

2016-2020年中国预调酒市场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

《2016-2020年中国预调酒市场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/yanjiu1511/B33827DKNP.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-11-30

【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

报告说明:

博思数据发布的《2016-2020年中国预调酒市场深度调研与投资前景研究报告》共九章。报告介绍了预调酒行业相关概述、中国预调酒产业运行环境、分析了中国预调酒行业的现状、中国预调酒行业竞争格局、对中国预调酒行业做了重点企业经营状况分析及中国预调酒产业发展前景与投资预测。您若想对预调酒产业有个系统的了解或者想投资预调酒行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

第一章 预调酒相关概述

1.1 预调酒简介

1.2 发展历史

1.3 品类划分

第二章 中国预调酒行业发展环境分析

2.1 国际环境

2.1.1 全球市场规模

2.1.2 主要国家分布

2.2 经济环境

2.2.1 全球经济金融环境分析

2.2.2 中国宏观经济环境分析

2.2.3 中国宏观经济发展趋势

2.3 政策环境

2.3.1 行业有利政策

2.3.2 制酒行业规划

第三章 2013-2015年中国预调酒行业发展分析

3.1 中国预调酒行业发展概述

3.1.1 发展历程

3.1.2 产品分类

3.2 中国预调酒行业发展现状

3.2.1 行业爆发式增长

3.2.2 行业格局未稳定

3.2.3 行业竞争现状

3.3 中国预调酒行业发展面临的问题

3.3.1 竞争门槛增高

3.3.2 产品品质堪忧

3.3.3 降价压力增大

3.3.4 经销商选择难

3.4 中国预调酒行业发展的策略分析

3.4.1 品牌广告植入抢滩

3.4.2 需兼顾口味与受众

3.4.3 应对市场冲击策略

3.4.4 中式预调酒难分羹

第四章 2013-2015年中国预调酒市场分析

4.1 市场运行现状

4.1.1 市场格局

4.1.2 市场优势

4.1.3 市场特点

4.1.4 品牌分布

4.2 消费行为分析

4.2.1 消费群体

4.2.2 消费场合

4.2.3 包装偏好

4.3 产品销售分析

4.3.1 成本分析

4.3.2 价格分析

4.3.3 销售渠道

第五章 预调酒行业品牌分析

5.1 国外品牌

5.1.1 Vodka Kick

5.1.2 PRE-MIXED PACKAGED SPIRITS

5.1.3 WIGGLE

5.2 国内品牌

5.2.1 RIO

5.2.2 冰锐

5.2.3 锐舞

5.2.4 蓝精伶

5.2.5 动力火车

5.2.6 LORDEE

5.3 新兴品牌

5.3.1 MIXXTAIL

5.3.2 TAKI

5.3.3 DEW

第六章 预调酒相关行业分析

6.1 香料香精

6.1.1 行业发展特点

6.1.2 生产销售情况

6.1.3 对外贸易情况

6.1.4 产品结构情况

6.1.5 行业竞争分析

6.2 白酒

6.2.1 行业运行状况

6.2.2 行业影响因素

6.2.3 行业经营状况

6.2.4 行业热点分析

6.2.5 行业与互联网融合发展

6.2.6 酿造领域创新项目获批

6.3 啤酒

6.3.1 行业经济运行状况

6.3.2 产业结构日趋成熟

6.3.3 产品结构深化调整

6.3.4 品牌结构日趋合理

6.3.5 装备不断升级换代

6.3.6 消费趋势日新月异

6.4 葡萄酒

6.4.1 行业发展变化趋势

6.4.2 行业发展热点动态

6.4.3 市场呈现回暖态势

6.4.4 市场消费空间巨大

6.4.5 行业发展面临挑战

6.4.6 行业未来发展走向

6.5 黄酒

6.5.1 行业发展综述

6.5.2 市场发展回顾

6.5.3 行业弱势反弹

6.5.4 行业发展面临机遇

6.5.5 产品文化构建分析

6.6 保健酒

6.6.1 市场发展态势

6.6.2 市场销售规模

6.6.3 营销渠道分析

6.6.4 市场发展策略

6.6.5 产品发展战略

6.6.6 企业发展对策

6.6.7 行业发展趋势

第七章 中国预调酒行业重点企业分析

7.1 上海百加得（Bacardi）有限公司

7.1.1 企业发展概况

7.1.2 公司经营分析

7.1.3 预调酒市场

7.2 香港维佳集团

7.2.1 企业发展概况

7.2.2 公司经营分析

7.2.3 预调酒市场

7.3 上海锐澳酒业有限公司

7.3.1 企业发展概况

7.3.2 公司经营分析

7.3.3 预调酒市场

7.4 广州佰翠酒业有限公司

7.4.1 企业发展概况

7.4.2 公司经营分析

7.4.3 预调酒市场

7.5 广州市伯锐贸易有限公司

7.5.1 企业发展概况

7.5.2 公司经营分析

7.5.3 预调酒市场

7.6 广州凰品酒业有限公司

7.6.1 企业发展概况

7.6.2 公司经营分析

7.6.3 预调酒市场

第八章 预调酒行业投资分析

