

2016-2022年中国洋酒行业市场运行态势及投资战略研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2016-2022年中国洋酒行业市场运行态势及投资战略研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，以及我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市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/285103.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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、报告目录及图表目录

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。

洋酒10大品牌排行

序列

公司名称

基本情况介绍

1

Martell马爹利

马爹利Martell——法国保乐力加集团旗下品牌。

马爹利是产自法国干邑地区的著名干邑白兰地品牌，也是世界上最古老、最驰名的白兰地酒。它是以其创始人的名字命名的。

在马爹利的全球市场中，中国区的销量位居第三位，英国、美国分居第一和第二，而在这当中，中国的潜力是最大的。

2

人头马RemyMartin

人头马是全球销量第二的干邑品牌（前四名分别是轩尼诗、人头马、马爹利和拿破仑），在最高级别干邑中，凭借干邑之王路易十三（人头马最高端的干邑品牌），人头马的销量毋庸置疑地成为全球第一。

3

Absolut绝对伏特加

绝对伏特加（Absolut Vodka）是世界知名的伏特加酒品牌，虽然伏特加酒起源于俄罗斯（一说波兰），但是绝对伏特加（Absolut

Vodka）却产自一个人口仅有一万的瑞典南部小镇Åhus。多年来，绝对伏特加（Absolut Vodka）不断采取富有创意而又高雅及幽默的方式诠释该品牌的核心价值：纯净、简单、完美。

4

轩尼诗

轩尼诗VSOP是LVMH（Moët Hennessy Louis Vuitton）的旗下品牌，其母公司LVMH是全球最大的奢侈品集团，以提供高质量、原创和独特的名牌产品而闻名。

5

尊尼获加

1820年，年仅15岁的约翰·获加(John Walker)开始尝试将调配和混合茶叶的经验运用到威士忌的调配之中，充满苏格兰魅力的「尊尼获加」威士忌就从基尔马诺克镇(Kilmarnock)开始

它经典不凡的传奇。约翰·获加之子亚历山大接掌家族企业后，调制出一种香味醇厚，口感丰富的调配威士忌「老高地威士忌」(Old Highland Whisky)，这就是尊尼获加「黑牌」威士忌的前身。

6

酩悦

酩悦香槟——法国LVMH集团旗下品牌。

酩悦香槟Moet & Chandon 是法国名酒，有250多年历史，拥有250年酿酒传统的Moet Chandon，曾因法皇拿破仑的喜爱而赢得“Imperial（皇室香槟）”的美誉。到目前为止，铭悦香槟已成为法国最具国际知名度的香槟。两个多世纪以来，一直是欧洲许多皇室的贡酒。

7

芝华士

芝华士——法国保乐力加集团旗下品牌。

享誉世界的芝华士威士忌是最具声望的苏格兰高级威士忌。创始人詹姆斯·芝华士和约翰·芝华士兄弟开当时调配艺术风气之先，创造出芝华士这一代表了醇和、独特、出众的威士忌品牌。

8

杰克丹尼

杰克丹尼来自田纳西州的威士忌由杰克丹尼酒厂蒸馏及灌装，秉承自创人杰克丹尼先生的酿酒传统及承诺，相传至今已七代，经典酒质，屡获殊荣。杰克丹尼酒厂位于田纳西州的莲芝堡，是美国最古老的注册酒厂。挑选最上等的玉米、黑麦及麦芽等全天然谷物，配合高山泉水酿制，不含人造成份。采用独特的枫木过滤方法，用新烧制的美国白橡木桶储存，让酒质散发天然独特的馥郁芬芳。

9

百加得

百加得源于古巴圣地亚哥，于1862年由法昆多创制而成，经由陈年酿制，具有不凡的甘醇和清新口感。酒液储藏于美洲白橡木桶中使酒质更清爽顺滑，香醇芬芳；色泽较深的金郎姆酒则用烧焦橡木制做的酒桶储藏，使酒质轻盈更富香气。百加得可以和任何软饮料调和，直接加入果汁或放入冰块后饮用，是热门酒吧的首选品牌，一直被用来调制神奇的鸡尾酒。

