



艾凯咨询
ICAN Consulting

2012-2016年中国洋酒行业市场 运营态势与战略咨询研究报告

一、调研说明

《2012-2016年中国洋酒行业市场运营态势与战略咨询研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/191698.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

洋酒—是指进口酒类的总称。它包括烈酒、啤酒、葡萄酒、利口酒(Liqueur)等不同酒精含量的酒水品种。酒的制作过程都少不了发酵这一工艺，它是通过酵母菌的作用，将糖类分解成乙醇（酒精）的可饮用的液体，乙醇含量在0.5%--75.5%之间，同时含有一定的营养成分和香味成分。世界各地酒的种类有数万种之多，酿酒所用原材料和酒的酒精含量也有很大差异，人们为了便于了解和记忆，于是就用不同的方法将它们予以分类。若以生产原料对酒进行分类，大致可分为谷物酒、香料草药酒、水果酒、奶蛋酒、植物浆液酒、蜂蜜酒和混合酒七大类。

艾凯数据研究中心发布的《2012-2016年中国洋酒行业市场运营态势与战略咨询研究报告》共十五章。首先介绍了中国洋酒行业市场发展环境、中国洋酒整体运行态势等，接着分析了中国洋酒行业市场运行的现状，然后介绍了中国洋酒市场竞争格局。随后，报告对中国洋酒做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国洋酒行业发展趋势与投资预测。您若想对洋酒产业有个系统的了解或者想投资洋酒行业，本报告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。

第一章 世界洋酒行业市场发展形势分析

第一节 2011年世界洋酒市场发展动态分析

一、世界洋酒公司排名

二、世界著名的洋酒品牌

三、中国成世界洋酒市场争夺焦点

四、两大洋酒巨头争战中国威士忌市场

第二节 2011年世界主要洋酒产地运营情况分析

一、美国

二、法国

三、意大利

第三节 2012-2016年世界洋酒市场发展趋势分析

第二章 中国洋酒行业市场运行环境分析

第一节 国内洋酒经济环境分析

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、2012年中国洋酒经济发展预测分析

第二节 中国洋酒行业政策环境分析

第三章 中国洋酒行业市场发展状况分析

第一节 洋酒在中国发展历程分析

一、洋酒酒文化在中国发展分析

二、洋酒主要类别分析

三、洋酒酿造技术分析

第二节 2011年中国洋酒消费量情况分析

一、中国洋酒市场规模

二、洋酒的渠道特点

三、洋酒的产品特点

四、洋酒的价格特点

五、洋酒的消费特点

第三节 2011年中国洋酒市场存在主要问题分析

第四章 中国洋酒行业市场销售策略分析

第一节 中国酒类市场销售终端的基本类型

一、中国酒类市场各终端的基本特点

二、各类酒终端的分布格局

第二节 2011年中国酒类市场的主要销售模式

第三节 2011年中国酒类企业主要渠道模式分析

一、区域代理

二、买断品牌

三、特许经营

第四节 2011年中国洋酒渠道策略分析

一、代理商选择策略

二、渠道的本土化策略

三、品牌联合策略

第五节 2011年洋酒在中国的营销策略变化

- 一、传播策略
- 二、渠道策略
- 三、产品线组合策略
- 四、厂商关系
- 五、洋酒营销渠道下沉
- 六、OEM合作模式
- 七、体验营销策略

第五章 中国洋酒行业细分产品市场分析——威士忌

第一节 威士忌酒的介绍及分类

- 一、威士忌酒定义
 - 二、威士忌酒分类与特点分析
- ### 第二节 2011年中国威士忌酒的市场分析
- 一、中国威士忌酒的市场规模
 - 二、生产威士忌技术分析
 - 三、威士忌市场价格分析
- ### 第三节 2012-2016年中国威士忌酒的市场发展规模预测

第六章 中国洋酒行业细分产品市场分析——白兰地

第一节 白兰地的介绍及分类

- 一、定义
 - 二、分类
- ### 第二节 2011年中国白兰地酒的市场分析
- 一、中国白兰地酒的市场规模分析
 - 二、生产白兰地酒技术分析
 - 三、白兰地酒市场价格分析
- ### 第三节 2012-2016年中国白兰地酒的市场发展规模预测分析

