

中国预调酒行业市场盈利模式现状及十三五投资 规划研究报告

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《中国预调酒行业市场盈利模式现状及十三五投资规划研究报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/jiulei/231915231915.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

预调鸡尾酒最早于20世纪80年代诞生于欧洲，主要是以朗姆、伏特加、威士忌、白兰地等作为基酒，加入各种口味的果汁而成的混合酒精饮料。由于预调酒口味清爽，富有果汁香味，再加上外观缤纷艳丽赏心悦目，被时尚族群所推崇，并迅速风靡全球。

预调鸡尾酒行业在中国起步较晚，但增长很快，销售规模由2009年的600万箱增至2013年的1700万箱。2014年，预调酒行业市场规模达到30亿元。

国内预调鸡尾酒市场份额最大的两个品牌是锐澳（rio）和冰锐（breezer），其中锐澳2015年上半年实现销售收入16.17亿元，同比增长342.8%。百润股份2014年9月收购拥有锐澳的上海巴克斯酒业100%股权，收购价格56.65亿元，较巴克斯净资产增值超过22倍。按照利润补偿协议，2015年巴克斯需实现净利润38307.67万元，同比增长72.8%。巴克斯上半年实现净利润56577.58万元，已经远远超过承诺数目，这也反映出鸡尾酒市场的爆发式增长。

但目前预调鸡尾酒行业销售收入较啤酒、白酒相比仍然较小，国内预调酒仅占整个酿酒行业的0.12%，而海外成熟市场占比一般在3%-4%之间，这个新兴市场还有30倍以上的成长空间。

中国报告网发布的《中国预调酒行业市场盈利模式现状及十三五投资规划研究报告》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。

报告大纲：

第一章中国预调酒行业经济与政策环境分析

第一节2015年全球经济环境分析

一、2015年全球经济运行概况

二、2015年全球经济形势预测

第二节2015年中国经济环境分析

一、2015年中国宏观经济运行概况

二、中国GDP增长情况分析

三、2015年中国宏观经济趋势预测

第三节中国预调酒相关行业监管政策分析

一、相关行业监督管理体制

二、制酒行业“十二五”发展规划

- (一)培育龙头企业，构建产业集群，提升品牌竞争力
- (二)调整产品结构，提高产品质量，转变增长方式
- (三)加大科技投入，增强自主创新能力
- (四)加强产业标准制定，完善食品安全保障体系
- (五)倡导清洁生产低碳发展，完成节能减排目标
- (六)重视人才培养，加快信息化建设
- (七)倡导社会责任，建设诚信体系，构建良好市场秩序

第二章2015年世界预调酒行业发展态势分析

第一节预调酒行业概述

- 一、预调酒行业定义
- 二、预调酒发展历史
- 三、预调酒产品分类
- (一)按基酒分类
- (二)按口味分类

第二节2015年世界预调酒市场发展状况分析

- 一、市场发展规模
- 二、市场发展阶段

第三节世界预调酒行业发展趋势分析

- 一、口味发展趋势
- 二、功能发展趋势

第三章中国预调酒行业发展概况分析

第一节2015年中国预调酒产品特点分析

第二节中国预调酒行业发展总体概况

- 一、预调酒成为酒水行业必争的新利润增长点
- 二、预调酒国内品牌市场占有率呈现快速上升
- 三、预调酒行业销售渠道开始不断趋于多样化
- 四、预调酒文化在我国传播速度相对较为迟缓

第四章2015年中国预调酒行业发展概况

第一节2015年中国预调酒行业发展态势分析

- 一、竞争强度日益增加
- 二、品类细分化程度加深

第二节2015年中国预调酒行业市场规模

第三节2015年中国预调酒行业价格分析

第五章2015年中国预调酒行业市场竞争格局分析

第一节预调酒行业主要竞争因素分析

- 一、行业内企业竞争
- 二、潜在进入者
- 三、替代产品威胁
- 四、供应商议价能力
- 五、需求客户议价能力

第二节预调酒行业竞争壁垒分析

- 一、行业准入壁垒
- 二、技术壁垒
- 二、渠道壁垒

第三节预调酒行业竞争格局分析

- 一、竞争格局发展趋势
 - (一)锐澳预调酒开历史先河
 - (二)百加得冰锐后期追逐
 - (三)更多跟进者进入，竞争更加激烈
- 二、主要预调酒品牌竞争格局
 - (一)冰锐、锐澳
 - (二)VK、红广场
 - (三)蓝精伶、动力火车

