

2008-2009年中国洋酒市场 分析及投资前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2008-2009年中国洋酒市场分析及投资前景预测报告》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/200811/6923.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

第一章 2008年中国洋酒行业市场运行环境分析

一、2008年中国经济发展环境分析

- (一) 2008年前三季度经济运行情况
- (二) 全球金融危机对中国产业格局影响
- (三) 中国应对金融危机的措施

二、2008年中国洋酒行业发展政策环境分析

- (一) 进出口政策分析
- (二) 相关行业政策影响分析

三、2008年中国洋酒行业发展社会环境分析

第二章 2008年全球洋酒行业市场发展形势分析

一、2008年全球洋酒市场发展动态分析

- (一) 美国第一烈酒攻中国洋酒市场
- (二) 全球第三大洋酒集团友奈帝德正式进入中国
- (三) 洋酒再次抢滩中国市场
- (四) 中国成全球洋酒市场争夺焦点
- (五) 两大洋酒巨头争战中国威士忌市场

二、2008年全球主要洋酒产地运营情况分析

- (一) 美国
- (二) 法国
- (三) 意大利

三、2009-2012年全球洋酒市场发展趋势分析

第三章 2008年中国洋酒行业市场发展状况分析

一、洋酒在中国发展历程分析

- (一) 洋酒酒文化在中国发展分析
- (二) 洋酒主要类别分析
- (三) 洋酒酿造技术分析

二、2008年中国洋酒消费量情况分析

- (一) 2008年中国洋酒市场规模
- (二) 洋酒的渠道特点

(三) 洋酒的产品特点

(四) 洋酒的价格特点

(五) 洋酒的消费特点

三、2008年中国洋酒市场存在主要问题分析

第四章 2008年中国洋酒行业市场销售策略分析

一、中国酒类市场销售终端的基本类型

(一) 中国酒类市场各终端的基本特点

(二) 各类酒终端的分布格局

二、2008年中国酒类市场的主要销售模式

三、2008年中国酒类企业主要渠道模式分析

(一) 区域代理

(二) 买断品牌

(三) 特许经营

四、2008年中国洋酒渠道策略分析

(一) 代理商选择策略

(二) 渠道的本土化策略

(三) 品牌联合策略

五、2008年洋酒在中国的营销策略变化

(一) 传播策略

(二) 渠道策略

(三) 产品线组合策略

(四) 厂商关系

(五) 洋酒营销渠道下沉

(六) OEM合作模式

(七) 体验营销策略

第五章 2008年中国洋酒行业细分产品市场分析——威士忌

一、威士忌酒的介绍及分类

(一) 威士忌酒定义

(二) 威士忌酒分类与特点分析

二、2008年中国威士忌酒的市场分析

- (一) 中国威士忌酒的市场规模
- (二) 生产威士忌技术分析
- (三) 威士忌市场价格分析
- 三、2008年中国威士忌酒的进口分析
- 四、2009-2012年中国威士忌酒的市场发展规模预测

第六章 2008年中国洋酒行业细分产品市场分析——白兰地

- 一、白兰地的介绍及分类
 - (一) 定义
 - (二) 分类
- 二、2008年中国白兰地酒的市场分析
 - (一) 2008年中国白兰地酒的市场规模分析
 - (二) 生产白兰地酒技术分析
 - (三) 白兰地酒市场价格分析
- 三、2008年中国白兰地酒的进口分析
- 四、2009-2012年中国白兰地酒的市场发展规模预测

第七章 2008年中国洋酒行业细分产品市场分析——金酒

- 一、金酒（GIN）发展历程与分类分析
 - (一) 历程
 - (二) 分类
- 二、金酒主要类别分析
 - (一) 荷式金酒的酿造与特点分析
 - (二) 英式金酒的生产工艺与原料特点分析
 - (三) 美式金酒作用分析
- 三、中国金酒（GIN）的市场规模分析
- 四、中国金酒进口分析
- 五、2009-2012年中国金酒的市场发展规模预测

