

2018-2023 年中国葡萄酒行业市场深度调研与投资战略规划报告

内容概要：

随着中国经济不断提高，人民消费水平日益提升，葡萄酒越来越受到消费者青睐。据中国海关总署数据显示，2016 年中国进口葡萄酒总量达 6.4 亿升，总额高达 23.6 亿美元，同比 2015 年分别增长 15% 和 16%。其中瓶装葡萄酒占总进口总量的九成以上。其中法国为最大的葡萄酒进口国，占到总进口比例的 44%；澳大利亚和智利紧跟其后占据了 35% 的进口份额。而相比之下，国产葡萄酒则面临 4 连跌，统计局最新数据显示，2016 年全国葡萄酒产量为 11.4 亿升，较上一年减少 1%。

2016 年上半年，中国线上葡萄酒商户达 2100 万个，较 2014 年增长 31%，所获利润已超大型超级市场及百货商店。作为线下的酒类零售代表，2016 年 1919 酒类连锁加盟线下实体店已接近 1000 家，上半年营业收入 11.78 亿元，同比增长 172.73%。酒类零售业的线上线下同样做得风生水起，共同寻找盈利突破口，开创酒类新零售时代。

前海中泰咨询结合了大量一手市场调研数据以及已有的专业数据库、公开数据信息、合作资源渠道等数据信息资源，深入客观地对葡萄酒行业基本概况、产业链结构、全球发展现状、宏观发展环境、行业市场规模情况、细分市场状况、营销模式及策略、重点区域产业现状、竞争格局、重点企业经营情况、市场发展前景、发展趋势及投资战略规划等重点内容进行了全面而系统的分析。

本研究报告数据主要依据于国家统计局、国家商务部、海关总署、国务院发展研究中心信息网、农业部、中国酒业协会、中国酒类流通协会、中国知网、前海中泰数据库以及国内外重点期刊杂志等渠道的基础信息，数据详实丰富、准确全面。本研究报告为葡萄酒行业相关企业、销售企业、科研单位、投资企业等准确了解葡萄酒行业现状和市场动态，把握企业定位和投资机遇提供投资决策参考依据，从而在竞争中赢得先机！

■ 基本信息

服务形式：电子版/印刷版
交付方式：Email 或特快专递
中文版价格：RMB 12800
英文版价格：USD 10900

服务热线：400-6630-998
订购专线：0755-32919669
订购传真：0755-61605116
公司网址：www.qhztzx.com
出版日期：动态更新

■ 核心竞争力

- 数据库资源：涵盖前海中泰数据库、中外文数据库、政府官方数据、合作伙伴资源共享数据库五大主要板块。
- 咨询经验丰富
- 专业咨询团队
- 社会公共资源
- 服务水平与质量
- 不断创新与探索

■ 核心业务

上市咨询 企业管理咨询
行业研究 可行性研究报告
园区规划 商业计划书
产业规划 资金申请报告
市场调研 投资价值分析报告
招商策划 项目稳定回报论证
数据分析 投资风险评估报告

