

2011-2015年中国洋酒行业 深度调研与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2011-2015年中国洋酒行业深度调研与投资前景研究报告》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.bosidata.com/yanjiu1108/L216189VC2.html>

【报告价格】纸介版**6800**元 电子版**7000**元 纸介+电子**7200**元

【出版日期】2011-08-22

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2011-2015年中国洋酒行业深度调研与投资前景研究报告》共八章。首先介绍了洋酒行业相关概述、中国洋酒产业运行环境等，接着分析了中国洋酒行业的现状，然后介绍了中国洋酒行业竞争格局。随后，报告对中国洋酒行业做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国洋酒产业发展前景与投资预测。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。

目 录

第一章 2010年世界洋酒行业市场发展形势分析 1

第一节 2010年世界洋酒市场发展动态分析 1

一、世界洋酒公司排名 1

二、世界著名的洋酒品牌 3

三、中国成世界洋酒市场争夺焦点 6

四、两大洋酒巨头争战中国威士忌市场 7

第二节 2010年世界主要洋酒产地运营情况分析 8

一、美国 8

二、法国 8

三、意大利 8

第三节 2011-2015年世界洋酒市场发展趋势分析 8

第二章 2010年中国洋酒行业市场发展状况分析 10

第一节 洋酒在中国发展历程分析 10

一、洋酒酒文化在中国发展分析 10

二、洋酒主要类别分析 10

三、洋酒酿造技术分析 11

第二节 2010年中国洋酒消费量情况分析 15

一、2010年中国洋酒市场规模 15

二、洋酒的渠道特点 16

三、洋酒的产品特点 16

四、洋酒的价格特点 16

五、洋酒的消费特点 17

第三节 2010年中国洋酒市场存在主要问题分析 17

第三章 2006-2009年中国洋酒产量进出口数据统计分析 24

第一节 2006-2009年中国威士忌酒进出口数据监测分析 24

一、威士忌酒进出口数量分析（22083000） 24

二、威士忌酒进出口金额分析 24

三、威士忌酒进出口国家及地区分析 24

第二节 2006-2009年中国朗姆酒及其他甘蔗蒸馏酒进出口数据监测分析 25

一、朗姆酒及其他甘蔗蒸馏酒进出口数量分析（22084000） 25

二、朗姆酒及其他甘蔗蒸馏酒进出口金额分析 25

三、朗姆酒及其他甘蔗蒸馏酒进出口国家及地区分析 25

第三节 2006-2009年中国杜松子酒进出口数据监测分析 26

一、杜松子酒进出口数量分析（22085000） 26

二、杜松子酒进出口金额分析 26

三、杜松子酒进出口国家及地区分析 26

第四节 2006-2009年中国伏特加酒进出口数据监测分析 27

一、伏特加酒进出口数量分析（22086000） 27

二、伏特加酒进出口金额分析 27

三、伏特加酒进出口国家及地区分析 27

第五节 2006-2009年中国利口酒及柯迪尔酒进出口数据监测分析 28

一、利口酒及柯迪尔酒进出口数量分析（22087000） 28

二、利口酒及柯迪尔酒进出口金额分析 28

三、利口酒及柯迪尔酒进出口国家及地区分析 28

第六节 2006-2009年中国龙舌兰酒进出口数据监测分析 29

一、龙舌兰酒进出口数量分析（22089010） 29

二、龙舌兰酒进出口金额分析 29

三、龙舌兰酒进出口国家及地区分析 29

第四章 2010年中国洋酒行业细分产品市场分析“威士忌” 30

第一节 威士忌酒的介绍及分类 30

一、威士忌酒定义 30

二、威士忌酒分类与特点分析 30

第二节 2010年中国威士忌酒的市场分析 40

一、中国威士忌酒的市场规模 40

二、生产威士忌技术分析 40

三、威士忌市场价格分析 43

第三节 2011-2015年中国威士忌酒的市场发展规模预测 45

第五章 2010年中国洋酒行业细分产品市场分析“白兰地” 47

