



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国预调酒市场监 测及投资前景分析报告

一、调研说明

《2015-2020年中国预调酒市场监测及投资前景分析报告》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/255265.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

第一章 中国预调酒行业经济与政策环境分析 20

第一节 2014年全球经济环境分析 20

一、2014年全球经济运行概况 20

二、2014年全球经济形势预测 21

第二节 2014年中国经济环境分析 21

一、2014年中国宏观经济运行概况 21

二、中国GDP增长情况分析 22

三、2014年中国宏观经济趋势预测 24

第三节 中国预调酒相关行业监管政策分析 24

一、相关行业监督管理体制 24

二、制酒行业"十三五"发展规划 24

(一)培育龙头企业，构建产业集群，提升品牌竞争力 25

(二)调整产品结构，提高产品质量，转变增长方式 25

(三)加大科技投入，增强自主创新能力 25

(四)加强产业标准制定，完善食品安全保障体系 25

(五)倡导清洁生产低碳发展，完成节能减排目标 25

(六)重视人才培养，加快信息化建设 25

(七)倡导社会责任，建设诚信体系，构建良好市场秩序 26

第二章 2014年世界预调酒行业发展态势分析 27

第一节 预调酒行业概述 27

一、预调酒行业定义 27

二、预调酒发展历史 27

三、预调酒产品分类 28

(一)按基酒分类 28

(二)按口味分类 28

第二节 2014年世界预调酒市场发展状况分析 28

一、市场发展规模 28

二、市场发展阶段 29

第三节 世界预调酒行业发展趋势分析 29

一、口味发展趋势 29

二、功能发展趋势	30
第三章 中国预调酒行业发展概况分析	31
第一节 2014年中国预调酒产品特点分析	31
第二节 中国预调酒行业发展总体概况	31
一、预调酒成为酒水行业必争的新利润增长点	31
二、预调酒国内品牌市场占有率呈现快速上升	31
三、预调酒行业销售渠道开始不断趋于多样化	31
四、预调酒文化在我国传播速度相对较为迟缓	32
第四章 2014年中国预调酒行业发展概况	33
第一节 2014年中国预调酒行业发展态势分析	33
一、竞争强度日益增加	33
二、品类细分化程度加深	33
第二节 2014年中国预调酒行业市场规模	33
第三节 2014年中国预调酒行业价格分析	34
第五章 2014年中国预调酒行业市场竞争格局分析	36
第一节 预调酒行业主要竞争因素分析	36
一、行业内企业竞争	36
二、潜在进入者	36
三、替代产品威胁	37
四、供应商议价能力	37
五、需求客户议价能力	37
第二节 预调酒行业竞争壁垒分析	37
一、行业准入壁垒	37
二、技术壁垒	38
二、渠道壁垒	38
第三节 预调酒行业竞争格局分析	38
一、竞争格局发展趋势	38
(一)锐澳预调酒开历史先河	38
(二)百加得冰锐后期追逐	39
(三)更多跟进者进入，竞争更加激烈	39
二、主要预调酒品牌竞争格局	39
(一)冰锐、锐澳	39

(二)VK、红广场	40
(三)蓝精伶、动力火车	40
第四节 预调酒行业竞争策略分析	41
第六章 2013中国预调酒消费市场分析	42
第一节 2014年中国消费环境分析	42
一、社会消费品零售总额分析	42
二、城乡居民收入增长分析	43
第二节 预调酒主要消费群体分析	45
一、性别结构	45
二、年龄结构	46
三、职业结构	47
第三节 预调酒消费行为分析	47
一、消费行为特点	47
(一)群体性	47
(二)从众性	47
二、消费关注要素	47
第七章 2014年预调酒产业相关行业发展概况	49
第一节 香料香精行业市场发展分析	49
一、国际香精香料行业概况	49
二、我国香精香料行业概况	49
三、我国香精香料行业发展趋势	50
(一)走科、工、贸一体化的综合发展道路	50
(二)产品结构会从"单一型"向"复合型"发展	50
(三)从中低端市场向高端市场发展	50
(四)行业内兼并增加，企业间竞争更激烈	50
第二节 其他相关行业市场发展分析	51
一、白酒市场	51
二、啤酒市场	51
三、葡萄酒市场	52
四、黄酒市场	53
五、果酒市场	54
六、保健酒市场	54

