

中国伏特加酒市场运营全景分析与未来及发展定位预测报告

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《中国伏特加酒市场运营全景分析与未来及发展定位预测报告》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/229033229033.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

伏特加酒以谷物或马铃薯为原料，经过蒸馏制成高达95°的酒精，再用蒸馏水淡化至40°-60°，并经过活性炭过滤，使酒质更加晶莹澄澈，无色且清淡爽口，使人感到不甜、不苦、不涩，只有烈焰般的刺激，形成伏特加酒独具一格的特色。因此，在各种调制鸡尾酒的基酒之中，伏特加酒是最具有灵活性、适应性和变通性的一种酒。伏特加酒的两大类，一类是无色，无杂味的上等伏特加；另一类是加入各种香料的伏特加。伏特加的制法是将麦芽放入裸麦、大麦、小麦、玉米等谷物或马铃薯中，使其糖化后，再放入连续式蒸馏器中蒸馏，制出酒度在75%以上的蒸馏酒，再让蒸馏酒缓慢地通过白桦木炭层，制出来的成品是无色的，这种伏特加是所有酒类中最无杂味的据统计，现在俄罗斯生产的伏特加酒占世界传统伏特加酒市场总产量的4%，可见，世界上生产伏特加酒的国家之多、数量之大。由于美国、波兰等国生产大量优质的伏特加酒和其他原因，关于伏特加酒起源的争议十分激烈，直至1982年国际仲裁机构做出裁决，才确定了原产于俄罗斯的伏特加酒具有最初的优先发明权。第二次世界大战前，只有俄国、波兰、爱沙尼亚、拉脱维亚等波罗的海国家生产伏特加。战后，伏特加的生产急剧发展，遍及世界各地。目前，除俄罗斯及东欧各国外，生产和消费量较多的还有美国和欧洲许多国家。生产的品种除纯伏特加外，还有加入芳香植物调香的伏特加。

伏特加酒又名俄得克，起源于前苏联，后来发展到波兰、爱沙尼亚、拉脱维亚、美国、加拿大等国家。从产销量上看，以俄罗斯为最多。我国已于20世纪50年代开始生产伏特加酒，目前已遍布山东、北京、上海、安徽、江苏等省市，近60个生产企业，平均每年增加10家企业。由于该产品是以食用优级酒精为酒基，用软化水调配，经活性炭或专用净化介质处理精制加工而成的蒸馏酒，因此含极少或基本不含对人体健康有害的杂质，被认为是目前国际流行的最纯净的酒种之一。

就消费层面而言，伏特加酒等洋酒在中国市场正呈现出四个转变趋势：首先，洋酒的消费区域，由经济发达的沿海地区如深圳、广州以及上海、北京等大城市向内地城市延伸；其次，洋酒的消费途径，除了最初的星级酒店，现在越来越广泛地进入酒吧、KTV、夜总会等娱乐场所以及超市、大卖场等大众渠道；再次，洋酒的消费群体，由旅华外国人、海归人士、政府官员、企业家扩充到白领阶层和追求时尚的年轻一代，年龄在25岁~45岁，以男性为主；最后，洋酒的消费心态更趋于理性和个性化，如果说10年前喝洋酒是赶时髦给别人看，那么现阶段的消费者则更多是因为对洋酒文化的认同，希望从中领悟洋酒的文化内涵及其时尚、高雅的风格。

中国报告网发布的《中国伏特加酒市场运营全景分析与未来及发展定位预测报告》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。

。

【报告目录】

第一部分行业发展现状

第一章伏特加酒行业概述

第一节伏特加酒相关概念

一、伏特加酒简介

二、伏特加酒的分类

三、伏特加酒的质量指标

第二节伏特加酒的主要作用及用途简介

第二章2013-2015年世界伏特加酒行业发展状况分析

第一节2013-2015年世界伏特加酒行业运行概况

一、全球伏特加酒市场规模

二、全球伏特加酒发展情况

三、伏特加酒原产地的酿造历史

四、伏特加酒原产地外的伏特加

五、全球主要伏特加品牌简介

第二节2013-2015年世界主要地区伏特加酒行业运行情况

一、俄罗斯

二、波兰

三、瑞典

第三节2016-2022年世界伏特加酒行业发展趋势分析

第三章2013-2015年中国伏特加酒的行业发展环境分析

第一节2013-2015年中国经济环境分析

一、宏观经济

二、工业形势

三、固定资产投资

第二节2013-2015年中国伏特加酒的行业发展政策环境分析

一、行业政策影响分析

二、相关行业标准分析

第三节2016-2022年中国伏特加酒的行业发展社会环境分析

第四章2013-2015年中国伏特加酒行业市场调查情况分析

第一节2013-2015年中国伏特加酒市场运行现状分析

一、国内伏特加酒市场现状分析

二、国内伏特加酒市场需求情况分析

第二节2013-2015年中国伏特加酒行业发展形势分析

一、国内伏特加酒行业现状

二、中国伏特加酒行业影响因素分析

第三节2013-2015年中国伏特加酒行业发展对策与建议分析

第五章2013-2015年中国伏特加酒行业数据调查分析

第一节2013-2015年中国伏特加酒行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、从业人数增长分析

