

2018-2024年中国利口酒行业 业市场监测与投资决策咨询报告

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

《2018-2024年中国利口酒行业市场监测与投资决策咨询报告》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/putaojiu/W91894EG2T.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

利口酒（LIQUEUR）可以称为餐后甜酒，是由法文Liqueur音译而来的，它是以蒸馏酒（白兰地、威士忌、朗姆酒、金酒、伏特加）为基酒配制各种调香物品，并经过甜化处理的酒精饮料。具有高度和中度的酒量，颜色娇美，气味芬芳独特，酒味甜蜜。因含糖量高，相对密度较大，色彩鲜艳，常用来增加鸡尾酒的颜色和香味，突出其个性，是制作彩虹酒不可缺少的材料。还可以用来烹调，烘烤，制作冰激凌、布丁和甜点。利口酒泛指酒中添加了天然芳香药用动、植物，并具有一定保健作用的饮料配制甜酒。从其本身的产品特征与我国现在的酒类行业划分的配制酒中的果露酒极为相近。其多采用芳香及药用植物的根、茎、叶、果和果浆作为添加料，个别品种如蛋黄酒则选用鸡蛋作为添加料。由于西方人追求浪漫的生活情调而将利口酒在外观上呈现出包括红、黄、蓝、绿在内的纯正鲜艳的或复合的色彩，可谓色彩斑斓。

利口酒通常被用作餐后酒，常会取代甜品的位置。有时，利口酒还可用作开胃酒，在餐前饮用。和鸡尾酒一样，它的饮用方式有多种，如直接喝，加冰喝等等。利口酒是一种新兴酒种，大多使用基酒，再辅以果汁，酿制而成。酒精含量通常在3%至7%之间，低酒精含量、口味众多、饮用方便，使它们区别于其他传统酒类产品。在便利店，预调鸡尾酒与软饮料相邻，购买触手可及。拥有利润高、增速快的特点，吸引了许多大型酒企业加入战局。

2016年国内酒类行业主要还是白酒、啤酒、红酒、黄酒、保健酒几分天下。啤酒、红酒、黄酒、保健酒等种类整合，整体增速不稳定，都有不同的发展瓶颈。作为酒类市场龙头——白酒，增速在逐渐放缓的同时，也面临着急需快速找到新突破口的难题。在国内酒品行业普遍疲弱的情况下，两年内迅速壮大发展起来的利口酒市场仍旧保持着火热的市场氛围。目前，80、90后已经被视为有能力改变一切的一代人。目前80后总数是2.28亿，90后是1.74亿，他们拥有十分强大的影响力。这两代人的年龄跨度也从36岁到17岁，囊括了现在我国消费主力群体。比起千篇一律的包装酒，年轻一代的消费者，特别是女性更愿意尝试新兴酒种，时尚靓丽的外形包装更符合女性消费者的审美，可以预见的是，利口酒市场未来大概率仍将保持较快速度增长。

智研数据研究中心发布的《2018-2024年中国利口酒行业市场监测与投资决策咨询报告》共十四章。首先介绍了利口酒相关概念及发展环境，接着分析了中国利口酒规模及消费需求，然后对中国利口酒市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国利口酒面临的机遇及发展前景。您若想对中国利口酒有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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

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 利口酒行业相关基础概述及研究机构

1.1 利口酒的定义及分类

1.1.1 利口酒的界定

1.1.2 利口酒的品鉴

1.1.3 利口酒产品分类

1.2 利口酒行业特点分析

1.2.1 市场特点分析

1.2.2 行业经济特性

1.2.3 行业发展周期分析

1.2.4 行业进入风险

1.2.5 行业成熟度分析

1.3 利口酒行业研究机构

1.3.1 利口酒行业介绍

1.3.2 利口酒行业研究优势

1.3.3 利口酒行业研究范围

第二章 2014-2016年中国利口酒行业市场发展环境分析

2.1 中国利口酒行业经济环境分析

2.1.1 中国经济运行情况

1、国民经济运行情况GDP

2、消费价格指数CPI、PPI

3、全国居民收入情况

4、恩格尔系数

5、工业发展形势

6、酿酒工业发展现状

7、酒水进出口规模情况

2.1.2 经济环境对行业的影响分析

2.2 中国利口酒行业政策环境分析

2.2.1 行业监管环境

- 1、中国轻工业联合会
- 2、国家酒类及饮料质量监督检验中心

2.2.2 行业政策分析

- 1、《中华人民共和国食品安全法》
- 2、《食品标识管理规定》
- 3、《食品安全国家标准 预包装食品标签通则》（GB 7718­2011）
- 4、《预包装饮料酒标签通则》（GB 10344­2005）
- 5、《食品安全国家标准 蒸馏酒及其配制酒》（GB 2757­2012）