第八章 2014年中国预调酒进出口现状与预测	56
第一节 2011-2014年预调酒进口分析	56
一、2011-2014年预调酒进口总量	56
二、2014年预调酒主要进口国家	58
第二节 2011-2014年预调酒出口分析	58
一、2011-2014年预调酒出口总量	58
二、2014年预调酒主要出口国家	60
第九章 2009-2014年中国预调酒产业行业重点区域运行分析	61
第一节 2009-2014年华东地区预调酒行业运行情况	61
一、华东地区预调酒行业产销分析	61
二、华东地区预调酒行业盈利能力分析	61
三、华东地区预调酒行业偿债能力分析	62
四、华东地区预调酒行业营运能力分析	63
五、华东地区不同规模企业对比分析	64
第二节 2009-2014年华南地区预调酒行业运行情况	64
一、华南地区预调酒行业产销分析	64
二、华南地区预调酒行业盈利能力分析	65
三、华南地区预调酒行业偿债能力分析	65
四、华南地区预调酒行业营运能力分析	66
五、华南地区不同规模企业对比分析	67
第三节 2009-2014年华中地区预调酒行业运行情况	68
一、华中地区预调酒行业产销分析	68
二、华中地区预调酒行业盈利能力分析	68
三、华中地区预调酒行业偿债能力分析	69
四、华中地区预调酒行业营运能力分析	70
五、华中地区不同规模企业对比分析	71
第四节 2009-2014年华北地区预调酒行业运行情况	71
一、华北地区预调酒行业产销分析	71
二、华北地区预调酒行业盈利能力分析	72
三、华北地区预调酒行业偿债能力分析	72
四、华北地区预调酒行业营运能力分析	73
五、华北地区不同规模企业对比分析	74

第五节 2009-2014年西北地区预调酒行业运行情况 75

- 一、西北地区预调酒行业产销分析 75
- 二、西北地区预调酒行业盈利能力分析 75
- 三、西北地区预调酒行业偿债能力分析 76
- 四、西北地区预调酒行业营运能力分析 77
- 五、西北地区不同规模企业对比分析 78

第六节 2009-2014年西南地区预调酒行业运行情况 78

- 一、西南地区预调酒行业产销分析 78
- 二、西南地区预调酒行业盈利能力分析 79
- 三、西南地区预调酒行业偿债能力分析 79
- 四、西南地区预调酒行业营运能力分析 80
- 五、西南地区不同规模企业对比分析 81

第七节 2009-2014年东北地区预调酒行业运行情况 82

- 一、东北地区预调酒行业产销分析 82
- 二、东北地区预调酒行业盈利能力分析 82
- 三、东北地区预调酒行业偿债能力分析 83
- 四、东北地区预调酒行业营运能力分析 84
- 五、东北地区不同规模企业对比分析 85

第十章 2014年中国预调酒行业重点企业竞争力分析 86

第一节 百加得(上海)有限公司 86

- 一、公司基本情况 86
- 二、公司产品经营情况分析 86
- 三、公司预调酒分析 86

第二节 香港维佳集团 87

- 一、公司基本情况 87
- 二、公司产品经营情况分析 88
- 三、公司预调酒分析 88

第三节 上海锐澳酒业有限公司 89

- 一、公司基本情况 89
- 二、公司产品经营情况分析 89
- 三、公司预调酒分析 90

第四节 广州佰翠酒业有限公司 91

一、公司基本情况	91
二、公司产品经营情况分析	92
三、公司预调酒产品分析	92
第五节 广州市伯锐贸易有限公司	93
一、公司基本情况	93
二、公司经营情况分析	93
三、公司预调酒产品分析	94
第十一章 2015-2020年中国预调酒行业发展预测	95
第一节 预调酒行业发展趋势分析	95
一、渠道分布趋势	95
二、消费趋势分析	95
第二节 2015-2020年我国预调酒行业市场规模预测	96
第十二章 2015-2020年预调酒行业风险与应对策略	97
第一节 预调酒行业风险分析与应对策略	97
一、宏观经济风险与应对策略	97
二、政策变化风险与应对策略	97
三、技术水平风险与应对策略	98
四、企业经营风险与应对策略	98
第二节 预调酒行业经营策略	99
一、战略合作联盟的实施	99
二、企业自身应对策略	99
第十三章 预调酒行业投资机会与投资战略研究	100
第一节 预调酒行业投资机会分析	100
一、预调酒产品实现分层	100
二、预调酒消费意识崛起	100
三、二三线空白市场挖掘	100
第二节 预调酒行业发展战略研究	100
一、战略综合规划	100
四、产业战略规划	101
五、营销品牌战略	101
六、竞争战略规划	101
第三节 对我国预调酒品牌的战略思考	102

