

# 2014-2020年中国伏特加酒 行业发展分析及投资研究报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2014-2020年中国伏特加酒行业发展分析及投资研究报告》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.cction.com/report/201404/103222.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

《2014-2020年中国伏特加酒行业发展分析及投资研究报告》报告主要分析了伏特加酒的市场规模、伏特加酒产品供需求状况、伏特加酒竞争状况和伏特加酒主要经营情况、伏特加酒主要企业的市场占有率，同时对伏特加酒的未来发展做出科学的预测。

### 【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 1

##### 第一节伏特加酒相关概念 1

###### 一、伏特加酒简介 1

###### 二、伏特加酒的分类 1

###### 三、伏特加酒的质量指标 3

##### 第二节伏特加酒的主要作用及用途简介 4

#### 第二章 2012-2013年世界伏特加酒行业发展状况分析 8

##### 第一节 2012-2013年世界伏特加酒行业运行概况 8

###### 一、全球伏特加酒市场规模 8

###### 二、全球伏特加酒发展情况 8

###### 三、伏特加酒原产地的酿造历史 9

###### 四、伏特加酒原产地外的伏特加 11

###### 五、全球主要伏特加品牌简介 16

##### 第二节 2012-2013年世界主要地区伏特加酒行业运行情况分析 19

###### 一、俄罗斯 19

###### 二、波兰 20

###### 三、瑞典 21

##### 第三节2014-2020年世界伏特加酒行业发展趋势分析 21

#### 第三章 2012-2013年中国伏特加酒的行业发展环境分析 22

##### 第一节 2012-2013年中国经济环境分析 22

###### 一、宏观经济 22

###### 二、工业形势 27

###### 三、固定资产投资 31

## 第二节 2012-2013年中国伏特加酒的行业发展政策环境分析 34

### 一、行业政策影响分析 34

### 二、相关行业标准分析 51

## 第三节 2014-2020年中国伏特加酒的行业发展社会环境分析 56

## 第四章 2012-2013年中国伏特加酒行业市场调查情况分析 66

### 第一节 2012-2013年中国伏特加酒市场运行现状分析 66

#### 一、国内伏特加酒市场现状分析 66

#### 二、国内伏特加酒市场需求情况分析 66

### 第二节 2012-2013年中国伏特加酒行业发展形势分析 67

#### 一、国内伏特加酒行业现状 67

#### 二、中国伏特加酒行业影响因素分析 68

### 第三节 2012-2013年中国伏特加酒行业发展对策与建议分析 68

## 第五章 2012-2013年中国伏特加酒行业数据调查分析 72

### 第一节 2012-2013年中国伏特加酒行业规模分析 72

#### 一、企业数量增长分析 72

#### 二、从业人数增长分析 73

#### 三、资产规模增长分析 73

### 第二节 2012年中国伏特加酒行业结构分析 74

#### 一、企业数量结构分析 74

#### 二、销售收入结构分析 75

### 第三节 2012-2013年中国伏特加酒行业成本费用分析 76

#### 一、销售成本统计 76

#### 二、费用统计 77

### 第四节 2012-2013年中国伏特加酒行业盈利能力分析 78

#### 一、主要盈利指标分析 78

#### 二、主要盈利能力指标分析 79

## 第六章 中国伏特加酒区域市场调查状况分析 81

### 第一节 华北市场 81

#### 一、地区发展状况 81

二、地区需求状况 82