2018-2023 年中国葡萄酒行业市场深度调研与投资战略规划报告

■ 报告目录

第 1 章 葡萄酒行业发展综述

1.1 葡萄酒行业定义及特点

1.1.1 葡萄酒行业定义

1.1.2 葡萄酒起源

1.1.3 葡萄酒分类

- (1) 按颜色分
- (2) 按含二氧化碳压力分
- (3) 按含糖量分
- (4) 按酿造方法分
- (5) 按饮用方式分

1.2 葡萄酒行业统计标准

1.2.1 葡萄酒行业统计口径

1.2.2 葡萄酒行业统计方法

1.2.3 葡萄酒行业数据种类

1.2.4 葡萄酒行业研究范围

1.3 葡萄酒行业产业链分析

1.3.1 葡萄酒产业链结构分析

1.3.2 葡萄酒行业产业链上游市场分析

- (1) 酿酒葡萄品种构成分析
- (2) 酿酒葡萄栽培特点分析
- (3) 酿酒葡萄的质量及栽培特点
- (4) 酿酒葡萄主要产区现状分析

1.3.3 葡萄酒行业产业链下游分析

- (1) 居民食品消费支出现状
- (2) 餐饮行业发展现状

(3) 葡萄酒市场消费态势

第 2 章 国际葡萄酒行业发展状况及经验借鉴

2.1 国际葡萄酒行业发展状况分析

2.1.1 行业发展现状

2.1.2 市场规模分析

2.1.3 竞争格局分析

2.1.4 区域结构分布

2.1.5 跨国公司在华分析

2.2 法国葡萄酒行业发展现状分析

2.2.1 行业发展现状

2.2.2 生产供应情况

2.2.3 市场消费状况

2.2.4 价格行情分析

2.3 意大利葡萄酒行业发展现状分析

2.3.1 行业发展现状

2.3.2 生产供应情况

2.3.3 市场消费状况

2.3.4 价格行情分析

2.4 德国葡萄酒行业发展现状分析

2.4.1 行业发展现状

2.4.2 生产供应情况

2.4.3 市场消费状况

2.4.4 价格行情分析

2.5 澳大利亚葡萄酒行业发展现状分析

2.5.1 行业发展现状

2.5.2 生产供应情况

2.5.3 市场消费状况

2.5.4 价格行情分析

2.6 美国葡萄酒行业发展现状分析

2.6.1 行业发展现状

2.6.2 生产供应情况

2.6.3 市场消费状况

2.6.4 价格行情分析

2.7 其他国家葡萄酒行业发展现状分析

2.7.1 西班牙葡萄酒行业发展分析

2.7.2 智利葡萄酒行业发展分析

2.7.3 阿根廷葡萄酒行业发展分析

2.7.4 葡萄牙葡萄酒行业发展分析

2.7.5 加拿大葡萄酒行业发展分析

2.7.6 新西兰葡萄酒行业发展分析

第3章 中国葡萄酒行业发展环境 PEST 分析

3.1 中国葡萄酒行业政策环境分析

3.1.1 行业管理体制

3.1.2 行业政策体系

3.2 中国葡萄酒行业经济环境分析

3.2.1 宏观经济环境

3.2.2 融资环境分析

3.3 中国葡萄酒行业社会环境分析

3.3.1 人口结构环境分析

3.3.2 居民人均可支配收入

3.3.3 居民消费水平情况

3.3.4 中国城镇化率水平

3.4 中国葡萄酒行业技术环境分析

3.4.1 葡萄种植技术环境分析

3.4.2 葡萄酒酿造技术环境分析

第4章 中国葡萄酒行业市场规模及运行状况分析

4.1 中国葡萄酒行业发展现状分析

4.1.1 葡萄酒行业发展阶段分析

- 4.1.2 葡萄酒行业地区分布特征
- 4.1.3 葡萄酒行业发展现状分析
- 4.1.4 葡萄酒行业存在问题分析
- 4.2 中国葡萄酒行业供需状况分析**
 - 4.2.1 葡萄酒行业供给状况分析
 - 4.2.2 葡萄酒行业需求状况分析
 - 4.2.3 葡萄酒行业供需平衡分析
 - 4.2.4 葡萄酒行业产销率分析
- 4.3 中国葡萄酒行业市场运行状况分析**
 - 4.3.1 葡萄酒行业盈利能力分析
 - 4.3.2 葡萄酒行业营运能力分析
 - 4.3.3 葡萄酒行业成长能力分析
 - 4.3.4 葡萄酒行业偿债能力分析

第 5 章 中国葡萄酒行业进出口情况分析

- 5.1 主要贸易国葡萄酒进出口情况分析**
 - 5.1.1 主要贸易国葡萄酒进口市场分析
 - 5.1.2 主要贸易国葡萄酒出口市场分析
- 5.2 中国葡萄酒进出口总量数据分析**
 - 5.2.1 中国葡萄酒行业进口规模分析
 - 5.2.2 中国葡萄酒行业出口规模分析
 - 5.2.3 中国葡萄酒贸易现状分析
 - 5.2.4 中国葡萄酒贸易顺逆差分析
- 5.3 主要省市葡萄酒进出口情况分析**
 - 5.3.1 主要省市葡萄酒进口市场分析
 - 5.3.2 主要省市葡萄酒出口市场分析

第 6 章 中国葡萄酒行业细分领域市场分析

- 6.1 不同成品颜色葡萄酒市场发展分析**
 - 6.1.1 细分产品市场结构分析
 - 6.1.2 红葡萄酒产品市场分析

- 6.1.3 白葡萄酒产品市场分析
- 6.2 年份葡萄酒市场发展状况分析
 - 6.2.1 葡萄酒年份的内涵
 - 6.2.2 葡萄酒年份的评价
 - 6.2.3 年份葡萄酒市场发展概况
 - 6.2.4 年份葡萄酒市场发展趋势
- 6.3 庄园葡萄酒市场发展状况分析
 - 6.3.1 葡萄酒产业的“庄园”现象
 - 6.3.2 庄园葡萄酒发展概况
 - 6.3.3 酒庄酒促进高端市场发展
 - 6.3.4 国际酒庄葡萄酒在华布局
- 6.4 不同档次定位产品市场分析
 - 6.4.1 细分产品市场结构分析
 - 6.4.2 高端葡萄酒市场分析
 - (1) 高端葡萄酒行业市场规模分析
 - (2) 高端葡萄酒强劲发展的原因剖析
 - (3) 高端葡萄酒发展存在问题及对策
 - (4) 高端葡萄酒行业发展趋势分析
 - 6.4.3 中低端葡萄酒市场分析