2.2.3 政策环境对行业的影响分析

2.3 中国利口酒行业社会环境分析

2.3.1 行业社会环境

- 1、人口环境分析
- 2、饮酒文化分析
- 3、消费升级分析
- 4、个性化消费分析
- 5、饮酒低度化趋势分析

2.3.2 社会环境对行业的影响分析

2.4 中国利口酒行业技术环境分析

2.4.1 利口酒酿造工艺分析

- 1、酿造工艺流程分析
- 2、中国利口酒行业新工艺研究

2.4.2 地理环境对利口酒品质的影响分析

第三章 中国利口酒行业上、下游产业链分析

3.1 利口酒行业产业链概述

3.1.1 产业链定义

3.1.2 利口酒行业产业链

3.2 利口酒行业上游-水果种植产业发展分析

3.2.1 水果种植产业发展现状

3.2.2 水果产业供给分析

- 3.2.3 水果供给价格分析
- 3.2.4 主要水果企业分析
- 3.2.5 主要水果供给区域分析
- 3.3 利口酒行业上游-咖啡豆种植产业发展分析
 - 3.2.1 咖啡豆种植产业发展现状
 - 3.2.2 咖啡豆产业供给分析
 - 3.2.3 咖啡豆供给价格分析
 - 3.2.4 主要水果供给区域分析
- 3.4 利口酒行业下游-经销商情况分析
 - 3.4.1 利口酒经销商发展现状
 - 3.4.2 利口酒经销商规模情况
 - 3.4.3 利口酒经销商区域分布
- 3.5 利口酒行业消费者消费情况分析
 - 3.5.1 居民人均利口酒消费情况
 - 3.5.2 利口酒消费者地域分布情况
 - 3.5.3 消费升级下的利口酒消费市场
 - 3.5.4 利口酒消费者品牌忠诚度分析

第四章 国际利口酒行业市场发展分析

- 4.1 2014-2016年国际利口酒行业发展现状
 - 4.1.1 国际利口酒行业发展现状
 - 4.1.2 国际利口酒行业发展规模
- 4.2 2014-2016年国际利口酒市场需求研究
 - 4.2.1 国际利口酒市场需求特点
 - 4.2.2 国际利口酒市场需求结构
 - 4.2.3 国际利口酒市场需求规模
- 4.3 2014-2016年国际区域利口酒行业研究
 - 4.3.1 欧洲
 - 4.3.2 美国
 - 4.3.3 日韩
- 4.4 国际著名利口酒品牌分析
 - 4.4.1 Martell马爹利

