

# 2018-2024年中国威士忌酒 行业市场调研与投资前景分析报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2018-2024年中国威士忌酒行业市场调研与投资前景分析报告》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/pijiu/W91894EFPT.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

随着我国居民生活水平的不断提高，对进口威士忌酒需求逐年增加。据统计，2015年，我国进口威士忌酒已达1576.9万升。人民币升值、消费升级以及国外威士忌酒深度分销，成为近年进口威士忌酒快速增长的主要因素。

当前，我国威士忌酒进出口发展的特点和趋势：第一，我国进出口威士忌酒数量及金额不断扩大，威士忌酒进出口监管的安全责任加大。第二，威士忌酒供应链从以本地化为主转向以区域化、全球化为主，进出口威士忌酒安全监管环节更加复杂。第三，进出口威士忌酒安全从稳定期问题偶发为主向波动期问题多发为主，进出口威士忌酒安全监管机制更加艰巨。第四，威士忌酒食品安全问题从以传统安全问题为主，转向非安全问题凸显，监管机制的创新愈加迫切。

当前，经济全球化深入发展，贸易、投资格局正在酝酿深刻调整，“互联网+”概念提出为中国经济和贸易的开放发展开启了新的机遇之窗。同时，随着中澳、中韩等自由贸易协定实质性谈判的结束，以及中冰、中瑞自由贸易协定的相继实施，我国将与超过20个国家和地区建立自贸关系，威士忌酒进口的频度和力度将进一步加强。

随着新技术、新贸易、区域经济一体化等新、新情况不断体现，进口威士忌酒需要通过海内外供应链可追溯体系的标准化，进一步地降低进口威士忌酒的消费成本和信任成本。同时，需要形成线上透明、扁平、快速迭代的消费流程，加上线下社群、专卖店的优质体验，形成O2O经营的新模式。

智研数据研究中心发布的《2018-2024年中国威士忌酒行业市场调研与投资前景分析报告》依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

智研数据研究中心是国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：

第一章 洋酒市场现状分析 6

1.1 洋酒的定义及分类 6

1.1.1	洋酒的定义	6
1.1.2	洋酒的分类	6
1.1.3	洋酒酒文化	7
1.2	洋酒在中国市场发展概况	8
1.2.1	中国洋酒市场格局	8
1.2.2	主要的洋酒公司	9
1.2.3	洋酒与国产酒的市场博弈	11
1.2.4	洋酒与白酒的优劣势对比分析	12
1.2.5	中国洋酒市场的存在问题	13
1.3	中国洋酒市场发展特点	19
1.3.1	中国洋酒市场规模	19
1.3.2	洋酒的渠道特点	20
1.3.3	洋酒的产品特点	21
1.3.4	洋酒的价格特点	21
1.3.4	洋酒的消费特点	25
1.4	洋酒市场发展趋势分析	26
1.4.1	关税下调对洋酒价格的影响	26
1.4.2	洋酒本土化趋势	26
1.4.3	中国成世界洋酒市场争夺焦点	26
1.4.4	两大洋酒巨头争战中国威士忌市场	28
1.4.5	洋酒在中国的市场转型	28
1.4.6	美国帝王品牌进军中国洋酒市场	34

## 第二章 中国洋酒市场销售策略分析 36

2.1	中国酒类市场销售终端的基本类型	36
2.1.1	中国酒类市场各终端的基本特点	38
2.1.2	各类酒终端的分布格局	42
2.2	酒类市场的主要销售模式	43
2.3	酒类企业主要渠道模式分析	45
2.3.1	区域代理	45
2.3.2	买断品牌	45
2.3.3	特许经营	46

2.4 中国烈性酒在不同渠道销售情况 46

2.5 洋酒渠道策略分析 48

2.5.1 代理商选择策略 48

2.5.2 渠道的本土化策略 49

2.5.3 品牌联合策略 49

2.6 洋酒在中国的营销策略变化 50

2.6.1 传播策略 50

2.6.2 渠道策略 52

2.6.3 产品线组合策略 53

2.6.4 厂商关系 54

2.6.5 洋酒营销渠道下沉 55

2.6.6 OEM合作模式 55

2.6.7 体验营销策略 56

第三章 中国威士忌酒市场分析 57

3.1 威士忌酒的介绍及分类 57

3.1.1 威士忌酒定义 57

3.1.2 威士忌酒分类 57

3.2 中国威士忌酒的市场规模及预测 62

3.2.1 中国威士忌酒的市场规模 62

3.2.2 2018-2024年中国威士忌酒的市场规模预测 64

3.3 威士忌酒的进口分析 65

3.3.1 2014-2016年进口总体概况分析 65

3.3.2 2016年国内主要威士忌进口地区分析 67

3.3.3 2016年进口威士忌酒来源地 71

图表目录：

图表 1 主要洋酒品牌的消费定位 6

图表 2 2014-2016年中国烈性洋酒市场销量统计 18

图表 3 2014-2016年中国烈性洋酒市场规模统计 19

图表 4 天津市场部分洋酒价格（单位：元） 22

图表 5 昆明市场部分洋酒价格（单位：元） 22

图表 6 重庆市场部分洋酒价格（单位：元） 22

图表 7 中国酒类市场销售终端图 35

图表 8 不同终端的企业运作策略 36

图表 9 直销型销售模式图 42

图表 10 经销型销售模式图 42

图表 11 网络型销售模式 43

图表 12 流通型销售模式 43

图表 13 国内葡萄酒企业渠道流程图 44

图表 14 2014-2016年烈酒在不同销售端所占的比例统计（销售量） 46

图表 15 2014-2016年烈酒在不同销售端所占的比例统计（销售额） 46

图表 16 2014-2016年烈酒在零售终端所占销售比例 46

图表 17 进口洋酒分销渠道流程图 47

图表 18 2014-2016年中国威士忌酒市场销售规模（销量） 61

图表 19 2014-2016年中国威士忌酒市场规模（销量）增长趋势图 62

图表 20 2016年6月中国各类威士忌酒市场份额比例 62

图表 21 2014-2016年中国威士忌酒市场增长率（销量） 62

图表 22 2014-2016年中国威士忌酒市场销售规模（销售额） 62

图表 23 2014-2016年中国威士忌酒市场规模（销售额）增长趋势图 63

图表 24 2014-2016年中国威士忌酒市场增长率（销售额） 63

图表 25 2014-2016年中国威士忌酒市场规模预测（销量） 63

图表 26 2014-2016年中国威士忌酒市场规模预测（销售额） 64

图表 27 2014-2016年中国进口威士忌酒数量及增长率 64

图表 28 2014-2016年中国进口威士忌酒进口数量增长趋势图 64

图表 29 2014-2016年中国进口威士忌酒金额及增长率 65

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/pijiu/W91894EFPT.html>