8.1 投资现状

8.1.1 百润股份收购巴克斯

8.1.2 大名城投资道格拉斯

8.1.3 黑牛开发预调酒市场

8.1.4 白酒企业试水预调酒

8.2 投资风险

8.2.1 行业风险

8.2.2 市场风险

8.2.3 资本风险

8.2.4 价格风险

8.2.5 渠道风险

8.3 投资壁垒

8.3.1 进入壁垒

8.3.2 技术壁垒

8.3.3 渠道壁垒

8.3.4 品牌壁垒

第九章 2015-2019年中国预调酒行业发展趋势及前景分析

9.1 中国预调酒行业发展前景及趋势分析

9.1.1 市场发展前景

9.1.2 消费市场转移

9.1.3 销售渠道拓宽

9.1.4 产品包装趋势

9.2 2015-2019年中国预调酒行业发展预测分析

9.2.1 行业影响因素

9.2.2 市场规模预测

9.2.3 市场利润预测

附录

附录一：酒类商品零售经营管理规范

附录二：酒类商品批发经营管理规范

附录三：关于“十二五”期间加强酒类流通管理的指导意见

附录四：酒类流通管理办法（修订）（征求意见稿）

图表目录

图表1 预调酒主要消费国家占比

图表2 预调酒主要消费国家人均消费量

图表3 各国际组织下调世界及主要经济体经济增长率预测值

图表4 世界工业生产同比增长率

图表5 三大经济体GDP环比增长率（%）

图表6 世界及主要经济体GDP同比增长率

图表7 三大经济体零售额同比增长率

图表8 世界贸易量同比增长率

图表9 波罗的海干散货运指数

图表10 世界、发达国家和发展中国家消费价格同比上涨率

图表11 美国、日本和欧元区失业率

图表12 2014年全球需求仍处于较低水平

图表13 2014年降息经济体

图表14 2014年升息经济体

图表15 美元指数及美元兑欧元和日元走势

图表16 国际市场初级产品价格名义指数走势（2010=100）

图表17 欧元区CPI上涨率

图表18 四大机构对世界及主要经济体GDP增长率的预测

图表19 2014年年末全国人口数及其构成

图表20 2010-2014年国内生产总值及其增长速度

图表21 2010-2014年城镇新增就业人数

图表22 2010-2014年国家全员劳动生产率

图表23 2014年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表24 2010-2014年全国一般公共预算收入

图表25 2010-2014年全国粮食产量增长情况

图表26 2010-2014年全部工业增加值及其增长情况

图表27 2010-2014年全社会建筑业增加值及其增长速度

图表28 2010-2014年全社会固定资产投资规模

图表29 2014年分行业固定资产投资（不含农户）及其增速

图表30 2014年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表31 2010-2014年社会消费品零售总额

图表32 2010-2014年我国货物进出口总额

图表33 2014年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表34 2014年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度

图表35 2010-2014年固定互联网宽带及移动宽带用户规模

图表36 国内预调酒行业竞争格局

图表37 预调鸡尾酒行业竞争格局

图表38 主要预调鸡尾酒品牌13年市场占有率与单瓶售价

图表39 中国香精香料行业销街收入变化

- 图表40 香精香料行业工业总产值及增长率走势
- 图表41 2014年全国白酒批发价格同比、环比指数
- 图表42 2014年全国白酒价格、全国名酒价格定基指数
- 图表43 2014年全国地方酒同比、环比指数
- 图表44 2014年全国基酒批发价格同比、环比、定基指数
- 图表45 2014年全国及四川白酒批发价格同比指数
- 图表46 2014年全国名酒与泸州名酒同比指数
- 图表47 2012-2014年白酒产量与批发价格走势
- 图表48 2012-2014年规模以上白酒企业数量
- 图表49 2014年白酒行业CR5市场份额表
- 图表50 2014年四川与江苏白酒上市公司业绩对比
- 图表51 2005年与2014年相关数据对比表
- 图表52 2008-2014年我国啤酒产量及增长率
- 图表53 2008-2014年各大区啤酒市场（产量）变化
- 图表54 2008-2014年我国啤酒业销售收入变化表
- 图表55 2008-2014年我国啤酒业经济指标变化表
- 图表56 2008-2013年我国啤酒业企业及工厂数量变化表
- 图表57 2008-2014年我国啤酒业行业集中度变化图
- 图表58 2008-2013年我国啤酒产品包装结构变化
- 图表59 2007年和2013年啤酒产品包装结构图
- 图表60 2008-2014年我国啤酒进口量
- 图表61 2014年主要进口来源国瓶装葡萄酒均价
- 图表62 2011-2014年主要进口来源国瓶装葡萄酒历年价格趋势
- 图表63 2001-2013年保健酒行业销售总额
- 图表64 2012年部分保健酒品牌价值

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/yanjiu1511/B33827DKNP.html>