第 7 章 中国葡萄酒行业营销渠道及策略分析

- 7.1 葡萄酒消费市场需求群体分析
 - 7.1.1 葡萄酒行业需求群体分析
 - (1) 用户认知程度分析
 - (2) 用户需求特征分析
 - (3) 用户购买途径分析
 - (4) 用户消费习惯分析
 - 7.1.2 葡萄酒需求结构转型趋势
- 7.2 葡萄酒行业营销渠道模式分析
 - 7.2.1 代理制模式分析

- 7.2.2 经销制模式分析
- 7.2.3 直销模式分析
- 7.2.4 买断经营模式分析
- 7.2.5 特许经营模式分析

7.3 葡萄酒企业市场营销模式分析

- 7.3.1 广告宣传
- 7.3.2 事件营销
- 7.3.3 包装设计
- 7.3.4 产区营销
- 7.3.5 工业旅游
- 7.3.6 渠道培训

7.4 进口葡萄酒运作模式分析

- 7.4.1 传统代理型模式
- 7.4.2 保税区运营模式
- 7.4.3 产业链运营模式
- 7.4.4 酒类电子商务模式

7.5 葡萄酒行业营销策略分析

- 7.5.1 葡萄酒行业经营存在问题分析
- 7.5.2 葡萄酒行业营销策略分析
- 7.5.3 葡萄酒行业促销策略分析
- 7.5.4 葡萄酒行业市场开发策略分析

7.6 高端葡萄酒产品营销策略分析

- 7.6.1 概念营销策略分析
- 7.6.2 个性化定制策略分析
- 7.6.3 子品牌/副品牌开发策略分析
- 7.6.4 商务/政务宴会推广策略分析
- 7.6.5 文化营销传播策略分析

第8章 中国葡萄酒行业市场竞争格局分析

8.1 葡萄酒行业竞争格局分析

8.1.1 葡萄酒行业区域分布

8.1.2 葡萄酒行业竞争态势

8.2 葡萄酒行业波特五力竞争模型分析

8.2.1 现有企业间竞争

8.2.2 潜在进入者分析

8.2.3 替代品威胁分析

8.2.4 供应商议价能力

8.2.5 购买者议价能力

第 9 章 中国葡萄酒行业重点省市投资机会分析

9.1 山东葡萄酒行业发展分析

9.1.1 发展优势条件分析

9.1.2 行业发展现状分析

9.1.3 行业存在问题及对策

9.2 河北葡萄酒行业发展分析

9.2.1 发展优势条件分析

9.2.2 行业发展现状分析

9.2.3 行业存在问题及对策

9.3 吉林葡萄酒行业发展分析

9.3.1 发展优势条件分析

9.3.2 行业发展现状分析

9.3.3 行业存在问题及对策

9.4 天津葡萄酒行业发展分析

9.4.1 发展优势条件分析

9.4.2 行业发展现状分析

9.4.3 行业存在问题及对策

9.5 宁夏葡萄酒行业发展分析

9.5.1 发展优势条件分析

9.5.2 行业发展现状分析

9.5.3 行业存在问题及对策

- 9.6 甘肃葡萄酒行业发展分析
 - 9.6.1 发展优势条件分析
 - 9.6.2 行业发展现状分析
 - 9.6.3 行业存在问题及对策
- 9.7 新疆葡萄酒行业发展分析
 - 9.7.1 发展优势条件分析
 - 9.7.2 行业发展现状分析
 - 9.7.3 行业存在问题及对策
- 9.8 云南葡萄酒行业发展分析
 - 9.8.1 发展优势条件分析
 - 9.8.2 行业发展现状分析
 - 9.8.3 行业存在问题及对策
- 9.9 河南葡萄酒行业发展分析
 - 9.9.1 发展优势条件分析
 - 9.9.2 行业发展现状分析
 - 9.9.3 行业存在问题及对策

