

2009年中国白酒行业市场分析及 投资前景展望报告

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

《2009年中国白酒行业市场分析及投资前景展望报告》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/200812/9400.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

第一章 2008年中国白酒市场运营环境解析

一、2008年中国经济发展环境分析

- (一) 2008年前三季度经济运行情况
- (二) 全球金融危机对中国产业格局影响
- (三) 中国应对金融危机的措施

二、2008年中国白酒市场政策环境分析

- (一) 蒸馏酒及配制酒卫生标准
- (二) 黄酒生产许可证审查细则
- (三) 酒类流通管理办法

三、2008年中国白酒市场社会环境分析

- (一) 居民消费
- (二) 消费观念
- (三) 制酒工艺历史悠久

第二章 2008年全球白酒行业市场发展概况

一、2008年全球白酒行业发展概况

- (一) 全球白酒加工总体规模
- (二) 全球白酒加工企业分布
- (三) 全球白酒加工行业现状分析

二、2008年全球白酒行业市场运营情况分析

- (一) 全球白酒市场供给情况
- (二) 全球白酒市场需求情况
- (三) 全球白酒市场供需平衡情况
- (四) 全球白酒市场价格走势

三、2008年全球主要国家白酒市场运行情况分析

- (一) 美国
- (二) 法国
- (三) 德国
- (四) 英国

第三章 2008年中国白酒产业加工工艺探究

一、生物工程技术的研究分析

（一）窖泥微生物研究

（二）酱香功能菌的研究

二、酿酒发酵机理的研究

三、白酒香味成分剖析

四、生产工艺的改革与创新

（一）麴曲酱香白酒工艺创新

（二）复式发酵

（三）分层发酵

（四）夹泥发酵

（五）汾酒发酵的最高品温控制

（六）将先进的纳米技术引入白酒行业

第四章 2008年中国白酒行业市场发展现状综述

一、2008年中国白酒运行现状分析

（一）白酒市场总体概况

（二）中国白酒行业发展特点分析

（三）中国加快白酒行业产业结构调整

二、2008年中国白酒市场运营状况

（一）中国白酒市场供给情况

（二）中国白酒市场需求情况

（三）中国白酒市场进出口情况

三、2008年中国白酒行业循环发展的关键

四、白酒须理性对待其发展

五、2008年中国白酒市场营销态势探析

第五章 2008年中国白酒替代品市场市场运营情况分析

一、葡萄酒

（一）宏观经济对中国葡萄酒业的影响研究

（二）国内葡萄酒行业的发展回顾

（三）葡萄酒行业的发展热点分析

（四）葡萄酒业的焦点回顾

- (五) 中国执行葡萄酒新国标
- (六) 中国葡萄酒产业的发展趋势分析

二、黄酒

- (一) 黄酒的概述
- (二) 2008年中国黄酒业指数攀升
- (三) 消费升级点燃中国黄酒发展引擎
- (四) 黄酒行业走出低迷困境的对策
- (五) 高档黄酒在政策支持下市场增长空间大

三、啤酒

- (一) 中国啤酒产销量连续4年处于全球首位
- (二) 中国啤酒业发展机遇与挑战分析
- (三) 国内啤酒产业面临原材料涨价的压力
- (四) 未来中国啤酒行业发展趋势预测
- (五) 中国啤酒业的营销模式以及发展前景

五、保健酒

- (一) 国内保健酒业的发展现况
- (二) 中国保健酒行业存在的五大软肋
- (三) 中国保健酒行业发展的误区

第六章 2008年中国白酒行业市场消费者深度调查分析

一、2008年中国白酒市场消费者概况调查分析

- (一) 消费者饮用白酒行为习惯的调查
- (二) 消费者收入情况与白酒消费的关联调查以及国内分地区购买力情况
- (三) 消费者年龄层次分析

二、2008年中国白酒市场消费者偏好及消费意识调查

- (一) 消费者最喜欢饮用的白酒品牌分析
- (二) 消费者对白酒的关心程度分析
- (三) 消费者对白酒香味偏好分析
- (四) 消费者购买白酒考虑的因素分析
- (五) 消费者购买白酒的场所分布

