

2021-2027年中国洋酒市场 发展趋势与投资方向研究报告

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

《2021-2027年中国洋酒市场发展趋势与投资方向研究报告》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/l58532HMXS.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

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

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。

智研数据研究中心发布的《2021-2027年中国洋酒市场发展趋势与投资方向研究报告》共十三章。首先介绍了洋酒行业市场发展环境、洋酒整体运行态势等，接着分析了洋酒行业市场运行的现状，然后介绍了洋酒市场竞争格局。随后，报告对洋酒做了重点企业经营状况分析，最后分析了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。

报告目录：

第一章 洋酒概述

第一节 洋酒定义

第二节 洋酒行业发展历程

第三节 洋酒市场发展概况

第四节 洋酒产业链分析

一、产业链模型介绍

二、洋酒产业链模型分析

第二章 2015-2019年中国洋酒行业发展环境分析

第一节 2015-2019年中国经济环境分析

一、宏观经济

二、工业形势

三、固定资产投资

第二节 洋酒行业相关政策

一、国家“十三五”产业政策

二、其他相关政策

三、出口关税政策

第三节 2015-2019年中国洋酒行业发展社会环境分析

一、居民消费水平分析

二、工业发展形势分析

第三章中国洋酒生产现状分析

第一节 洋酒行业总体规模

第一节 洋酒产能概况

一、2015-2019年产能分析

二、2021-2027年产能预测

第三节 洋酒市场容量概况

一、2015-2019年市场容量分析

二、产能配置与产能利用率调查

三、2021-2027年市场容量预测

第四节 洋酒产业的生命周期分析

第五节 洋酒产业供需情况

第四章洋酒国内产品价格走势及影响因素分析

第一节 国内产品2015-2019年价格回顾

第二节 国内产品当前市场价格及评述

第三节 国内产品价格影响因素分析

第四节 2021-2027年国内产品未来价格走势预测

第五章 2015-2019年我国洋酒所属行业发展现状分析

第一节 我国洋酒行业发展现状

一、洋酒行业品牌发展现状

二、洋酒行业需求市场现状

三、洋酒市场需求层次分析

四、我国洋酒市场走向分析

第二节 中国洋酒产品技术分析

一、2015-2019年洋酒产品技术变化特点

二、2015-2019年洋酒产品市场的新技术

三、2015-2019年洋酒产品市场现状分析

第三节 中国洋酒行业存在的问题

一、洋酒产品市场存在的主要问题

二、国内洋酒产品市场的三大瓶颈

三、洋酒产品市场遭遇的规模难题

第四节 对中国洋酒市场的分析及思考

一、洋酒市场特点

二、洋酒市场调研

三、洋酒市场变化的方向

四、中国洋酒行业发展的新思路

五、对中国洋酒行业发展的思考

第六章 2019年中国洋酒所属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 2019年中国酒类市场的主要销售模式

第三节 2019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 2019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 2019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

第七章 2019年中国洋酒行业细分产品市场调研

第一节 威士忌市场调研

一、威士忌酒的介绍及分类

1、威士忌酒定义

2、威士忌酒分类与特点分析

二、2019年中国威士忌酒的市场调研

1、中国威士忌酒的市场规模

2、生产威士忌技术分析

3、威士忌市场价格分析

三、2021-2027年中国威士忌酒的市场发展规模预测

第二节 白兰地市场调研

一、白兰地的介绍及分类

1、定义

2、分类

二、2019年中国白兰地酒的市场调研

1、2019年中国白兰地酒的市场规模分析

2、生产白兰地酒技术分析

3、白兰地酒市场价格分析

三、2019年中国白兰地酒的进口分析

1、2019年进口总体概况分析

2、2019年进口白兰地酒来源地

四、2021-2027年中国白兰地酒的市场发展规模预测

第三节 金酒市场调研

一、2019年中国金酒产业运行态势分析

1、金酒的制作方法

2、金酒价格分析

3、除店红金酒再掀让利狂潮

二、金酒主要类别分析

1、荷式金酒的酿造与特点分析

2、英式金酒的生产工艺与原料特点分析

3、美式金酒作用分析

三、2015-2019年中国金酒（GIN）的市场规模分析

第四节 伏特加（VODKA）市场调研

一、2019年中国伏特加发展概况分析

1、市场销售情况分析

2、消费者分析

二、2019年伏特加的酿造方法分析

三、2019年中国伏特加分类产品市场调研

1、俄罗斯伏特加

2、波兰伏特加

四、伏特加的饮用与服务分析

第五节 朗姆酒市场调研

一、朗姆酒的起源及分类分析

二、朗姆酒的产区及特色分析

三、2019年朗姆酒的市场现状分析

1、世界朗姆酒的市场调研

2、中国朗姆酒的市场规模

四、2021-2027年中国朗姆酒的市场发展规模预测

第六节 其它洋酒市场调研

一、特其拉酒

1、特其拉酒的介绍及分类

2、2019年中国特其拉酒的市场调研

3、其拉酒的市场发展规模预测

二、利口酒

1、利口酒的介绍及分类

2、2019年中国利口酒的市场调研

3、2021-2027年中国利口酒的市场发展规模预测

第八章洋酒行业上下游行业调研

第一节 上游行业调研

一、发展现状

二、发展趋势预测

- 三、行业新动态及其对洋酒行业的影响
- 四、行业竞争状况及其对洋酒行业的意义
- 第二节 下游行业调研
 - 一、发展现状
 - 二、发展趋势预测
 - 三、市场现状分析
 - 四、行业新动态及其对洋酒行业的影响
 - 五、行业竞争状况及其对洋酒行业的意义