第一节 白兰地的介绍及分类 47

一、定义 47

二、分类 47

第二节 2010年中国白兰地酒的市场分析 50

一、2010年中国白兰地酒的市场规模分析 50

二、生产白兰地酒技术分析 50

三、白兰地酒市场价格分析 53

第三节 2010年中国白兰地酒的进口分析 53

一、2010年进口总体概况分析 53

二、2010年进口白兰地酒来源地 54

第四节 2011-2015年中国白兰地酒的市场发展规模预测 54

第六章 2010年中国洋酒行业市场竞争格局分析 55

第一节 2010年中国洋酒行业市场竞争现状分析 55

一、品牌竞争分析 55

二、价格竞争分析 56

三、市场竞争分析 58

第二节 2010年洋酒与国产酒的市场博弈分析 60

一、洋酒与白酒的优劣势对比分析 60

二、洋酒主要公司竞争格局分析 60

三、洋酒对中国酒市场的影响分析 62

第三节 2010年中国洋酒行业重点省市竞争分析 70

一、北京 70

二、上海 71

三、其他省市分析 72

第七章 2010年顶级洋酒十大品牌市场运营态势分析 74

第一节 ABSOLUT绝对伏特加 74

一、企业基本概况 74

二、2010年企业产品市场销售情况分析 75

三、2010年企业竞争优势分析 75

四、企业未来发展战略分析 76

第二节 HENNESSY轩尼诗 77

一、企业基本概况 77

二、2010年企业产品市场销售情况分析 77

三、2010年企业竞争优势分析 77

四、企业未来发展战略分析 78

第三节JOHNNIE WALKER尊尼获加 79

一、企业基本概况 79

二、2010年企业产品市场销售情况分析 80

三、2010年企业竞争优势分析 80

四、企业未来发展战略分析 81

第四节 CHIVAS芝华士 81

一、企业基本概况 81

二、2010年企业产品市场销售情况分析 82

三、2010年企业竞争优势分析 82

四、企业未来发展战略分析 82

第五节 MOET CHANDON酩悦香槟 82

一、企业基本概况 82

二、2010年企业产品市场销售情况分析 83

三、2010年企业竞争优势分析 83

四、企业未来发展战略分析 83

第六节 REMY MARTIN人头马 84

一、企业基本概况 84

二、2010年企业产品市场销售情况分析 84

三、2010年企业竞争优势分析 84

四、企业未来发展战略分析 85

第七节 MARTELL马爹利 85

一、企业基本概况 85

二、2010年企业产品市场销售情况分析 86

三、2010年企业竞争优势分析 87

四、企业未来发展战略分析 87

第八节 BACARDI百加得 87

一、企业基本概况 87

二、2010年企业产品市场销售情况分析 88

三、2010年企业竞争优势分析 88

四、企业未来发展战略分析 89

第九节 家豪威士忌 CARDHU 89

一、企业基本概况 89

二、2010年企业产品市场销售情况分析 89

三、2010年企业竞争优势分析 90

四、企业未来发展战略分析 90

第十节 尊荣极品威士忌 SWING 91

一、企业基本概况 91

二、2010年企业产品市场销售情况分析 91

三、2010年企业竞争优势分析 91

四、企业未来发展战略分析 91

第八章 2011-2015年中国洋酒市场发展趋势分析 93

第一节 2011-2015年洋酒市场发展趋势分析 93

一、关税下调对洋酒价格的影响 93

二、洋酒本土化趋势 93

三、洋酒在中国的市场转型 94

四、美国帝王品牌进军中国洋酒市场 99

第二节 2011-2015年中国洋酒行业市场预测分析 100

一、市场供给预测分析 100

二、市场需求预测分析 101

三、市场价格走势预测分析 101

第三节 2011-2015年中国洋酒行业市场盈利预测分析 101

博思数据研究中心发布的《2011-2015年中国洋酒行业深度调研与投资前景研究报告》，内容严谨、数据翔实，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。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/yanjiu1108/L216189VC2.html>