第八章 2008年中国洋酒行业细分产品市场分析——伏特加（VODKA）

- 一、2008年中国伏特加发展概况分析
 - (一) 市场销售情况分析

（二）消费者分析

二、2008年伏特加的酿造方法分析

三、2008年中国伏特加分类产品市场分析

（一）俄罗斯伏特加

（二）波兰伏特加

四、伏特加的饮用与服务分析

五、2008年伏特加进出口状况分析

第九章 2008年中国洋酒行业细分产品市场分析——朗姆酒

一、朗姆酒的起源及分类分析

二、朗姆酒的产区及特色分析

三、2008年朗姆酒的市场现状分析

（一）全球朗姆酒的市场分析

（二）中国朗姆酒的市场规模

四、2008年中国朗姆酒进口分析

五、2009-2012年中国朗姆酒的市场发展规模预测

第十章 2008年中国洋酒行业细分产品市场分析——特其拉酒

一、特其拉酒的介绍及分类

二、2008年中国特其拉酒的市场分析

（一）市场规模分析

（二）市场销售情况分析

三、2008年中国龙舌兰进口分析

四、2009-2012年中国特其拉酒的市场发展规模预测

第十一章 2008年中国洋酒行业细分产品市场分析——利口酒

一、利口酒的介绍及分类

二、2008年中国利口酒的市场分析

（一）市场规模分析

（二）市场销售情况分析

三、2008年中国利口酒进口分析

四、2009-2012年中国利口酒的市场发展规模预测

第十二章 2008年中国洋酒行业市场竞争格局分析

一、2008年中国洋酒行业市场竞争现状分析

（一）品牌竞争分析

（二）价格竞争分析

（三）市场竞争分析

二、2008年洋酒与国产酒的市场博弈分析

（一）洋酒与白酒的优劣势对比分析

（二）洋酒主要公司竞争格局分析

（三）洋酒对中国酒市场的影响分析

三、2008年中国洋酒行业重点省市竞争分析

（一）北京

（二）上海

（三）其他省市分析

第十三章 顶级洋酒十大品牌市场运营分析

一、Absolut绝对伏特加

（一）企业基本概况

（二）企业竞争优势分析

二、Hennessy轩尼诗

（一）企业基本概况

（二）企业竞争优势分析

三、Johnnie Walker尊尼获加

（一）企业基本概况

（二）企业竞争优势分析

四、Chivas芝华士

（一）企业基本概况

（二）企业竞争优势分析

五、Moet Chandon铭悦香槟

（一）企业基本概况

（二）企业竞争优势分析

六、Remy Martin人头马

（一）企业基本概况

（二）企业竞争优势分析

七、Martell马爹利

（一）企业基本概况

（二）企业竞争优势分析

八、Bacardi百加得

（一）企业基本概况

（二）企业竞争优势分析

九、家豪威士忌 CARDHU

（一）企业基本概况

（二）企业竞争优势分析

十、尊荣极品威士忌 SWING

（一）企业基本概况

（二）企业竞争优势分析

第十四章 2008年中国洋酒相关行业市场运行走势分析

一、2008年酒店业发展的影响展望

（一）酒店业发展状况

（二）影响酒店业发展的主要因素

（三）酒店业区域发展态势展望

二、2008年中国餐饮行业发展分析

（一）中国餐饮现状分析

（二）影响中国餐饮业发展的因素分析

（三）中国餐饮业市场格局分析

三、2009-2012年中国餐饮业发展预测分析

第十五章 2009-2012年中国洋酒市场发展及投资分析

一、2009-2012年洋酒市场发展趋势分析

（一）关税下调对洋酒价格的影响

（二）洋酒本土化趋势

（三）洋酒在中国的市场转型

（四）美国帝王品牌进军中国洋酒市场

二、2009-2012年中国洋酒行业投资分析

- (一) 中国洋酒行业投资环境分析
- (二) 中国洋酒行业投资热点分析
- (三) 中国洋酒行业投资风险分析

图表目录（部分）：

图表：2006-2008年三季度中国GDP增长情况

图表：2008年前三季度中国三大产业结构

图表：2003-2008年中国工业增加值增长率

图表：2005-2008年中国固定资产投资及消费品零售增长情况

图表：2007年9月-2008年9月中国CPI、PPI走势

图表：2008年1-9月中国外贸增长情况

图表：2008年1-9月份我国部分行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份我国周期性行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长（同比增长率%）

图表：近期公布的刺激经济的政策一览表

图表：提高出口退税率的商品清单

图表：略……

更多图表见报告正文

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200811/6923.html>