三、地区竞争状况 82

第二节中南市场 82

一、地区发展状况 82

二、地区需求状况 84

三、地区竞争状况 84

第三节华东市场 84

一、地区发展状况 84

二、地区需求状况 86

三、地区竞争状况 86

第四节东北市场 86

一、地区发展状况 86

二、地区需求状况 87

三、地区竞争状况 88

第五节西部市场 88

一、地区发展状况 88

二、地区需求状况 90

三、地区竞争状况 90

第七章中国伏特加酒用户度市场调查情况分析 91

第一节伏特加酒用户认知程度 91

第二节伏特加酒用户关注因素 92

一、功能 92

二、质量 92

三、价格 93

四、口味 93

五、服务 94

第二部分行业竞争格局

第八章 2012-2013年中国伏特加酒产业市场竞争格局分析 95

第一节 2012-2013年中国伏特加酒产业竞争现状分析 95

一、市场竞争程度分析 95

|                                 |     |
|---------------------------------|-----|
| 二、伏特加酒产品价格竞争分析                  | 99  |
| 三、伏特加酒产业技术竞争分析                  | 99  |
| 第二节伏特加酒竞争优劣势分析                  | 101 |
| 第三节 2012-2013年中国伏特加酒行业集中度分析     | 102 |
| 一、市场集中度分析                       | 102 |
| 二、区域集中度                         | 103 |
| 第四节 2012-2013年中国伏特加酒企业提升竞争力策略分析 | 109 |

## 第九章 2012-2013年中国伏特加酒行业重点厂商分析 113

### 第一节上海好来喜糖业烟酒有限公司 113

- 一、企业概况 113
- 二、主要产品分析 113
- 三、企业发展战略 116

### 第二节青岛道格拉斯洋酒有限公司 117

- 一、企业概况 117
- 二、主要产品分析 117
- 三、企业发展战略 118

### 第三节深圳市鸿之佳商贸有限公司 119

- 一、企业概况 119
- 二、主要产品分析 119
- 三、企业发展战略 120

### 第四节保乐力加(中国)贸易有限公司 121

- 一、企业概况 121
- 二、主要产品分析 122
- 三、企业发展战略 122

### 第五节深圳唐河供应链有限公司 122

- 一、企业概况 122
- 二、主要产品分析 123
- 三、企业发展战略 124

## 第十章 2012-2013年中国伏特加酒行业产业链分析 125

### 第一节伏特加酒上游行业分析 125

- 一、上游行业发展现状 125
- 二、上游行业发展趋势 125
- 三、上游行业对伏特加酒行业的影响 127
- 第二节伏特加酒下游行业分析 127
- 一、下游行业发展现状 127
- 二、下游行业发展趋势 128
- 三、下游行业对伏特加酒行业的影响 129
- 第三节国内知名洋酒代理商介绍 130

