

2020年中国预调鸡尾酒市场调研报告- 产业规模现状与投资战略研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国预调鸡尾酒市场调研报告-产业规模现状与投资战略研究》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：<http://baogao.chinabaogao.com/jiulei/517245517245.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

预调鸡尾酒属于一种配制酒，是由两种或两种以上的酒或饮料、果汁、汽水混合预先调制而成的混合饮品，进行包装销售后可直接饮用，是一种相对新兴的品类。我国预调鸡尾酒行业自上世纪90年代以来开始发展，共经历了6个阶段，分别是1990-2000年的启蒙期；2000-2005年的探索期；2005-2010年的培育期；2011-2015年的快速发展期；2015下半年-2017年的调整期；2018年以来的平稳发展期。目前我国预调鸡尾酒行业格局较为稳定，除RIO外，大部分竞争者均已退出市场。

中国预调鸡尾酒行业发展历程

时间

所处阶段

描述

1990-2000年

启蒙期

预调鸡尾酒主要出现在沿海发达城市的KTV、酒吧和休闲会所，主要品牌来自欧美，一般中国消费者对这一品类的认知还较少，市场整体规模非常小。

2000-2005年

探索期

鸡尾酒在日本和东南亚地区开始流行，很多品牌也逐步出现在中国市场，其中包括百加得的“冰锐”等，同时，以RIO（锐澳）品牌为代表的国内预调鸡尾酒企业也开始进行探索和发展。

2005-2010年

培育期

产品呈现多样化调整的趋势，口味和包装方面都逐步实现了创新突破，得到了消费者的青睐。这一阶段市场总体规模较小，2006年度全国预调鸡尾酒销售总量约百万箱，主要销售渠道以娱乐场所和大型商场超市为主。

2011-2015年

快速发展期

市场总量保持了高速发展的态势，2013年预调鸡尾酒销售量近千万箱，销售金额约为10亿元，占整个中国酿酒行业的0.12%。行业进入快速通道之后，高成长和高毛利吸引了众多白酒和食品巨头进入市场，包括黑牛食品、古井贡酒、汇源果汁等，行业竞争加剧。

2015下半年-2017年

调整期

消费者“尝鲜”热情逐步褪去，市场扩容速度大幅减缓，前两年疯狂跑马圈地的行为导致了多数企业入不敷出，黑牛旗下的达奇，百加得的冰锐等都逐步淡出，行业被迫进入调整阶段，

发展日渐理性化。

2018年以来

平稳发展期

消费回归理性化之后，行业回归正常增长。行业格局发生变化，除RIO外，大部分竞争者退出市场。RIO市场占有率提升。后续通过不断的渠道变革，继续培育消费者，提升复购率。

2018年RIO推出微醺，预调酒行业发展进入第二春。数据来源：公开资料整理

从全世界范围来看，亚太地区的预调鸡尾酒消费量最高，共消费144.58万吨，占全球预调鸡尾酒消费总量比重的32%；其次是北美地区，共消费预调鸡尾酒105.89万吨，占比为24%；然后是西欧、中东及非洲、拉美地区，预调鸡尾酒消费量占比分别为12%、9%、9%。

2018年预调鸡尾酒在世界各地区的消费量分布 数据来源：公开资料整理

中国预调鸡尾酒市场销售规模在2012年以前一直发展缓慢，直到2012年，预调鸡尾酒销售规模也仅仅达到3.2万吨；在2014年、2015年，中国预调鸡尾酒市场销售规模快速上升，最高约达15万吨左右；2016年预调鸡尾酒销售规模快速下降之后便处于稳定发展状态，到2018年我国预调鸡尾酒市场销售规模达到8万吨以上。

201-2018年我国预调鸡尾酒市场销售规模 数据来源：公开资料整理

相比度数较高的白酒，我国女性消费者对低度低热量的啤酒、甜葡萄酒以及预调鸡尾酒更为青睐。其中，预调鸡尾酒的女性消费者占比达到46.1%，高于白酒的27.2%，男女比例较为均衡。

中国预调鸡尾酒消费者性别分布占比 数据来源：公开资料整理

2019年，中国预调鸡尾酒品牌排名前十的有，锐澳RIO、Breezer冰锐、茅台、Mixxtail魅夜、REKORDERLIG瑞可德林、动力火车、BOLS波士、泸州老窖、第七元素以及魅口Mi Ko。