第九章 顶级洋酒十大品牌市场趋势预测分析

第一节 Absolut绝对伏特加

- 一、企业基本概况
- 二、企业产品市场销售情况分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业未来投资前景分析

第二节 Hennessy轩尼诗

- 一、企业基本概况
- 二、企业产品市场销售情况分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业未来投资前景分析

第三节 Johnnie Walker尊尼获加

- 一、企业基本概况
- 二、企业产品市场销售情况分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业未来投资前景分析

第四节 Chivas芝华士

- 一、企业基本概况
- 二、企业产品市场销售情况分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业未来投资前景分析

第五节 Moet Chandon铭悦香槟

- 一、企业基本概况

二、企业产品市场销售情况分析

三、企业竞争优势分析

四、企业未来投资前景分析

第六节 Remy Martin人头马

一、企业基本概况

二、企业产品市场销售情况分析

三、企业竞争优势分析

四、企业未来投资前景分析

第七节 Martell马爹利

一、企业基本概况

二、企业产品市场销售情况分析

三、企业竞争优势分析

四、企业未来投资前景分析

第八节 Bacardi百加得

一、企业基本概况

二、企业产品市场销售情况分析

三、企业竞争优势分析

四、企业未来投资前景分析

第九节 家豪威士忌 CARDHU

一、企业基本概况

二、企业产品市场销售情况分析

三、企业竞争优势分析

四、企业未来投资前景分析

第十节 尊荣极品威士忌 SWING

一、企业基本概况

二、企业产品市场销售情况分析

三、企业竞争优势分析

四、企业未来投资前景分析

第十章 洋酒地区销售分析

第一节 中国洋酒区域销售市场结构变化

第二节 洋酒“东北地区”销售分析

- 一、2015-2019年东北地区销售规模
- 二、东北地区“规格”销售分析
- 三、2015-2019年东北地区“规格”销售规模分析
- 第三节 洋酒“华北地区”销售分析
 - 一、2015-2019年华北地区销售规模
 - 二、华北地区“规格”销售分析
 - 三、2015-2019年华北地区“规格”销售规模分析
- 第四节 洋酒“中南地区”销售分析
 - 一、2015-2019年中南地区销售规模
 - 二、中南地区“规格”销售分析
 - 三、2015-2019年中南地区“规格”销售规模分析
- 第五节 洋酒“华东地区”销售分析
 - 一、2015-2019年华东地区销售规模
 - 二、华东地区“规格”销售分析
 - 三、2015-2019年华东地区“规格”销售规模分析
- 第六节 洋酒“西北地区”销售分析
 - 一、2015-2019年西北地区销售规模
 - 二、西北地区“规格”销售分析

第十一章 2021-2027年中国洋酒行业投资规划建议研究

第一节 2021-2027年中国洋酒行业投资前景研究分析

- 一、洋酒投资前景研究
- 二、洋酒投资筹划策略
- 三、洋酒品牌竞争战略

第二节 2021-2027年中国洋酒行业品牌建设策略

- 一、洋酒的规划
- 二、洋酒的建设
- 三、洋酒业成功之道

第十二章 市场指标预测及行业项目投资建议

第一节 中国洋酒行业市场发展趋势预测

第二节 洋酒产品投资机会

第三节 洋酒产品投资前景分析

第四节 项目投资建议

- 一、行业投资环境考察
- 二、投资前景及控制策略
- 三、产品投资方向建议
- 四、项目投资建议
 - 1、技术应用注意事项
 - 2、项目投资注意事项
 - 3、生产开发注意事项
 - 4、销售注意事项

第十三章 洋酒行业投资前景投资前景研究分析

第一节 投资环境与机会分析

第二节 投资前景与收益

第三节 投资前景研究与建议

第一节 2021-2027年洋酒市场投资机会

- 一、产品投资机会
- 二、出口投资机会
- 三、企业多元化投资机会

第二节 2021-2027年洋酒市场投资前景展望

- 一、宏观调控风险
- 二、市场竞争风险
- 三、供需波动风险
- 五、经营管理风险
- 六、市场运营机制风险
- 八、技术风险
- 九、进退入壁垒风险

部分图表目录：

图表 洋酒产业链分析

图表 洋酒上游供应分布

图表 洋酒下游需求领域

图表 洋酒行业生命周期

图表 2015-2019年洋酒行业市场规模分析

图表 2021-2027年洋酒行业市场规模预测

图表 2015-2019年中国洋酒行业供给规模分析

图表 2021-2027年中国洋酒行业供给规模预测

图表 2015-2019年中国洋酒行业需求规模分析

图表 2021-2027年中国洋酒行业需求规模预测

图表 2015-2019年中国洋酒行业企业数量情况

图表 2015-2019年中国洋酒行业企业竞争结构

图表 2015-2019年国内生产总值及其增长速度

图表 2015-2019年居民消费价格涨跌幅度

图表 2019年居民消费价格比2019年涨跌幅度

图表 2015-2019年固定资产投资及其增长速度

图表 2015-2019年社会消费品零售总额及其增长速度

图表 2019年人口数及其构成

图表 2015-2019年农村居民村收入及其增长速度

图表 2015-2019年城镇居民可支配收入及其增长速度

图表 中国洋酒行业投资前景分析

图表 中国洋酒行业发展趋势预测

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qitashipin/l58532HMXS.html>