国高端礼品酒消费量预测

图表：2009-2012年中国高端礼品酒发展前景预测

图表：2008年1-12月白酒、葡萄酒、保健酒产量全国合计

图表：2008年1-12月白酒、葡萄酒、保健酒产量北京市合计

图表：2008年1-12月白酒、葡萄酒、保健酒产量天津市合计

图表：2008年1-12月白酒、葡萄酒、保健酒产量河北省合计

图表：2008年1-12月白酒、葡萄酒、保健酒产量山西省合计

图表：2008年1-12月白酒、葡萄酒、保健酒产量辽宁省合计

图表：2008年1-12月白酒、葡萄酒、保健酒产量吉林省合计

图表：2008年1-12月白酒、葡萄酒、保健酒产量黑龙江合计

图表：2008年1-12月白酒、葡萄酒、保健酒产量上海市合计

图表：2008年1-12月白酒、葡萄酒、保健酒产量江苏省合计

图表：2008年1-12月白酒、葡萄酒、保健酒产量浙江省合计

图表：2008年1-12月白酒、葡萄酒、保健酒产量安徽省合计

图表：2008年1-12月白酒、葡萄酒、保健酒产量福建省合计

图表：2008年1-12月白酒、葡萄酒、保健酒产量江西省合计

图表：2008年1-12月白酒、葡萄酒、保健酒产量山东省合计

图表：2008年1-12月白酒、葡萄酒、保健酒产量河南省合计

图表：2008年1-12月白酒、葡萄酒、保健酒产量湖北省合计

图表：2008年1-12月白酒、葡萄酒、保健酒产量湖南省合计

图表：2008年1-12月白酒、葡萄酒、保健酒产量广东省合计

图表：2008年1-12月白酒、葡萄酒、保健酒产量广西区合计

图表：2008年1-12月白酒、葡萄酒、保健酒产量海南省合计

图表：2008年1-12月白酒、葡萄酒、保健酒产量重庆市合计

图表：2008年1-12月白酒、葡萄酒、保健酒产量四川省合计

图表：2008年1-12月白酒、葡萄酒、保健酒产量贵州省合计

图表：2008年1-12月白酒、葡萄酒、保健酒产量云南省合计

图表：2008年1-12月白酒、葡萄酒、保健酒产量陕西省合计

图表：2008年1-12月白酒、葡萄酒、保健酒产量甘肃省合计

图表：2008年1-12月白酒、葡萄酒、保健酒产量新疆区合计

图表：2008年1-12月白酒、葡萄酒、保健酒产量内蒙古合计

图表：2009年1-5月白酒、葡萄酒、保健酒产量全国合计

图表：2009年1-5月白酒、葡萄酒、保健酒产量北京市合计

图表：2009年1-5月白酒、葡萄酒、保健酒产量天津市合计

图表：2009年1-5月白酒、葡萄酒、保健酒产量河北省合计

图表：2009年1-5月白酒、葡萄酒、保健酒产量山西省合计

图表：2009年1-5月白酒、葡萄酒、保健酒产量辽宁省合计

图表：2009年1-5月白酒、葡萄酒、保健酒产量吉林省合计

图表：2009年1-5月白酒、葡萄酒、保健酒产量黑龙江合计

图表：2009年1-5月白酒、葡萄酒、保健酒产量上海市合计

图表：2009年1-5月白酒、葡萄酒、保健酒产量江苏省合计

图表：2009年1-5月白酒、葡萄酒、保健酒产量浙江省合计

图表：2009年1-5月白酒、葡萄酒、保健酒产量安徽省合计

图表：2009年1-5月白酒、葡萄酒、保健酒产量福建省合计

图表：2009年1-5月白酒、葡萄酒、保健酒产量江西省合计

图表：2009年1-5月白酒、葡萄酒、保健酒产量山东省合计

图表：2009年1-5月白酒、葡萄酒、保健酒产量河南省合计

图表：2009年1-5月白酒、葡萄酒、保健酒产量湖北省合计

图表：2009年1-5月白酒、葡萄酒、保健酒产量湖南省合计

图表：2009年1-5月白酒、葡萄酒、保健酒产量广东省合计

图表：2009年1-5月白酒、葡萄酒、保健酒产量广西区合计

图表：2009年1-5月白酒、葡萄酒、保健酒产量海南省合计

图表：2009年1-5月白酒、葡萄酒、保健酒产量重庆市合计

图表：2009年1-5月白酒、葡萄酒、保健酒产量四川省合计

图表：2009年1-5月白酒、葡萄酒、保健酒产量贵州省合计

图表：2009年1-5月白酒、葡萄酒、保健酒产量云南省合计