第四节预调酒行业竞争策略分析

第六章2015中国预调酒消费市场分析

第一节2015年中国消费环境分析

- 一、社会消费品零售总额分析
- 二、城乡居民收入增长分析

第二节预调酒主要消费群体分析

- 一、性别结构
- 二、年龄结构
- 三、职业结构

第三节预调酒消费行为分析

- 一、消费行为特点
 - (一)群体性
 - (二)从众性
- 二、消费关注要素

第七章2015年预调酒产业相关行业发展概况

第一节香料香精行业市场发展分析

一、国际香精香料行业概况

二、我国香精香料行业概况

三、我国香精香料行业发展趋势

(一)走科、工、贸一体化的综合发展道路

(二)产品结构会从“单一型”向“复合型”发展

(三)从中低端市场向高端市场发展

(四)行业内兼并增加，企业间竞争更激烈

第二节其他相关行业市场发展分析

一、白酒市场

二、啤酒市场

三、葡萄酒市场

四、黄酒市场

五、果酒市场

六、保健酒市场

第八章2015年中国预调酒进出口现状与预测

第一节2013-2015年预调酒进口分析

一、2013-2015年预调酒进口总量

二、2015年预调酒主要进口国家

第二节2013-2015年预调酒出口分析

一、2013-2015年预调酒出口总量

二、2015年预调酒主要出口国家

第九章2013-2015年中国预调酒产业行业重点区域运行分析

第一节华北市场分析

第二节中南市场分析

第三节华东市场分析

第四节东北市场分析

第十章中国预调酒行业重点企业竞争力分析

第一节百加得(上海)有限公司

一、公司基本情况

二、公司产品经营情况分析

三、公司预调酒分析

第二节香港维佳集团

一、公司基本情况

二、公司产品经营情况分析

三、公司预调酒分析

第三节上海锐澳酒业有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、公司产品经营情况分析
- 三、公司预调酒分析

第四节广州佰翠酒业有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、公司产品经营情况分析
- 三、公司预调酒产品分析

第五节广州市伯锐贸易有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、公司经营情况分析
- 三、公司预调酒产品分析

第十一章2016-2020年中国预调酒行业发展预测

第一节预调酒行业发展趋势分析

- 一、渠道分布趋势
- 二、消费趋势分析

第二节2016-2020年我国预调酒行业市场规模预测

第十二章2016-2020年预调酒行业风险与应对策略

第一节预调酒行业风险分析与应对策略

- 一、宏观经济风险与应对策略
- 二、政策变化风险与应对策略
- 三、技术水平风险与应对策略
- 四、企业经营风险与应对策略

第二节预调酒行业经营策略

- 一、战略合作联盟的实施
- 二、企业自身应对策略

第十三章预调酒行业投.资机会与投.资战略研究

第一节预调酒行业投.资机会分析

- 一、预调酒产品实现分层
- 二、预调酒消费意识崛起
- 三、二三线空白市场挖掘

第二节预调酒行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 四、产业战略规划
- 五、营销品牌战略

六、竞争战略规划

第三节对我国预调酒品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、预调酒实施品牌战略的意义

(一)利于生产企业市场细分

(二)利于产品市场销售

(三)利于降低经营风险

三、预调酒企业品牌的现状分析

(一)缺乏品牌管理的人才

(二)忽略产品品牌的质量

(三)传播品牌的方式单一

四、预调酒生产企业的品牌战略

图表详见正文……

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiulei/231915231915.html>