### 第三部分投资前景展望

#### 第十一章2014-2020年中国伏特加酒产业发展趋势预测分析 134

##### 第一节2014-2020年中国伏特加酒产业发展趋势分析 134

###### 一、伏特加酒技术发展方向分析 134

###### 二、伏特加酒行业前景分析 136

##### 第二节2014-2020年中国伏特加酒产业市场预测分析 136

###### 一、伏特加酒市场供给预测分析 136

###### 二、伏特加酒行业需求预测分析 137

##### 第三节2014-2020年中国伏特加酒产业市场盈利预测分析 137

#### 第十二章“十二五”期间伏特加酒发展环境分析 138

##### 第一节“十二五”规划解读 138

###### 一、“十二五”规划的总体战略布局 138

###### 二、“十二五”规划对经济发展的影响 145

###### 三、“十二五”规划的主要精神解读 148

##### 第二节“十二五”期间世界经济发展趋势 155

###### 一、“十二五”期间世界经济将逐步恢复增长 155

###### 二、“十二五”期间经济全球化曲折发展 155

###### 三、“十二五”期间新能源与节能环保将引领全球产业 156

###### 四、“十二五”期间跨国投资再趋活跃 157

###### 五、“十二五”期间气候变化与能源资源将制约世界经济 158

###### 六、“十二五”期间美元地位继续削弱 158

###### 七、“十二五”期间世界主要新兴经济体大幅提升 159

|                               |     |
|-------------------------------|-----|
| 第三节 “十二五”期间我国经济面临的形势          | 160 |
| 一、“十二五”期间我国经济将长期趋好            | 160 |
| 二、“十二五”期间我国经济将围绕三个转变          | 161 |
| 三、“十二五”期间我国工业产业将全面升级          | 161 |
| 四、“十二五”期间我国以绿色发展战略为基调         | 162 |
| 第四节 “十二五”期间我国对外经济贸易预测         | 162 |
| 一、“十二五”期间我国劳动力结构预测            | 162 |
| 二、“十二五”期间我国贸易形式和利用外资方式预测      | 163 |
| 三、“十二五”期间我国自主创新结构预测           | 164 |
| 四、“十二五”期间我国产业体系预测             | 164 |
| 五、“十二五”期间我国产业竞争力预测            | 165 |
| 六、“十二五”期间我国经济国际化预测            | 165 |
| 七、“十二五”期间我国经济将面临的贸易障碍预测       | 167 |
| 八、“十二五”期间人民币区域化和国际化预测         | 167 |
| 九、“十二五”期间我国对外贸易与城市发展关系预测      | 168 |
| 十、“十二五”期间我国中小企业面临的外需环境预测      | 169 |
| 第五节 中国“十二五”发展热点问题探讨           | 170 |
| 一、推进城镇化和加快新农村建设，调整优化城乡结构      | 170 |
| 二、发展绿色经济和钻石经济，增强可持续发展能力       | 171 |
| 三、发挥地区比较优势，促进区域协调发展           | 173 |
| 四、建立扩大消费需求的长效机制研究             | 176 |
| 五、培育新型战略型产业，优化经济结构            | 178 |
| 第六节 中国酿酒产业“十二五”发展规划           | 179 |
| 一、发展环境和消费需求预测                 | 179 |
| 二、指导思想、发展方向和主要目标              | 180 |
| 三、主要任务                        | 187 |
| 四、政策性建议                       | 193 |
| 第七节 “十二五”利用外资和境外投资规划          | 194 |
| 一、“十一五”利用外资和境外投资基本情况          | 195 |
| 二、“十二五”利用外资和境外投资面临形势          | 200 |
| 三、“十二五”利用外资和境外投资的指导思想、主要目标和任务 | 202 |
| 四、“十二五”利用外资和境外投资的主要政策措施       | 206 |

## 第八节 “十二五”期间加强酒类流通管理的指导意见 211

### 一、指导思想与发展目标 212

### 二、主要任务 213

### 三、保障措施 215

## 第十三章 2014-2020年中国伏特加酒产业投资机会与风险分析 217

### 第一节 2014-2020年中国伏特加酒产业投资环境分析 217

### 第二节 2014-2020年中国伏特加酒产业投资机会分析 223

#### 一、伏特加酒行业区域投资热点分析 223

#### 二、伏特加酒行业投资潜力分析 224

### 第三节 2014-2020年中国伏特加酒产业投资风险分析 224

#### 一、市场运营风险 224

#### 二、技术风险 225

#### 三、政策风险 227

#### 四、进入退出风险 228

## 第三部分 投资战略研究

## 第十四章 2014-2020年中国伏特加酒产业投资战略分析 230

### 第一节 伏特加酒行业发展战略研究 230

#### 一、战略综合规划 230

#### 二、技术开发战略 232

#### 三、业务组合战略 235

#### 四、区域战略规划 238

#### 五、产业战略规划 248

#### 六、营销品牌战略 249

#### 七、国际竞争战略 255

### 第二节 对伏特加酒品牌的战略思考 261

#### 一、企业品牌的重要性 261

#### 二、伏特加酒实施品牌战略的意义 262

#### 三、伏特加酒企业品牌的现状分析 263

#### 四、我国伏特加酒企业的品牌战略 263

#### 五、伏特加酒品牌战略管理的策略 265

### 第三节市场的重点客户战略实施 268

一、实施重点客户战略的必要性 268

二、合理确立重点客户 269

三、重点客户战略管理 269

四、重点客户管理功能 271

### 第四节伏特加酒在中国的市场战略 272

一、在中国的战略转型分析 272

二、在中国的市场运作模式 275

三、洋酒拓展中国市场攻略 279

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201404/103222.html>