三、资产规模增长分析

第二节2015年中国伏特加酒行业结构分析

一、企业数量结构分析

二、销售收入结构分析

第三节2013-2015年中国伏特加酒行业成本费用分析

一、销售成本统计

二、费用统计

第四节2013-2015年中国伏特加酒行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第六章中国伏特加酒区域市场调查状况分析

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

第七章中国伏特加酒用户度市场调查情况分析

第一节伏特加酒用户认知程度

第二节伏特加酒用户关注因素

一、功能

二、质量

三、价格

四、口味

五、服务

第二部分行业竞争格局

第八章2013-2015年中国伏特加酒产业市场竞争格局分析

第一节2013-2015年中国伏特加酒产业竞争现状分析

一、市场竞争程度分析

二、伏特加酒产品价格竞争分析

三、伏特加酒产业技术竞争分析

第二节伏特加酒竞争优劣势分析

第三节2013-2015年中国伏特加酒行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、区域集中度

第四节2013-2015年中国伏特加酒企业提升竞争力策略分析

第九章中国伏特加酒行业重点厂商分析

第一节上海好来喜糖业烟酒有限公司

一、企业概况

二、主要产品分析

三、企业发展战略

第二节青岛道格拉斯洋酒有限公司

一、企业概况

二、主要产品分析

三、企业发展战略

第三节深圳市鸿之佳商贸有限公司

一、企业概况

二、主要产品分析

三、企业发展战略

第四节保乐力加（中国）贸易有限公司

一、企业概况

二、主要产品分析

三、企业发展战略

第五节深圳唐河供应链有限公司

一、企业概况

二、主要产品分析

三、企业发展战略

第十章2013-2015年中国伏特加酒行业产业链分析

第一节伏特加酒上游行业分析

一、上游行业发展现状

二、上游行业发展趋势

三、上游行业对伏特加酒行业的影响

第二节伏特加酒下游行业分析

- 一、下游行业发展现状
- 二、下游行业发展趋势
- 三、下游行业对伏特加酒行业的影响
- 第三节国内知名洋酒代理商介绍
- 第三部分投.资前景展望
- 第十一章2016-2022年中国伏特加酒产业发展趋势预测分析
- 第一节2016-2022年中国伏特加酒产业发展趋势分析
- 一、伏特加酒技术发展方向分析
- 二、伏特加酒行业前景分析
- 第二节2016-2022年中国伏特加酒产业市场预测分析
- 一、伏特加酒市场供给预测分析
- 二、伏特加酒行业需求预测分析
- 第三节2016-2022年中国伏特加酒产业市场盈利预测分析
- 第十二章2016-2022年中国伏特加酒产业投.资机会与风险分析
- 第一节2016-2022年中国伏特加酒产业投.资环境分析
- 第二节2016-2022年中国伏特加酒产业投.资机会分析
- 一、伏特加酒行业区域投.资热点分析
- 二、伏特加酒行业投.资潜力分析
- 第三节2016-2022年中国伏特加酒产业投.资风险分析
- 一、市场运营风险
- 二、技术风险
- 三、政策风险
- 四、进入退出风险
- 第三部分投.资战略研究
- 第十三章2016-2022年中国伏特加酒产业投.资战略分析
- 第一节伏特加酒行业发展战略研究
- 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、国际竞争战略
- 第二节对伏特加酒品牌的战略思考
- 一、企业品牌的重要性

二、伏特加酒实施品牌战略的意义

三、伏特加酒企业品牌的现状分析

四、我国伏特加酒企业的品牌战略

五、伏特加酒品牌战略管理的策略

第三节市场的重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、重点客户战略管理

四、重点客户管理功能

第四节伏特加酒在中国的市场战略

一、在中国的战略转型分析

二、在中国的市场运作模式

三、洋酒拓展中国市场攻略

第十四章结论及建议

图表详见正.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiulei/229033229033.html>