4.4.2 RemyMartin人头马

4.2.3 Hennessy轩尼诗

4.2.4 Chivas芝华士

4.2.5 Bacardi百加得

4.5 2018-2024年国际利口酒行业发展展望

4.5.1 国际利口酒行业发展趋势

4.5.2 国际利口酒行业规模预测

4.5.3 国际利口酒行业发展机会

第五章 2014-2016年中国利口酒行业发展概述

5.1 中国利口酒行业发展状况分析

5.1.1 中国利口酒行业发展阶段

5.1.2 中国利口酒行业发展总体概况

5.1.3 中国利口酒行业发展特点分析

5.2 2014-2016年利口酒行业发展现状

5.2.1 2014-2016年中国利口酒行业发展热点

5.2.2 2014-2016年中国利口酒行业发展现状

5.2.3 2014-2016年中国利口酒企业发展分析

5.3 中国利口酒行业细分市场概况

5.3.1 柑橘类利口酒市场

5.3.2 樱桃类利口酒市场

5.3.3 蓝莓类利口酒市场

5.3.4 桃子类利口酒市场

5.3.5 奶油类利口酒市场

5.3.6 香草类利口酒市场

5.3.7 咖啡类利口酒市场

5.4 重点利口酒企业市场份额分析

5.5 利口酒行业市场集中度分析

5.6 中国利口酒终端市场运作分析

5.6.1 产品选择和客户管理

5.6.2 公关和培训

5.6.3 促销和客户服务

- 5.6.4 激励政策
- 5.6.5 物流管控
- 5.6.6 理货管理和回款管理
- 5.7 利口酒市场同质化竞争严重
 - 5.7.1 品牌泛滥弱化品牌形象
 - 5.7.2 价格体系混乱导致终端价格竞争激烈
 - 5.7.3 包装雷同及包装浮夸
 - 5.7.4 市场发展方向与居民消费需求脱节
- 5.8 中国利口酒行业发展问题及对策建议
 - 5.8.1 中国利口酒行业发展制约因素
 - 5.8.2 中国利口酒行业存在问题分析
 - 5.8.3 中国利口酒行业发展对策建议

第六章 中国利口酒行业运行指标分析及预测

- 6.1 中国利口酒行业企业数量分析
 - 6.1.1 2014-2016年中国利口酒行业企业数量情况
 - 6.1.2 2014-2016年中国利口酒行业企业竞争结构
- 6.2 中国利口酒行业生产成本构成分析
- 6.3 2014-2016年中国利口酒行业财务指标总体分析
 - 6.3.1 行业盈利能力分析
 - 6.3.2 行业偿债能力分析
 - 6.3.3 行业营运能力分析
 - 6.3.4 行业发展能力分析
 - 6.3.5 财务指标总体情况分析
- 6.4 中国利口酒行业市场规模分析及预测
 - 6.4.1 2014-2016年中国利口酒行业市场规模分析
 - 6.4.2 2018-2024年中国利口酒行业市场规模预测
- 6.5 中国利口酒行业市场供需分析及预测
 - 6.5.1 中国利口酒行业市场供给分析
 - 1、2014-2016年中国利口酒行业供给规模分析
 - 2、2018-2024年中国利口酒行业供给规模预测
 - 6.5.2 中国利口酒行业市场需求分析