- 一、企业品牌的重要性 102
- 二、预调酒实施品牌战略的意义 102
 - (一)利于生产企业市场细分 102
 - (二)利于产品市场销售 102
 - (三)利于降低经营风险 102
- 三、预调酒企业品牌的现状分析 103
 - (一)缺乏品牌管理的人才 103
 - (二)忽略产品品牌的质量 103
 - (三)传播品牌的方式单一 103
- 四、预调酒生产企业的品牌战略 104

表格目录：

表格 1：2009-2014年预调酒销售规模 3

表格 2：五家重点企业概况 7

表格 3：2015-2020年我国预调酒市场规模预测 7

表格 4：2014年经济运行政策特点 22

表格 5：2014年GDP核算数据 23

表格 6：GDP环比增长速度 23

表格 7：2009-2019年预调酒销售规模 33

表格 8：2014年社会消费品零售总额主要数据 42

表格 9：2014年全年全国各省(市、区)城镇居民人均可支配收入对比表 44

表格 10：2014年全年全国各省(市、区)农村居民人均纯收入对比表 45

表格 11：预调酒海关信息 56

表格 12：2011-2014年我国预调酒及其他酒类进口情况列表 56

表格 13：2014年我国预调酒及其他酒类主要进口国家 58

表格 14：2011-2014年我国预调酒及其他酒类出口情况列表 59

表格 15：2014年我国预调酒及其他酒类主要出口国家 60

表格 16：2009-2014年同期华东地区预调酒行业产销能力 61

表格 17：2010-2014年华东地区预调酒行业盈利能力表 61

表格 18：2010-2014年华东地区预调酒行业偿债能力表 62

表格 19：2010-2014年华东地区预调酒行业营运能力表 63

表格 20：2009-2014年同期华南地区预调酒行业产销能力 64

表格 21：2010-2014年华南地区预调酒行业盈利能力表 65

表格 22	：2010-2014年华南地区预调酒行业偿债能力表	65
表格 23	：2010-2014年华南地区预调酒行业营运能力表	66
表格 24	：2009-2014年同期华中地区预调酒行业产销能力	68
表格 25	：2010-2014年华中地区预调酒行业盈利能力表	68
表格 26	：2010-2014年华中地区预调酒行业偿债能力表	69
表格 27	：2010-2014年华中地区预调酒行业营运能力表	70
表格 28	：2009-2014年同期华北地区预调酒行业产销能力	71
表格 29	：2010-2014年华北地区预调酒行业盈利能力表	72
表格 30	：2010-2014年华北地区预调酒行业偿债能力表	72
表格 31	：2010-2014年华北地区预调酒行业营运能力表	73
表格 32	：2009-2014年同期西北地区预调酒行业产销能力	75
表格 33	：2010-2014年西北地区预调酒行业盈利能力表	75
表格 34	：2010-2014年西北地区预调酒行业偿债能力表	76
表格 35	：2010-2014年西北地区预调酒行业营运能力表	77
表格 36	：2009-2014年同期西南地区预调酒行业产销能力	78
表格 37	：2010-2014年西南地区预调酒行业盈利能力表	79
表格 38	：2010-2014年西南地区预调酒行业偿债能力表	79
表格 39	：2010-2014年西南地区预调酒行业营运能力表	80
表格 40	：2009-2014年同期东北地区预调酒行业产销能力	82
表格 41	：2010-2014年东北地区预调酒行业盈利能力表	82
表格 42	：2010-2014年东北地区预调酒行业偿债能力表	83
表格 43	：2010-2014年东北地区预调酒行业营运能力表	84
表格 44	：五家重点企业概况	86
表格 45	：2015-2020年我国预调酒市场规模预测	96

图表目录：

图表 1	：预调酒产品	1
图表 2	：全球预调酒行业市场规模	2
图表 3	：预调酒发展趋势	2
图表 4	：2009-2014年预调酒销售规模走势	3
图表 5	：主要预调酒品牌价格情况	4
图表 6	：预调酒消费群体性别结构	5
图表 7	：预调酒消费群体年龄结构	6