2019年中国预调鸡尾酒十大品牌

序列

品牌

企业名称

1

锐澳RIO

上海巴克斯酒业有限公司

2

Breezer冰锐

百加得洋酒贸易有限公司

3

茅台

贵州茅台酒股份有限公司

4

Mixxtail魅夜

百威投资(中国)有限公司

5

REKORDERLIG瑞可德林

上海瑞可德林食品有限公司

6

动力火车

东莞市仙津保健饮料食品有限公司

7

BOLS波士

波士酿酒公司

8

泸州老窖

泸州老窖股份有限公司

9

第七元素

贵州第七元素科技有限公司

10

魅口MiKo

成都奥古斯汀酒业有限公司数据来源：公开资料整理（LJ）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国预调鸡尾酒市场调研报告-产业规模现状与投资战略研究》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。

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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中

国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国预调鸡尾酒行业发展概述

第一节 预调鸡尾酒行业发展情况概述

- 一、预调鸡尾酒行业相关定义
- 二、预调鸡尾酒行业基本情况介绍
- 三、预调鸡尾酒行业发展特点分析

第二节 中国预调鸡尾酒行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、预调鸡尾酒行业产业链条分析
- 三、中国预调鸡尾酒行业上游环节分析
- 四、中国预调鸡尾酒行业下游环节分析

第三节 中国预调鸡尾酒行业生命周期分析

- 一、预调鸡尾酒行业生命周期理论概述
- 二、预调鸡尾酒行业所属的生命周期分析

第四节 预调鸡尾酒行业经济指标分析

- 一、预调鸡尾酒行业的赢利性分析
- 二、预调鸡尾酒行业的经济周期分析
- 三、预调鸡尾酒行业附加值的提升空间分析

第五节 中国预调鸡尾酒行业进入壁垒分析

- 一、预调鸡尾酒行业资金壁垒分析
- 二、预调鸡尾酒行业技术壁垒分析
- 三、预调鸡尾酒行业人才壁垒分析
- 四、预调鸡尾酒行业品牌壁垒分析
- 五、预调鸡尾酒行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球预调鸡尾酒行业市场发展现状分析

第一节 全球预调鸡尾酒行业发展历程回顾

第二节 全球预调鸡尾酒行业市场区域分布情况

第三节 亚洲预调鸡尾酒行业地区市场分析

一、亚洲预调鸡尾酒行业市场现状分析

二、亚洲预调鸡尾酒行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲预调鸡尾酒行业市场前景分析

第四节 北美预调鸡尾酒行业地区市场分析

一、北美预调鸡尾酒行业市场现状分析

二、北美预调鸡尾酒行业市场规模与市场需求分析

三、北美预调鸡尾酒行业市场前景分析

第五节 欧盟预调鸡尾酒行业地区市场分析

一、欧盟预调鸡尾酒行业市场现状分析

二、欧盟预调鸡尾酒行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟预调鸡尾酒行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界预调鸡尾酒行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球预调鸡尾酒行业市场规模预测

第三章 中国预调鸡尾酒产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品预调鸡尾酒总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国预调鸡尾酒行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国预调鸡尾酒产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国预调鸡尾酒行业运行情况

第一节 中国预调鸡尾酒行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

四、行业发展动态

第二节 中国预调鸡尾酒行业市场规模分析

第三节 中国预调鸡尾酒行业供应情况分析

第四节 中国预调鸡尾酒行业需求情况分析

第五节 中国预调鸡尾酒行业供需平衡分析

第六节 中国预调鸡尾酒行业发展趋势分析

第五章 中国预调鸡尾酒所属行业运行数据监测

第一节 中国预调鸡尾酒所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国预调鸡尾酒所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国预调鸡尾酒所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国预调鸡尾酒市场格局分析