图表：2009年1-5月白酒、葡萄酒、保健酒产量陕西省合计

图表：2009年1-5月白酒、葡萄酒、保健酒产量甘肃省合计

图表：2009年1-5月白酒、葡萄酒、保健酒产量新疆区合计

图表：2009年1-5月白酒、葡萄酒、保健酒产量内蒙古合计

图表：2008年1-12月酿酒行业经济指标全国合计

图表：2008年1-12月酿酒行业经济指标北京市合计

图表：2008年1-12月酿酒行业经济指标天津市合计

图表：2008年1-12月酿酒行业经济指标河北省合计

图表：2008年1-12月酿酒行业经济指标山西省合计

图表：2008年1-12月酿酒行业经济指标内蒙古合计

图表：2008年1-12月酿酒行业经济指标辽宁省合计

图表：2008年1-12月酿酒行业经济指标吉林省合计

图表：2008年1-12月酿酒行业经济指标黑龙江合计

图表：2008年1-12月酿酒行业经济指标上海市合计

图表：2008年1-12月酿酒行业经济指标江苏省合计

图表：2008年1-12月酿酒行业经济指标浙江省合计

图表：2008年1-12月酿酒行业经济指标安徽省合计

图表：2008年1-12月酿酒行业经济指标福建省合计

图表：2008年1-12月酿酒行业经济指标江西省合计

图表：2008年1-12月酿酒行业经济指标山东省合计

图表：2008年1-12月酿酒行业经济指标河南省合计

图表：2008年1-12月酿酒行业经济指标湖北省合计

图表：2008年1-12月酿酒行业经济指标湖南省合计

图表：2008年1-12月酿酒行业经济指标广东省合计

图表：2008年1-12月酿酒行业经济指标广西区合计

图表：2008年1-12月酿酒行业经济指标海南省合计

图表：2008年1-12月酿酒行业经济指标重庆市合计

图表：2008年1-12月酿酒行业经济指标四川省合计

图表：2008年1-12月酿酒行业经济指标贵州省合计

图表：2008年1-12月酿酒行业经济指标云南省合计

图表：2008年1-12月酿酒行业经济指标陕西省合计

图表：2008年1-12月酿酒行业经济指标甘肃省合计

图表：2008年1-12月酿酒行业经济指标青海省合计

图表：2008年1-12月酿酒行业经济指标宁夏区合计

图表：2008年1-12月酿酒行业经济指标新疆区合计

图表：2009年1-5月酿酒行业经济指标全国合计

图表：2009年1-5月酿酒行业经济指标北京市合计

图表：2009年1-5月酿酒行业经济指标天津市合计

图表：2009年1-5月酿酒行业经济指标河北省合计

图表：2009年1-5月酿酒行业经济指标山西省合计

图表：2009年1-5月酿酒行业经济指标内蒙古合计

图表：2009年1-5月酿酒行业经济指标辽宁省合计

图表：2009年1-5月酿酒行业经济指标吉林省合计

图表：2009年1-5月酿酒行业经济指标黑龙江合计

图表：2009年1-5月酿酒行业经济指标上海市合计

图表：2009年1-5月酿酒行业经济指标江苏省合计

图表：2009年1-5月酿酒行业经济指标浙江省合计

图表：2009年1-5月酿酒行业经济指标安徽省合计

图表：2009年1-5月酿酒行业经济指标福建省合计

图表：2009年1-5月酿酒行业经济指标江西省合计

图表：2009年1-5月酿酒行业经济指标山东省合计

图表：2009年1-5月酿酒行业经济指标河南省合计

图表：2009年1-5月酿酒行业经济指标湖北省合计

图表：2009年1-5月酿酒行业经济指标湖南省合计

图表：2009年1-5月酿酒行业经济指标广东省合计

图表：2009年1-5月酿酒行业经济指标广西区合计

图表：2009年1-5月酿酒行业经济指标海南省合计

图表：2009年1-5月酿酒行业经济指标重庆市合计

图表：2009年1-5月酿酒行业经济指标四川省合计

图表：2009年1-5月酿酒行业经济指标贵州省合计

图表：2009年1-5月酿酒行业经济指标云南省合计

图表：2009年1-5月酿酒行业经济指标陕西省合计

图表：2009年1-5月酿酒行业经济指标甘肃省合计