- 1、2014-2016年中国利口酒行业需求规模分析
- 2、2018-2024年中国利口酒行业需求规模预测

第七章 中国互联网+利口酒行业发展现状及前景

7.1 互联网给利口酒行业带来的冲击和变革分析

7.1.1 互联网时代利口酒行业大环境变化分析

7.1.2 互联网给利口酒行业带来挑战及机遇分析

7.1.3 互联网时代利口酒营销模式变革分析

7.1.4 互联网时代利口酒销售渠道变革分析

7.2 中国互联网+利口酒行业市场发展现状分析

7.2.1 中国互联网+利口酒行业投资布局分析

1、中国互联网+利口酒行业投资切入方式

2、中国互联网+利口酒行业投资规模分析

3、中国互联网+利口酒行业投资业务布局

7.2.2 利口酒行业目标客户互联网渗透率分析

7.2.3 中国互联网+利口酒行业市场规模分析

7.2.4 中国互联网+利口酒行业竞争格局分析

1、中国互联网+利口酒行业参与者结构

2、中国互联网+利口酒行业竞争者类型

3、中国互联网+利口酒行业市场占有率

7.2.5 中国利口酒垂直电商平台分析

1、酒仙网

2、酒美网

3、网酒网

4、酒库网

5、1919

7.2.6 中国利口酒企业互联网战略案例分析

7.3 中国互联网+利口酒行业市场发展前景分析

7.3.1 中国互联网+利口酒行业市场增长动力分析

7.3.2 中国互联网+利口酒行业市场发展瓶颈剖析

7.3.3 中国互联网+利口酒行业市场发展趋势分析

第八章 中国利口酒行业消费市场调查

8.1 利口酒市场消费需求分析

8.1.1 利口酒市场的消费需求变化

8.1.2 利口酒行业的需求情况分析

8.1.3 利口酒品牌市场消费需求分析

8.2 利口酒消费市场状况分析

8.2.1 利口酒行业消费特点

8.2.2 利口酒行业消费结构分析

8.2.3 利口酒行业消费的市场变化

8.2.4 利口酒市场的消费方向

8.3 利口酒行业产品的品牌市场调查

8.3.1 消费者对行业品牌认知度宏观调查

8.3.2 消费者对行业产品的品牌偏好调查

8.3.3 消费者对行业品牌的首要认知渠道

8.3.4 利口酒行业品牌忠诚度调查

8.3.5 消费者的消费理念调研

第九章 中国利口酒行业市场竞争格局分析

9.1 中国利口酒行业竞争格局分析

9.1.1 利口酒行业区域分布格局

9.1.2 利口酒行业企业规模格局

9.1.3 利口酒行业企业性质格局

9.2 中国利口酒行业竞争五力分析

9.2.1 利口酒行业上游议价能力

9.2.2 利口酒行业下游议价能力

9.2.3 利口酒行业新进入者威胁

9.2.4 利口酒行业替代产品威胁

9.2.5 利口酒行业现有企业竞争

9.3 中国利口酒行业竞争SWOT分析

9.3.1 利口酒行业优势分析（S）

9.3.2 利口酒行业劣势分析（W）

9.3.3 利口酒行业机会分析（O）

9.3.4 利口酒行业威胁分析（T）

9.4 中国利口酒行业投资兼并重组整合分析

9.4.1 投资兼并重组现状

9.4.2 投资兼并重组案例

9.5 中国利口酒行业竞争策略建议

第十章 中国利口酒行业领先企业竞争力分析

10.1 贵州茅台酒股份有限公司竞争力分析

10.1.1 企业发展基本情况

10.1.2 企业主要产品分析

10.1.3 企业竞争优势分析

10.1.4 企业经营状况分析

10.1.5 企业最新发展动态

10.1.6 企业发展战略分析

10.2 宜宾五粮液股份有限公司竞争力分析

10.2.1 企业发展基本情况

10.2.2 企业主要产品分析

10.2.3 企业竞争优势分析

10.2.4 企业经营状况分析

10.2.5 企业最新发展动态

10.2.6 企业发展战略分析

10.3 烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司竞争力分析

10.3.1 企业发展基本情况

10.3.2 企业主要产品分析

10.3.3 企业竞争优势分析

10.3.4 企业经营状况分析

10.3.5 企业最新发展动态

10.3.6 企业发展战略分析

10.4 宁夏红枸杞产业集团有限公司竞争力分析

10.4.1 企业发展基本情况

10.4.2 企业主要产品分析

10.4.3 企业竞争优势分析

- 10.4.4 企业经营状况分析
- 10.4.5 企业最新发展动态
- 10.4.6 企业发展战略分析
- 10.5 广东十二岭酒业有限公司竞争力分析
 - 10.5.1 企业发展基本情况
 - 10.5.2 企业主要产品分析
 - 10.5.3 企业竞争优势分析
 - 10.5.4 企业经营状况分析
 - 10.5.5 企业最新发展动态
 - 10.5.6 企业发展战略分析
- 10.6 灵宝嘉百利酒业有限责任公司竞争力分析
 - 10.6.1 企业发展基本情况
 - 10.6.2 企业主要产品分析
 - 10.6.3 企业竞争优势分析
 - 10.6.4 企业经营状况分析
 - 10.6.5 企业最新发展动态
 - 10.6.6 企业发展战略分析
- 10.7 厦门市百味果酿造工业有限公司竞争力分析
 - 10.7.1 企业发展基本情况
 - 10.7.2 企业主要产品分析
 - 10.7.3 企业竞争优势分析
 - 10.7.4 企业经营状况分析
 - 10.7.5 企业最新发展动态
 - 10.7.6 企业发展战略分析
- 10.8 上海旺旺食品集团有限公司竞争力分析
 - 10.8.1 企业发展基本情况
 - 10.8.2 企业主要产品分析
 - 10.8.3 企业竞争优势分析
 - 10.8.4 企业经营状况分析
 - 10.8.5 企业最新发展动态
 - 10.8.6 企业发展战略分析
- 10.9 四川农兴源农业开发有限责任公司竞争力分析