10

斯米诺

皇冠Smirnoff 世界十大名酒之一。

帝俄时代的1818年，在莫斯科建立了皇冠伏特加酒厂（PierreSmirnoffFils），1917年十月革命后，仍为一个家族企业。

目前为最为普遍接受的伏特加之一，在全球170多个国家销售，堪称全球第一伏特加，占烈酒消费的第二位，每天有46万瓶皇冠伏特加售出，是最纯的烈酒之一，深受各地酒吧调酒师

的欢迎。皇冠伏特加酒液透明，无色，除了有酒精的特有香味外，无其它香味，口味干冽、劲大冲鼻。是调制鸡尾酒不可缺少的原料。世界著名的鸡尾酒如血腥玛丽、镭丝刀都采用此酒。

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：

第一章世界洋酒行业市场调研分析

第一节2015年世界洋酒市场发展动态分析

一、世界洋酒公司排名

二、世界著名的洋酒品牌

三、中国成世界洋酒市场争夺焦点

四、两大洋酒巨头争战中国威士忌市场

第二节2015年世界主要洋酒产地运营情况分析

一、美国

二、法国

三、意大利

第三节 2016-2022年世界洋酒市场发展趋势分析

第二章中国洋酒行业发展环境分析

第一节国内洋酒经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

2008-2015年全国GDP及同比增速

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2015年中国洋酒经济发展预测分析

第二节中国洋酒行业政策环境分析

第三章中国洋酒行业市场分析

第一节洋酒在中国发展历程分析

一、洋酒酒文化在中国发展分析

二、洋酒主要类别分析

三、洋酒酿造技术分析

第二节2015年中国洋酒消费量情况分析

一、中国洋酒市场规模

二、洋酒的渠道特点

三、洋酒的产品特点

四、洋酒的价格特点

五、洋酒的消费特点

第三节2015年中国洋酒市场存在主要问题分析

第四章中国洋酒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2015年中国酒类市场的主要销售模式

第三节2015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2015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2015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

第五章中国洋酒行业细分产品市场分析——威士忌

第一节威士忌酒的介绍及分类

一、威士忌酒定义

二、威士忌酒分类与特点分析

第二节2015年中国威士忌酒的市场分析

一、中国威士忌酒的市场规模

二、生产威士忌技术分析

三、威士忌市场价格分析

四、威士忌进出口分析

2013年我国威士忌酒出口数量为38080升，2014年我国威士忌酒出口数量为82335升。2013年我国威士忌酒出口金额为277千美元，2014年我国威士忌酒出口金额为562千美元。2013年我国威士忌酒进口数量为16097589升，2014年我国威士忌酒进口数量为13167101升。2013年我国威士忌酒进口金额为113529千美元，2014年我国威士忌酒进口金额为107413千美元。