第一节 中国预调鸡尾酒行业竞争现状分析

一、中国预调鸡尾酒行业竞争情况分析

二、中国预调鸡尾酒行业主要品牌分析

第二节 中国预调鸡尾酒行业集中度分析

一、中国预调鸡尾酒行业市场集中度分析

二、中国预调鸡尾酒行业企业集中度分析

第三节 中国预调鸡尾酒行业存在的问题

第四节 中国预调鸡尾酒行业解决问题的策略分析

第五节 中国预调鸡尾酒行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第六节 产业结构发展预测

一、产业结构调整指导政策分析

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、中国预调鸡尾酒行业参与国际竞争的战略市场定位

四、产业结构调整方向分析

第七章 2017-2020年中国预调鸡尾酒行业需求特点与动态分析

第一节 中国预调鸡尾酒行业消费者基本情况

第二节 中国预调鸡尾酒行业消费者属性及偏好调查

第三节 预调鸡尾酒行业成本分析

第四节 预调鸡尾酒行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节 中国预调鸡尾酒行业价格现状分析

第六节 中国预调鸡尾酒行业平均价格走势预测

一、中国预调鸡尾酒行业价格影响因素

二、中国预调鸡尾酒行业平均价格走势预测

三、中国预调鸡尾酒行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国预调鸡尾酒行业区域市场现状分析

第一节 中国预调鸡尾酒行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区预调鸡尾酒市场分析

一、华东地区概述

- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区预调鸡尾酒市场规模分析
- 四、华东地区预调鸡尾酒市场规模预测
- 第三节 华北地区市场分析
 - 一、华北地区概述
 - 二、华北地区经济环境分析
 - 三、华北地区预调鸡尾酒市场规模分析
 - 四、华北地区预调鸡尾酒市场规模预测
- 第四节 华南地区市场分析
 - 一、华南地区概述
 - 二、华南地区经济环境分析
 - 三、华南地区预调鸡尾酒市场规模分析
 - 四、华南地区预调鸡尾酒市场规模预测

第九章 2017-2020年中国预调鸡尾酒行业竞争情况

第一节 中国预调鸡尾酒行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国预调鸡尾酒行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节 中国预调鸡尾酒行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 预调鸡尾酒行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第七节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第八节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第九节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国预调鸡尾酒行业发展前景分析与预测

第一节 中国预调鸡尾酒行业未来发展前景分析

一、预调鸡尾酒行业国内投资环境分析

二、中国预调鸡尾酒行业市场机会分析

三、中国预调鸡尾酒行业投资增速预测

第二节 中国预调鸡尾酒行业未来发展趋势预测

第三节 中国预调鸡尾酒行业市场发展预测

一、中国预调鸡尾酒行业市场规模预测

二、中国预调鸡尾酒行业市场规模增速预测

三、中国预调鸡尾酒行业产值规模预测

四、中国预调鸡尾酒行业产值增速预测

五、中国预调鸡尾酒行业供需情况预测

第四节 中国预调鸡尾酒行业盈利走势预测

一、中国预调鸡尾酒行业毛利润同比增速预测

二、中国预调鸡尾酒行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国预调鸡尾酒行业投资机遇、风险与营销分析

第一节 预调鸡尾酒产业投资面临的机遇

一、政策机遇

二、技术创新机遇

三、市场机遇

四、其他机遇

第二节 预调鸡尾酒行业投资风险分析

- 一、预调鸡尾酒行业政策风险分析
- 二、预调鸡尾酒行业技术风险分析
- 三、预调鸡尾酒行业竞争风险分析
- 四、预调鸡尾酒行业其他风险分析

第三节 预调鸡尾酒行业企业经营发展分析及建议

- 一、预调鸡尾酒行业经营模式
- 二、预调鸡尾酒行业销售模式
- 三、预调鸡尾酒行业创新方向

第四节 预调鸡尾酒行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国预调鸡尾酒行业发展战略及规划建议

第一节 中国预调鸡尾酒行业品牌战略分析

- 一、预调鸡尾酒企业品牌的重要性
- 二、预调鸡尾酒企业实施品牌战略的意义
- 三、预调鸡尾酒企业品牌的现状分析
- 四、预调鸡尾酒企业的品牌战略
- 五、预调鸡尾酒品牌战略管理的策略

第二节 中国预调鸡尾酒行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国预调鸡尾酒行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章 2021-2026年中国预调鸡尾酒行业发展策略及投资建议

第一节 中国预调鸡尾酒行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国预调鸡尾酒行业定价策略分析

第三节 中国预调鸡尾酒行业营销渠道策略

一、预调鸡尾酒行业渠道选择策略

二、预调鸡尾酒行业营销策略

第四节 中国预调鸡尾酒行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国预调鸡尾酒行业重点投资区域分析

二、中国预调鸡尾酒行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiulei/517245517245.html>