第 10 章 中国葡萄酒行业标杆企业经营分析

- 10.1 重点企业一
 - 10.1.1 企业发展概况
 - 10.1.2 产品结构分析
 - 10.1.3 市场布局情况
 - 10.1.4 商业模式分析
 - 10.1.5 经营业绩分析
 - 10.1.6 竞争优势分析
- 10.2 重点企业二
 - 10.2.1 企业发展概况
 - 10.2.2 产品结构分析
 - 10.2.3 市场布局情况
 - 10.2.4 商业模式分析

10.2.5 经营业绩分析

10.2.6 竞争优劣势分析

10.3 重点企业三

10.3.1 企业发展概况

10.3.2 产品结构分析

10.3.3 市场布局情况

10.3.4 商业模式分析

10.3.5 经营业绩分析

10.3.6 竞争优劣势分析

10.4 重点企业四

10.4.1 企业发展概况

10.4.2 产品结构分析

10.4.3 市场布局情况

10.4.4 商业模式分析

10.4.5 经营业绩分析

10.4.6 竞争优劣势分析

10.5 重点企业五

10.5.1 企业发展概况

10.5.2 产品结构分析

10.5.3 市场布局情况

10.5.4 商业模式分析

10.5.5 经营业绩分析

10.5.6 竞争优劣势分析

10.6 重点企业六

10.6.1 企业发展概况

10.6.2 产品结构分析

10.6.3 市场布局情况

10.6.4 商业模式分析

10.6.5 经营业绩分析

10.6.6 竞争优劣势分析

10.7 重点企业七

- 10.7.1 企业发展概况
- 10.7.2 产品结构分析
- 10.7.3 市场布局情况
- 10.7.4 商业模式分析
- 10.7.5 经营业绩分析
- 10.7.6 竞争优势分析

10.8 重点企业八

- 10.8.1 企业发展概况
- 10.8.2 产品结构分析
- 10.8.3 市场布局情况
- 10.8.4 商业模式分析
- 10.8.5 经营业绩分析
- 10.8.6 竞争优势分析

10.9 重点企业九

- 10.9.1 企业发展概况
- 10.9.2 产品结构分析
- 10.9.3 市场布局情况
- 10.9.4 商业模式分析
- 10.9.5 经营业绩分析
- 10.9.6 竞争优势分析

10.10 重点企业十

- 10.10.1 企业发展概况
- 10.10.2 产品结构分析
- 10.10.3 市场布局情况
- 10.10.4 商业模式分析
- 10.10.5 经营业绩分析
- 10.10.6 竞争优势分析

第 11 章 中国葡萄酒行业发展趋势与前景预测

11.1 中国葡萄酒行业发展趋势分析

11.1.1 葡萄酒行业产业政策趋向

11.1.2 葡萄酒行业市场价格走势

11.1.3 葡萄酒行业发展趋势分析

11.2 中国葡萄酒行业市场前景展望

11.2.1 葡萄酒市场发展前景展望

11.2.2 葡萄酒行业产量规模预测

第 12 章 中国葡萄酒行业发展投资潜力分析

12.1 中国葡萄酒行业市场投资机会分析

12.1.1 产业链投资机会分析

12.1.2 细分市场投资机会分析

12.1.3 重点区域投资机会分析

12.2 中国葡萄酒行业市场投资潜力分析

12.2.1 行业发展影响因素分析

12.2.2 行业市场投资潜力分析

12.3 中国葡萄酒行业市场投资风险预警

12.3.1 产业政策风险

12.3.2 原材料风险

12.3.3 市场竞争风险

12.3.4 其他风险分析

12.4 中国葡萄酒行业投资策略建议

12.4.1 行业投资价值分析

12.4.2 行业投资策略建议

第 13 章 中国葡萄酒行业投资战略规划建议

13.1 葡萄酒企业投资战略的现状和问题

13.1.1 经营管理层缺乏投资战略意识

13.1.2 未能科学制定与应用投资战略

13.2 葡萄酒企业制定投资战略应考虑因素

13.2.1 宏观经济环境状况

- 13.2.2 地方政策及发展规划
- 13.2.3 葡萄酒业发展趋势走向
- 13.2.4 企业整体战略规划布局
- 13.3 葡萄酒企业重点客户战略实施**
 - 13.3.1 重点客户战略必要性
 - 13.3.2 合理确立重点客户
 - 13.3.3 要重点解决的关键问题
 - 13.3.4 重点客户管理功能分析
- 13.4 葡萄酒企业不同生命周期下的投资战略**
 - 13.4.1 创立期投资战略
 - 13.4.2 成长期投资战略
 - 13.4.3 成熟期投资战略
 - 13.4.4 衰退期投资战略

