

2017-2022年中国威士忌酒 行业市场分析与投资战略咨询报告

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

《2017-2022年中国威士忌酒行业市场分析与投资战略咨询报告》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.abaogao.com/b/baijiu/33847739NJ.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

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

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国威士忌酒行业市场分析与投资战略咨询报告》共十一章。首先介绍了威士忌酒行业市场发展环境、威士忌酒整体运行态势等，接着分析了威士忌酒行业市场运行的现状，然后介绍了威士忌酒市场竞争格局。随后，报告对威士忌酒做了重点企业经营状况分析，最后分析了威士忌酒行业发展趋势与投资预测。您若想对威士忌酒产业有个系统的了解或者想投资威士忌酒行业，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。

报告目录：

第一章 威士忌酒行业发展概述

第一节 行业界定

一、威士忌酒行业定义及分类

二、威士忌酒行业经济特性

三、威士忌酒产业链模型介绍及威士忌酒产业链图分析

第二节 威士忌酒行业发展成熟度

一、行业发展周期分析

二、行业中外市场成熟度对比

第三节 威士忌酒行业相关产业动态

第二章 2016年中国威士忌酒行业技术发展分析

第一节 中国威士忌酒行业技术发展现状

第二节 威士忌酒行业技术特点分析

第三节 威士忌酒行业技术专利情况

第四节 威士忌酒行业技术发展趋势分析

第三章 威士忌酒市场推广策略研究

第一节 威士忌酒行业新品推广模式研究

第二节 威士忌酒市场终端产品发布特点

- 第三节 威士忌酒市场中间商、代理商参与机制
- 第四节 威士忌酒市场网络推广策略研究
- 第五节 威士忌酒市场广告宣传策略
- 第六节 威士忌酒市场推广与配套供货渠道建立
- 第七节 威士忌酒新产品推广常见问题
- 第八节 直销模式在威士忌酒推广过程中的应用
- 第九节 国外威士忌酒市场推广经验介绍（欧美、韩日市场）

第四章 威士忌酒盈利模式研究

- 第一节 威士忌酒市场盈利模式的分类
- 第二节 威士忌酒生产企业的盈利模式研究
- 第三节 威士忌酒经销代理商盈利模式研究
- 第四节 盈利模式对市场推广策略选择的影响
- 第五节 独立经销网络盈利模式改进研究
- 第六节 第三方经销网络优化管理研究

第五章 威士忌酒营销渠道建立策略

- 第一节 威士忌酒市场营销渠道结构
 - 一、主力型渠道
 - 二、紧凑型渠道
 - 三、伙伴型渠道
 - 四、松散型渠道
- 第二节 威士忌酒市场伙伴型渠道研究
- 第三节 威士忌酒市场直接分销渠道与间接分销渠道管理
 - 一、直接分销渠道
 - 二、间接分销渠道（长渠道、短渠道）
- 第四节 大客户直供销售渠道建立策略
- 第五节 网络经销渠道优化
- 第六节 渠道经销管理问题
 - 一、现金流管理
 - 二、货品进出物流管理
 - 三、售后服务