图表：2009年1-5月酿酒行业经济指标青海省合计

图表：2009年1-5月酿酒行业经济指标宁夏区合计

图表：2009年1-5月酿酒行业经济指标新疆区合计

图表：2008年1-12月白酒、葡萄酒、保健酒进口数据

图表：2008年1季度白酒、葡萄酒、保健酒进口数据

图表：2008年1月白酒、葡萄酒、保健酒进口数据

图表：2008年2月白酒、葡萄酒、保健酒进口数据

图表：2008年3月白酒、葡萄酒、保健酒进口数据

图表：2008年2季度白酒、葡萄酒、保健酒进口数据

图表：2008年4月白酒、葡萄酒、保健酒进口数据

图表：2008年5月白酒、葡萄酒、保健酒进口数据

图表：2008年6月白酒、葡萄酒、保健酒进口数据

图表：2008年3季度白酒、葡萄酒、保健酒进口数据

图表：2008年7月白酒、葡萄酒、保健酒进口数据

图表：2008年8月白酒、葡萄酒、保健酒进口数据

图表：2008年9月白酒、葡萄酒、保健酒进口数据

图表：2008年4季度白酒、葡萄酒、保健酒进口数据

图表：2008年10月白酒、葡萄酒、保健酒进口数据

图表：2008年11月白酒、葡萄酒、保健酒进口数据

图表：2008年12月白酒、葡萄酒、保健酒进口数据

图表：2008年1-12月白酒、葡萄酒、保健酒出口数据

图表：2008年1季度白酒、葡萄酒、保健酒出口数据

图表：2008年1月白酒、葡萄酒、保健酒出口数据

图表：2008年2月白酒、葡萄酒、保健酒出口数据

图表：2008年3月白酒、葡萄酒、保健酒出口数据

图表：2008年2季度白酒、葡萄酒、保健酒出口数据

图表：2008年4月白酒、葡萄酒、保健酒出口数据

图表：2008年5月白酒、葡萄酒、保健酒出口数据

图表：2008年6月白酒、葡萄酒、保健酒出口数据

图表：2008年3季度白酒、葡萄酒、保健酒出口数据

图表：2008年7月白酒、葡萄酒、保健酒出口数据

图表：2008年8月白酒、葡萄酒、保健酒出口数据

图表：2008年9月白酒、葡萄酒、保健酒出口数据

图表：2008年4季度白酒、葡萄酒、保健酒出口数据

图表：2008年10月白酒、葡萄酒、保健酒出口数据

图表：2008年11月白酒、葡萄酒、保健酒出口数据

图表：2008年12月白酒、葡萄酒、保健酒出口数据

图表：2009年1-5月白酒、葡萄酒、保健酒进口数据

图表：2009年1季度白酒、葡萄酒、保健酒进口数据

图表：2009年1月白酒、葡萄酒、保健酒进口数据

图表：2009年2月白酒、葡萄酒、保健酒进口数据

图表：2009年3月白酒、葡萄酒、保健酒进口数据

图表：2009年2季度白酒、葡萄酒、保健酒进口数据

图表：2009年4月白酒、葡萄酒、保健酒进口数据

图表：2009年5月白酒、葡萄酒、保健酒进口数据

图表：2009年1-5月白酒、葡萄酒、保健酒出口数据

图表：2009年1季度白酒、葡萄酒、保健酒出口数据

图表：2009年1月白酒、葡萄酒、保健酒出口数据

图表：2009年2月白酒、葡萄酒、保健酒出口数据

图表：2009年3月白酒、葡萄酒、保健酒出口数据

图表：2009年2季度白酒、葡萄酒、保健酒出口数据

图表：2009年4月白酒、葡萄酒、保健酒出口数据

图表：2009年5月白酒、葡萄酒、保健酒出口数据

图表：高端礼品酒市场调查对象情况分析

图表：高端礼品酒消费者消费习惯调查

图表：消费者对高端礼品酒产品价格认同情况调查分析

图表：消费者购买渠道情况调查分析

图表：高端礼品酒消费者品牌状况调查分析

图表：2008-2009年中国消费者高端礼品酒品牌构成

图表：高端礼品酒消费者性别比例

图表：高端礼品酒消费者年龄分布

图表：高端礼品酒消费者购买频率分析

图表：高端礼品酒消费者购买高端礼品酒的规格

图表：高端礼品酒消费者购买高端礼品酒消费金额

图表：消费者高端礼品酒功能关注度调查分析

图表：影响消费者购买的因素调查分析

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qitashipin/668477IDI7.html>