- 10.9.1 企业发展基本情况
- 10.9.2 企业主要产品分析
- 10.9.3 企业竞争优势分析
- 10.9.4 企业经营状况分析
- 10.9.5 企业最新发展动态
- 10.9.6 企业发展战略分析
- 10.10 浙江聚仙庄饮品有限公司竞争力分析
- 10.10.1 企业发展基本情况
- 10.10.2 企业主要产品分析
- 10.10.3 企业竞争优势分析
- 10.10.4 企业经营状况分析
- 10.10.5 企业最新发展动态
- 10.10.6 企业发展战略分析

第十一章 2018-2024年中国利口酒行业发展趋势与投资机会研究

- 11.1 2018-2024年中国利口酒行业市场发展潜力分析
 - 11.1.1 中国利口酒行业市场空间分析
 - 11.1.2 中国利口酒行业竞争格局变化
 - 11.1.3 中国利口酒行业互联网+前景
- 11.2 2018-2024年中国利口酒行业发展趋势分析
 - 11.2.1 中国利口酒行业品牌格局趋势
 - 11.2.2 中国利口酒行业渠道分布趋势
 - 11.2.3 中国利口酒行业市场趋势分析
 - 11.2.4 中国利口酒行业发展新契机分析
- 1、新消费
- 2、新市场
- 3、新零售
- 4、新渠道
- 5、新传播
- 11.3 2018-2024年中国利口酒行业投资机会与建议
 - 11.3.1 中国利口酒行业投资前景展望
 - 11.3.2 中国利口酒行业投资机会分析

11.3.3 中国利口酒行业投资建议

第十二章 2018-2024年中国利口酒行业投资分析与风险规避

12.1 中国利口酒行业关键成功要素分析

12.2 中国利口酒行业投资壁垒分析

12.3 中国利口酒行业投资风险与规避

12.3.1 宏观经济风险与规避

12.3.2 行业政策风险与规避

12.3.3 上游市场风险与规避

12.3.4 市场竞争风险与规避

12.3.5 技术风险分析与规避

12.3.6 下游需求风险与规避

12.4 中国利口酒行业融资渠道与策略

12.4.1 利口酒行业融资渠道分析

12.4.2 利口酒行业融资策略分析

第十三章 2018-2024年中国利口酒行业盈利模式与投资战略规划分析

13.1 国外利口酒行业投资现状及经营模式分析

13.1.1 境外利口酒行业成长情况调查

13.1.2 经营模式借鉴

13.1.3 行业投资新趋势动向

13.2 中国利口酒行业商业模式探讨

13.2.1 行业主要商业模式分析

13.2.2 利口酒行业商业模式创新分析

13.3 中国利口酒行业投资发展战略规划

13.3.1 战略优势分析

13.3.2 战略机遇分析

13.3.3 战略规划目标

13.3.4 战略措施分析

13.4 最优投资路径设计

13.4.1 投资对象

13.4.2 投资模式

13.4.3 预期财务状况分析

13.4.4 风险资本退出方式

第十四章 研究结论及建议 (ZY ZM)

14.1 研究结论

14.2 建议

14.2.1 行业发展策略建议

14.2.2 行业投资方向建议

14.2.3 行业投资方式建议

图表目录：

图表：利口酒行业特点

图表：利口酒行业生命周期

图表：利口酒行业产业链分析

图表：中国GDP增长情况

图表：中国CPI增长情况

图表：中国人口数量及其构成

图表：中国利口酒消费年龄段变化分析

图表：中国利口酒饮用场所分析

图表：中国利口酒不同年龄段饮用时机分析

图表：中国工业增加值及其增长速度

图表：中国城镇居民可支配收入情况

图表：中国高端利口酒渗透率及平均饮用量分析

图表：中国高端利口酒区域市场分析

图表：中国中低端利口酒区域市场分析

图表：中国利口酒购买渠道分析

图表：利口酒行业互联网渠道占比分析

图表：利口酒互联网渗透率分析

图表：利口酒生产成本构成分析

图表：利口酒生产地域分布情况

图表：2014-2016年利口酒行业市场规模分析

图表：2018-2024年利口酒行业市场规模预测

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/putaojiu/W91894EG2T.html>