图表 8：预调酒消费群体职业结构 6

图表 9：主要品牌竞争格局 7

图表 10：2015-2020年我国预调酒市场规模预测趋势 8

图表 11：预调酒产品 27

图表 12：全球预调酒行业市场规模 29

图表 13：预调酒发展趋势 30

图表 14：预调酒产品功能与定位 31

图表 15：2009-2014年预调酒销售规模走势 34

图表 16：主要预调酒品牌价格情况 34

图表 17：五力分析模型 36

图表 18：主要品牌竞争格局 39

图表 19：2014年各月份社会消费品零售总额增长比例图 43

图表 20：预调酒消费群体性别结构 46

图表 21：预调酒消费群体年龄结构 46

图表 22：预调酒消费群体职业结构 47

图表 23：消费者关注要素 48

图表 24：2011-2014年我国预调酒及其他酒类进口量走势 57

图表 25：2011-2014年我国预调酒及其他酒类进口额走势 57

图表 26：2014年我国预调酒及其他酒类主要进口国家进口额占比情况 58

图表 27：2011-2014年我国预调酒及其他酒类出口量走势 59

图表 28：2011-2014年我国预调酒及其他酒类出口额走势 59

图表 29：2014年我国预调酒及其他酒类主要出口国家出口额占比情况 60

图表 30：2010-2014年华东地区预调酒行业盈利能力对比图 62

图表 31：2010-2014年华东地区预调酒行业资产负债率对比图 62

图表 32：2010-2014年华东地区预调酒行业负债与所有者权益比率对比图 63

图表 33：2010-2014年华东地区预调酒行业营运能力对比图 63

图表 34：2014年我国华东地区预调酒行业不同规模企业分析 64

图表 35：2010-2014年华南地区预调酒行业盈利能力对比图 65

图表 36：2010-2014年华南地区预调酒行业资产负债率对比图 66

图表 37：2010-2014年华南地区预调酒行业负债与所有者权益比率对比图 66

图表 38：2010-2014年华南地区预调酒行业营运能力对比图 67

图表 39：2014年我国华南地区预调酒行业不同规模企业分析 67

图表 40：2010-2014年华中地区预调酒行业盈利能力对比图 68

图表 41：2010-2014年华中地区预调酒行业资产负债率对比图 69

图表 42：2010-2014年华中地区预调酒行业负债与所有者权益比率对比图 69

图表 43：2010-2014年华中地区预调酒行业营运能力对比图 70

图表 44：2014年我国华中地区预调酒行业不同规模企业分析 71

图表 45：2010-2014年华北地区预调酒行业盈利能力对比图 72

图表 46：2010-2014年华北地区预调酒行业资产负债率对比图 73

图表 47：2010-2014年华北地区预调酒行业负债与所有者权益比率对比图 73

图表 48：2010-2014年华北地区预调酒行业营运能力对比图 74

图表 49：2014年我国华北地区预调酒行业不同规模企业分析 74

图表 50：2010-2014年西北地区预调酒行业盈利能力对比图 75

图表 51：2010-2014年西北地区预调酒行业资产负债率对比图 76

图表 52：2010-2014年西北地区预调酒行业负债与所有者权益比率对比图 76

图表 53：2010-2014年西北地区预调酒行业营运能力对比图 77

图表 54：2014年我国西北地区预调酒行业不同规模企业分析 78

图表 55：2010-2014年西南地区预调酒行业盈利能力对比图 79

图表 56：2010-2014年西南地区预调酒行业资产负债率对比图 80

图表 57：2010-2014年西南地区预调酒行业负债与所有者权益比率对比图 80

图表 58：2010-2014年西南地区预调酒行业营运能力对比图 81

图表 59：2014年我国西南地区预调酒行业不同规模企业分析 81

图表 60：2010-2014年东北地区预调酒行业盈利能力对比图 82

图表 61：2010-2014年东北地区预调酒行业资产负债率对比图 83

图表 62：2010-2014年东北地区预调酒行业负债与所有者权益比率对比图 83

图表 63：2010-2014年东北地区预调酒行业营运能力对比图 84

图表 64：2014年我国东北地区预调酒行业不同规模企业分析 85

图表 65：百加得冰锐预调酒 87

图表 66：香港维佳集团动力火车预调酒产品 88

图表 67：上海锐澳公司发展史 89

图表 68：锐澳预调酒产品特点 90

图表 69：锐澳预调酒 91

图表 70：佰翠菊花蜜 92

图表 71：佰翠酒业蓝精伶预调酒产品 93

图表 72：伯锐贸易公司锐舞预调酒产品 94

图表 73：2015-2020年我国预调酒市场规模预测趋势 96

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/255265.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专业提供投资咨询报告、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。