三、2008年中国消费者购买白酒价位调查分析

四、2008年中国消费者购买白酒的度数调查分析

五、2008年影响中国消费者购买白酒因素调查分析

- (一) 价格因素
- (二) 安全因素
- (三) 购买方便因素
- (四) 广告因素

第七章 2008年中国白酒行业市场竞争态势透析

一、中国白酒行业竞争现状分析

二、中国白酒行业集中度分析

- (一) 企业集中度分析
- (二) 区域集中度分析

三、中国白酒市场关注度分析

四、中国白酒价值链分析

五、中国主要白酒市场竞争分析

- (一) 高端酒品
- (二) 浓香型酒品
- (三) 清香型白
- (四) 其他香型白酒

第八章 全球品牌酒企分析

一、BACARDI

- (一) 产品介绍
- (二) 品牌营销策略

二、SMIRNOFF

- (一) 产品介绍
- (二) 品牌营销策略

三、ABSOLUT

- (一) 产品介绍
- (二) 品牌营销策略

四、JOHNNIEWALKER

- (一) 产品介绍
- (二) 品牌营销策略

五、RICARD

（一）产品介绍

（二）品牌营销策略

六、美国威士忌

（一）产品介绍

（二）品牌营销策略

七、MoetChandon

（一）产品介绍

（二）品牌营销策略

八、人头马

（一）产品介绍

（二）品牌营销策略

第九章 中国白酒行业重点企业分析

一、五粮液

（一）公司概况

（二）公司经营状况分析

（三）公司发展战略分析

二、贵州茅台股份有限公司

（一）公司概况

（二）公司经营状况分析

（三）公司发展战略分析

三、泸州老窖股份有限公司

（一）公司概况

（二）公司经营状况分析

（三）公司发展战略分析

四、安徽古井贡酒股份有限公司

（一）公司概况

（二）公司经营状况分析

（三）公司发展战略分析

五、张裕

（一）公司概况

(二) 公司经营状况分析

(三) 公司发展战略分析

第十章 2008年中国白酒包装现状与发展策略分析

一、2008年中国白酒包装现状分析

(一) 白酒包装现状

(二) 浅谈白酒包装设计现状

(三) 白酒包装的理性回归

(四) 国内白酒包装的设计存在局限性

二、2008年中国白酒包装发展策略

(一) 白酒包装如何提高竞争力

(二) 白酒包装需要推陈出新

(三) 白酒包装如何打出品牌

(四) 白酒包装需要推陈出新

三、2009-2012年中国白酒包装发展趋势

(一) 白酒包装应着眼实用

(二) 追求高档化

(三) 崇尚个性化

(四) 包装材料的变化

(五) 包装色调上的变化

第十一章 2009-2012年中国白酒行业发展及投资前景分析

一、2009-2012年中国白酒行业发展趋势

(一) 白酒产品市场将高度细分

(二) 外产业高素质人才加速向白酒流动

(三) 销售渠道更细化白酒促销更创新化

(四) 白酒文化将走时尚化

(五) 白酒经销商将建立白酒运营平台

二、2009-2012年中国白酒行业市场运营能力预测

(一) 中国白酒供给能力预测

(二) 中国白酒需求能力预测

三、2009-2012年中国白酒行业投资分析

- (一) 中国白酒行业投资环境分析
- (二) 中国白酒行业投资机会分析
- (三) 中国白酒行业投资风险分析

图表目录（部分）：

图表：2006-2008年三季度中国GDP增长情况

图表：2008年前三季度中国三大产业结构

图表：2003-2008年中国工业增加值增长率

图表：2005-2008年中国固定资产投资及消费品零售增长情况

图表：2007年9月-2008年9月中国CPI、PPI走势

图表：2008年1-9月中国外贸增长情况

图表：2008年1-9月份我国部分行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份我国周期性行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长（同比增长率%）

图表：近期公布的刺激经济的政策一览表

图表：提高出口退税率的商品清单

图表：略……

更多图表见报告正文

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200812/9400.html>