第六章 威士忌酒市场客户群研究与渠道匹配分析

第一节 威士忌酒主要客户群消费特征分析

第二节 威士忌酒主要销售渠道客户群稳定性分析

第三节 大客户经销渠道构建问题研究

第四节 网客户渠道化发展建议

第五节 渠道经销商维护策略研究

第六节 威士忌酒市场客户群消费趋势与营销渠道发展方向

第七章 2013-2016年中国威士忌酒行业（所属行业）主要数据监测分析

第一节 2013-2016年中国威士忌酒行业（所属行业）总体数据分析

一、2013年中国威士忌酒行业（所属行业）全部企业数据分析

二、2014年中国威士忌酒行业（所属行业）全部企业数据分析

三、2016年中国威士忌酒行业（所属行业）全部企业数据分析

第二节 2013-2016年中国威士忌酒行业（所属行业）不同规模企业数据分析

一、2013年中国威士忌酒行业（所属行业）不同规模企业数据分析

二、2014年中国威士忌酒行业（所属行业）不同规模企业数据分析

三、2016年中国威士忌酒行业（所属行业）不同规模企业数据分析

第三节 2013-2016年中国威士忌酒行业（所属行业）不同所有制企业数据分析

一、2013年中国威士忌酒行业（所属行业）不同所有制企业数据分析

二、2014年中国威士忌酒行业（所属行业）不同所有制企业数据分析

三、2016年中国威士忌酒行业（所属行业）不同所有制企业数据分析

第八章 2016年中国威士忌酒行业竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

一、国内企业竞争格局

二、国外企业市场份额

三、行业企业区域分布

第二节 威士忌酒行业集中度分析

一、行业市场销售集中度分析

二、行业区域消费集中度分析

第三节 2016年中国威士忌酒行业SWOT模型分析

- 一、优势
- 二、劣势
- 三、机会
- 四、威胁

第九章 2014-2016年中国威士忌酒行业上下游分析及其影响

第一节 2016年中国威士忌酒行业上游发展及影响分析

- 一、2016年中国威士忌酒行业上游运行现状分析
- 二、上游对本行业产生的影响分析

第二节 2016年中国威士忌酒行业下游发展及影响分析

- 一、2016年中国威士忌酒行业下游运行现状分析
- 二、下游对本行业产生的影响分析

第十章 2017-2022年威士忌酒行业发展及投资前景预测分析

第一节 2017-2022年威士忌酒行业市场规模预测分析

第二节 2017-2022年威士忌酒行业供需预测分析

第三节 中国威士忌酒行业五力分析

- 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

第四节 2017-2022年我国威士忌酒行业投资环境分析

第五节 2017-2022年我国威士忌酒行业前景展望分析

第六节 2017-2022年我国威士忌酒行业盈利能力预测

第十一章 2017-2022年中国威士忌酒行业发展策略及投资建议分析（ZY GXH）

第一节 威士忌酒行业发展策略分析

- 一、坚持产品创新的领先战略
- 二、坚持品牌建设的引导战略
- 三、坚持工艺技术创新的支持战略
- 四、坚持市场营销创新的决胜战略

五、坚持企业管理创新的保证战略

第二节 威士忌酒行业市场的关键客户战略实施

一、实施关键客户战略的必要性

二、合理确立关键客户

三、对关键客户的营销策略

四、强化关键客户的管理

五、实施关键客户战略要重点解决的问题

第三节 2017-2022年中国威士忌酒生产及销售投资运作模式探讨

一、国内生产企业投资运作模式

二、国内营销企业投资运作模式

三、外销与内销优势分析

1、外销优势

2、内销优势

第四节 2017-2022年中国威士忌酒行业发展建议

第五节 2017-2022年中国威士忌酒行业投资建议（ZY GXH）

图表目录：

图表 威士忌酒产业链结构示意图

图表 威士忌酒市场及产品介绍

图表 威士忌酒市场相关政策法规

图表 2017-2022年威士忌酒市场发展前景预测

图表 市场推广在威士忌酒行业的重要性

图表 2012-2016年威士忌酒市场容量/市场规模统计

图表 威士忌酒下游应用市场结构

图表 影响威士忌酒市场容量/市场规模增长的因素

图表 2017-2022年我国威士忌酒市场容量/市场规模预测

图表 威士忌酒行业常见新品推广模式

图表 威士忌酒市场终端产品发布特点

图表 威士忌酒市场中间商参与机制

图表 威士忌酒市场网络推广策略

图表 威士忌酒市场广告宣传策略

图表 威士忌酒新产品推广常见问题

图表 美国威士忌酒市场推广经验

图表 日本威士忌酒市场推广经验

图表 威士忌酒市场盈利模式的分类

图表 威士忌酒生产企业的盈利模式研究

图表 威士忌酒经销代理商盈利模式研究

图表 盈利模式对市场推广策略选择的影响

图表 独立经销网络盈利模式改进研究

图表 第三方经销网络优化管理研究

图表 2012-2016年中国威士忌酒产量及其增速走势图

图表 2012-2016年中国威士忌酒消费量及其增速走势图

图表 2012-2016年中国威士忌酒市场规模及其增速走势图

图表 2012-2016年中国威士忌酒市场价格走势图

图表 2017-2022年中国威士忌酒产量及消费量预测

图表 2017-2022年中国威士忌酒市场价格走势预测

图表 2012-2016年我国威士忌酒市场规模分区域统计表

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/baijiu/33847739NJ.html>