第七章 中国洋酒行业细分产品市场分析——金酒

第一节 2011年中国金酒产业运行态势分析

- 一、金酒的制作方法

二、金酒价格分析

三、赊店红金酒再掀让利狂潮

第二节 金酒主要类别分析

一、荷式金酒的酿造与特点分析

二、英式金酒的生产工艺与原料特点分析

三、美式金酒作用分析

第三节 2011年中国金酒（GIN）的市场规模分析

第八章 中国洋酒行业细分产品市场分析——伏特加（VODKA）

第一节 2011年中国伏特加发展概况分析

一、市场销售情况分析

二、消费者分析

第二节 2011年伏特加的酿造方法分析

第三节 2011年中国伏特加分类产品市场分析

一、俄罗斯伏特加

二、波兰伏特加

第四节 伏特加的饮用与服务分析

第九章 中国洋酒行业细分产品市场分析——朗姆酒

第一节 朗姆酒的起源及分类分析

第二节 朗姆酒的产区及特色分析

第三节 2011年朗姆酒的市场现状分析

一、世界朗姆酒的市场分析

二、中国朗姆酒的市场规模

第四节 2012-2016年中国朗姆酒的市场发展规模预测

第十章 中国洋酒行业细分产品市场分析——其它洋酒

第一节 特其拉酒

一、特其拉酒的介绍及分类

二、2011年中国特其拉酒的市场分析

三、其拉酒的市场发展规模预测

第二节 利口酒

- 一、利口酒的介绍及分类
- 二、2011年中国利口酒的市场分析
- 三、2012-2016年中国利口酒的市场发展规模预测

第十一章 中国洋酒行业市场竞争格局分析

第一节 2011年中国洋酒行业市场竞争现状分析

- 一、品牌竞争分析
- 二、价格竞争分析
- 三、市场竞争分析

第二节 2011年洋酒与国产酒的市场博弈分析

- 一、洋酒与白酒的优劣势对比分析
- 二、洋酒主要公司竞争格局分析
- 三、洋酒对中国酒市场的影响分析

第三节 2011年中国洋酒行业重点省市竞争分析

- 一、北京
- 二、上海
- 三、其他省市分析

第十二章 顶级洋酒十大品牌市场运营态势分析

第一节 Absolut绝对伏特加

- 一、企业基本概况
- 二、2011年企业产品市场销售情况分析
- 三、2011年企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略分析

第二节 Hennessy轩尼诗

- 一、企业基本概况
- 二、2011年企业产品市场销售情况分析
- 三、2011年企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略分析

第三节 Johnnie Walker尊尼获加

- 一、企业基本概况
- 二、2011年企业产品市场销售情况分析

三、2011年企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略分析

第四节 Chivas芝华士

一、企业基本概况

二、2011年企业产品市场销售情况分析

三、2011年企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略分析

第五节 Moet Chandon铭悦香槟

一、企业基本概况

二、2011年企业产品市场销售情况分析

三、2011年企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略分析

第六节 Remy Martin人头马

一、企业基本概况

二、2011年企业产品市场销售情况分析

三、2011年企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略分析

第七节 Martell马爹利

一、企业基本概况

二、2011年企业产品市场销售情况分析

三、2011年企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略分析

第八节 Bacardi百加得

一、企业基本概况

二、2011年企业产品市场销售情况分析

三、2011年企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略分析

第九节 家豪威士忌 CARDHU

一、企业基本概况

二、2011年企业产品市场销售情况分析

三、2011年企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略分析

第十节 尊荣极品威士忌 SWING

- 一、企业基本概况
- 二、2011年企业产品市场销售情况分析
- 三、2011年企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略分析

第十三章 中国洋酒相关行业市场运行走势分析

第一节 2011年酒店业发展的影响展望

- 一、酒店业发展状况
- 二、影响酒店业发展的主要因素
- 三、酒店业区域发展态势展望

第二节 2011年中国餐饮行业发展分析

- 一、中国餐饮现状分析
- 二、影响中国餐饮业发展的因素分析
- 三、中国餐饮业市场格局分析

第三节 2012-2016年中国餐饮业发展预测分析

第十四章 2012-2016年中国洋酒市场发展趋势分析

第一节 2012-2016年洋酒市场发展趋势分析

- 一、关税下调对洋酒价格的影响
- 二、洋酒本土化趋势
- 三、洋酒在中国的市场转型
- 四、美国帝王品牌进军中国洋酒市场

第二节 2012-2016年中国洋酒行业市场预测分析

- 一、市场供给预测分析
- 二、市场需求预测分析
- 三、市场价格走势预测分析

第三节 2012-2016年中国洋酒行业市场盈利预测分析

第十五章 2012-2016年中国洋酒行业投资热点与风险分析

第一节 2012-2016年中国洋酒行业投资环境分析

第二节 2012-2016年中国洋酒行业投资热点分析

第三节 2012-2016年中国洋酒行业投资风险分析

一、市场竞争风险

二、政策风险

三、经营风险分析

四、其他风险分析

图表目录（部分）：

图表：2005-2011年国内生产总值

图表：2005-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2011年国家外汇储备

图表：2005-2011年财政收入

图表：2005-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2012-2016年中国洋酒行业消费量预测

图表：2012-2016年中国洋酒行业市场前景预测

图表：2012-2016年中国洋酒行业市场价格走势预测

图表：2012-2016年中国洋酒行业发展前景预测

图表：略……

通过《2012-2016年中国洋酒行业市场运营态势与战略咨询研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/191698.html>

三、研究方法

1、系统分析方法

- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。