■ 图表目录

- 图表 1：2010-2017 年中国国内生产总值
- 图表 2：2010-2017 年工业增加值及同比增速
- 图表 3：2010-2017 年度中国农村居民人均纯收入情况
- 图表 4：2010-2017 年中国城镇居民人均可支配收入情况
- 图表 5：2010-2017 年社会消费量零售总额
- 图表 6：2010-2017 年中国城镇化率水平
- 图表 7：中国葡萄酒产量规模
- 图表 8：葡萄酒产业链结构
- 图表 9：中国葡萄种植面积规模
- 图表 10：中国葡萄酒行业利润率水平
- 图表 11：中国葡萄酒制造业销售收入情况
- 图表 12：我国葡萄酒人均消费情况
- 图表 13：我国葡萄酒进出口情况
- 图表 14：重点企业一产品结构

图表 15: 重点企业一市场营销网络布局

图表 16: 重点企业一盈利能力分析

图表 17: 重点企业一运营能力分析

图表 18: 重点企业一偿债能力分析

图表 19: 重点企业一发展能力分析

图表 20: 葡萄酒行业产量增长预测

... ..

更多图表详见报告原文或咨询客服。

如需了解报告详细内容, 请直接致电前海中泰咨询客服中心。

全国服务热线: **400-6630-998 0755-32919669**

QQ 在线咨询: **2013746518 3119207588**

订购传真: **0755-61605116**

电子邮箱: service@qhztzx.com

公司网站: www.qhztzx.com

大批量采购报告可享受会员特惠, 详情请来电咨询, 我们会竭诚为您服务!

【版权声明】 本报告由前海中泰咨询网出品, 版权归前海中泰(深圳)研究咨询控股有限公司所有, 拥有唯一著作权。前海中泰咨询网的咨询产品为有偿提供给购买该产品的客户使用, 并仅限于该客户内部使用。本报告及相关资料未经前海中泰(深圳)研究咨询控股有限公司书面授权许可, 任何网站或媒体不得复制、转载或引用。

前海中泰咨询研究报告订购协议

甲 方： _____
企业负责人： _____ 先生 女士 职务： _____
企业联系人： _____ 先生 女士 职务： _____
手 机： _____ 企业传真： _____
座 机： _____ 电子邮箱： _____
地 址： _____

套餐一：5份报告，特惠订阅费用4.6万元 套餐二：10份报告，特惠订阅费用8.8万元
套餐三：15份报告，特惠订阅费用12.5万元 套餐四：20份报告，特惠订阅费用16.5万元
备注：原报告单份定价超过1万的不参与套餐优惠活动。

报告及套餐： _____ 份数： _____
服务方式：全套版本（电子版+印刷版） 电子版（电子邮件发送） 印刷版本（免费快递）
协议金额： _____ 付款日期： _____

乙 方：前海中泰（深圳）研究咨询控股有限公司
联系电话：**0755-32919669 400-6630-998（全国免费服务热线）** 传真：**0755-61605116**
地 址：深圳市南山区中心路（深圳湾段）3019号天虹大厦16层（邮编：518000）
汇款至 招商银行 汇款至 中国建设银行
账户名：前海中泰（深圳）研究咨询控股有限公司 账户名：深圳前海中泰产业研究院有限公司
开户行：招商银行深圳泰然支行 开户行：中国建设银行深圳住房城市建设支行
账 号：7559-3003-0010-902 账 号：4425-0100-0058-0000-0402

根据《中华人民共和国合同法》及其他有关法律、法规之规定，甲乙双方经过协商，确认根据下列条款订立合同，以资共同遵照执行。甲乙双方经友好协商达成以下协议：

- 1、本协议签订后2个工作日内，甲方支付款项至乙方账户；
- 2、乙方收到甲方款项后2个工作日内寄出正式发票，3-5个工作日内发送研究报告给甲方；
- 3、此研究报告的知识产权归乙方所有；
- 4、乙方授权甲方在其公司（集团）内独立使用该报告，未经乙方许可，甲方不得将报告的任何内容泄露给第三方，否则须承担由此给乙方造成的损失及相应的法律责任；
- 5、本协议一式两份，自双方签字盖章之日起生效，未尽事宜由双方协商解决。

甲方： _____ 乙方：前海中泰（深圳）研究咨询控股有限公司
盖章： _____ 盖章： _____
日期： _____ 年 _____ 月 _____ 日 日期： _____ 年 _____ 月 _____ 日