2009-2014年中国威士忌酒出口数量及出口金额情况

2009-2014年中国威士忌酒进口数量及进口金额情况

第三节 2016-2022年中国威士忌酒的市场发展规模预测

第六章中国洋酒行业细分产品市场分析——白兰地

第一节白兰地的介绍及分类

一、定义

二、分类

第二节2015年中国白兰地酒的市场分析

一、中国白兰地酒的市场规模分析

二、生产白兰地酒技术分析

三、白兰地酒市场价格分析

第三节 2016-2022年中国白兰地酒的市场发展规模预测分析

第七章中国洋酒行业细分产品市场分析——金酒

第一节2015年中国金酒产业运行态势分析

一、金酒的制作方法

二、金酒价格分析

三、赊店红金酒再掀让利狂潮

第二节金酒主要类别分析

一、荷式金酒的酿造与特点分析

二、英式金酒的生产工艺与原料特点分析

三、美式金酒作用分析

第三节2015年中国金酒（GIN）的市场规模分析

第八章中国洋酒行业细分产品市场分析——伏特加（VODKA）

第一节2015年中国伏特加发展概况分析

一、市场销售情况分析

二、消费者分析

第二节2015年伏特加的酿造方法分析

第三节2015年中国伏特加分类产品市场分析

一、俄罗斯伏特加

二、波兰伏特加

第四节伏特加的饮用与服务分析

第九章中国洋酒行业细分产品市场分析——朗姆酒

第一节朗姆酒的起源及分类分析

第二节朗姆酒的产区及特色分析

第三节2015年朗姆酒的市场现状分析

一、世界朗姆酒的市场分析

二、中国朗姆酒的市场规模

第四节 2016-2022年中国朗姆酒的市场发展规模预测

第十章中国洋酒行业细分产品市场分析——其它洋酒

第一节特其拉酒

一、特其拉酒的介绍及分类

二、2015年中国特其拉酒的市场分析

三、其拉酒的市场发展规模预测

第二节利口酒

一、利口酒的介绍及分类

二、2015年中国利口酒的市场分析

三、2016-2022年中国利口酒的市场发展规模预测

第十一章中国洋酒行业市场竞争格局分析

第一节2015年中国洋酒行业市场竞争现状分析

一、品牌竞争分析

二、价格竞争分析

三、市场竞争分析

第二节2015年洋酒与国产酒的市场博弈分析

一、洋酒与白酒的优劣势对比分析

二、洋酒主要公司竞争格局分析

三、洋酒对中国酒市场的影响分析

第三节2015年中国洋酒行业重点省市竞争分析

一、北京

二、上海

三、其他省市分析

第十二章顶级洋酒十大品牌企业调研分析

第一节Absolut绝对伏特加

一、企业概况

二、2015年经营状况分析

第二节Hennessy轩尼诗

一、企业概况

二、2015年经营状况分析

第三节Johnnie Walker尊尼获加

一、企业概况

二、2015年经营状况分析

第四节Chivas芝华士

一、企业概况

二、2015年经营状况分析

第五节Moet Chandon铭悦香槟

一、企业概况

二、2015年经营状况分析

第六节Remy Martin人头马

一、企业概况

二、2015年经营状况分析

第七节Martell马爹利

一、企业概况

二、2015年经营状况分析

第八节Bacardi百加得

一、企业概况

二、2015年经营状况分析

第九节家豪威士忌 CARDHU

一、企业概况

二、2015年经营状况分析

第十节 尊荣极品威士忌 SWING

一、企业概况

二、2015年经营状况分析

第十三章 中国洋酒相关行业市场运行走势分析

第一节 2015年酒店业发展的影响展望

一、酒店业发展状况

二、影响酒店业发展的主要因素

三、酒店业区域发展态势展望

第二节 2015年中国餐饮行业发展分析

一、中国餐饮现状分析

2015年全国餐饮收入达到32310亿元，同比增长11.7%；其中线上餐饮收入8667亿元，占全国餐饮收入26.8%，同比增长7%。而截止12月份，我国共有餐厅5074852家。

2015年中国餐饮收入统计

二、影响中国餐饮业发展的因素分析

三、中国餐饮业市场格局分析

第三节 2016-2022年中国餐饮业发展预测分析

第十四章 2016-2022年中国洋酒市场发展趋势分析

第一节 2016-2022年洋酒市场发展趋势分析

一、关税下调对洋酒价格的影响

二、洋酒本土化趋势

三、洋酒在中国的市场转型

四、美国帝王品牌进军中国洋酒市场

第二节 2016-2022年中国洋酒行业市场预测分析

一、市场供给预测分析

二、市场需求预测分析

三、市场价格走势预测分析

第三节 2016-2022年中国洋酒行业市场盈利预测分析

第十五章 2016-2022年中国洋酒行业投资环境与风险分析

第一节 2016-2022年中国洋酒行业投资环境分析

第二节 2016-2022年中国洋酒行业投资热点分析

第三节 2016-2022年中国洋酒行业投资风险分析

- 一、市场竞争风险
- 二、政策风险
- 三、经营风险分析
- 四、其他风险分析

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度
图表：全国粮食产量及其增速
图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）
图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）
图表：进出口总额（亿美元）
图表：广义货币（M2）增长速度（%）
图表：居民消费价格同比上涨情况
图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）
图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）
图表：农村居民人均收入实际增长速度
图表：人口及其自然增长率变化情况
图表：2015年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）
图表：2015年房地产开发投资同比增速（%）
图表：2015年中国GDP增长预测
图表：国内外知名机构对2015年中国GDP增速预测
图表：……

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/285103.html>