

# 2015-2020年中国红酒市场 运行形势分析及发展战略研究报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

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

## 一、报告报价

《2015-2020年中国红酒市场运行形势分析及发展战略研究报告》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.abaogao.com/b/putaojiu/55916571TW.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

### 前言

红酒，一般是红葡萄酒的简称。酿制红酒的时候，葡萄皮和葡萄肉是同时压榨的，红酒中所含的红色色素，就是在压榨葡萄皮的时候释放出的。就因为这样，所有红酒的色泽才是红的。红酒分为干红葡萄酒、干白葡萄酒、起泡酒、冰酒等。

前几年国内葡萄酒的非理性投资热，经销商过度进口导致渠道库存压力大，进口积极性明显减少。加之受中央限制“三公消费”政策的影响，国内相关消费需求减弱，中国葡萄酒市场陷入低迷。2014年一季度葡萄酒进口量下滑比例达到20.7%，远高于2013年末5.14%的下降比例，说明目前中国进口葡萄酒市场正从一路狂奔走向增速骤减。2011年中国葡萄酒销量赶超英国，成为全球第五大葡萄酒消费国。大陆和香港地区葡萄酒消费量上升21.5%。就消费额来看，三年内，中国葡萄酒将超过英国，成为仅次于美国的全球第二大葡萄酒消费国。从品种来看，中国人一边倒地倾向于红酒：他们消费的葡萄酒当中有90%都是红酒。

中国红酒市场零售规模为600亿-700亿元，到2013年将超过900亿元。不过，考虑到每年数量庞大的“水货”，中国红酒市场规模实际已经超过1000亿元，5年后有望翻一番，达到2000亿元。未来中国葡萄酒市场将实现从百亿级向千亿级的时代跨越，打造具有鲜明特色的优质产品成为葡萄酒企业面临的挑战。未来中国葡萄酒市场将呈现出产区资源全球化、葡萄酒文化本土化、消费高端化三大趋势。

随着中国市场的变化，新的消费趋势正在形成，新的消费群体也逐渐显露。因受到限制“三公消费”等政策影响，中国葡萄酒市场格局出现新的变化，中国的个人消费能力在迅速显现。个人消费市场主力消费群是年轻人，他们将会是未来一段时间中国葡萄酒消费的主力军。

本红酒行业研究报告共十二章是智研数据中心咨询公司的研究成果，通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。智研咨询在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。红酒行业研究报告是2014-2015年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

本研究咨询报告由智研咨询公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了红酒行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国红酒做了重点企业经营状况分

析，并分析了中国红酒发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

## 第一章 红酒行业概述

### 第一节 红酒行业定义及分类

- 1、红酒的定义
- 2、红酒的分类
- 3、红酒行业的发展历程

### 第二节 红酒产业链分析

- 一、产业链结构分析
- 二、主要环节的增值空间
- 三、与上下游行业之间的关联性
- 四、红酒产品成本构成

## 第二章 2014-2015年中国红酒行业发展环境分析

### 第一节 2014-2015年中国经济环境分析

- 一、宏观经济
- 二、工业形势

### 第二节 2014-2015年中国红酒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 2014-2015年中国红酒行业发展社会环境分析

- 一、居民消费水平分析
- 二、工业发展形势分析

## 第三章 2014-2015年中国红酒行业总体发展状况

### 第一节 中国红酒行业规模情况分析

- 一、企业数量规模分析
- 二、人员规模状况分析
- 三、行业资产规模分析

## 四、行业市场规模分析

### 第二节 中国红酒行业产销情况分析

#### 一、生产情况分析

#### 二、销售情况分析

#### 三、产销情况分析

### 第三节 中国红酒行业财务能力分析

#### 一、行业盈利能力分析

#### 二、行业偿债能力分析

#### 三、行业营运能力分析

#### 四、行业发展能力分析

## 第四章 中国红酒市场供需分析

### 第一节 红酒市场现状分析及预测

#### 一、2013-2014年我国红酒行业总产值分析

#### 二、2015-2020年我国红酒行业总产值预测

### 第二节 红酒产品产量分析及预测

#### 一、2014-2015年我国红酒产量分析

#### 二、2015-2020年我国红酒产量预测

### 第三节 红酒市场需求分析及预测

#### 一、2014-2015年我国红酒市场需求分析

#### 二、2015-2020年我国红酒市场需求预测

### 第四节 红酒进出口数据分析

#### 一、我国红酒进出口数据分析

##### 1、进口分析

##### 2、出口分析

#### 二、2015-2020年国内红酒产品进出口情况预测

##### 1、进口预测

##### 2、出口预测

## 第五章 红酒行业发展现状分析

### 第一节 全球红酒行业发展分析

#### 一、全球红酒行业发展历程

二、全球红酒行业发展现状

三、全球红酒行业发展预测

第二节 中国红酒行业发展分析

一、2014-2015年中国红酒行业发展态势分析

二、2014-2015年中国红酒行业发展特点分析

三、2014-2015年中国红酒行业市场供需分析

第三节 中国红酒产业特征与行业重要性

第四节 红酒行业特性分析

第六章 中国红酒市场规模分析

第一节 2015年中国红酒市场规模分析

第二节 2015年中国红酒区域市场规模分析

一、2015年东北地区市场规模分析

二、2015年华北地区市场规模分析

三、2015年华东地区市场规模分析

四、2015年华中地区市场规模分析

五、2015年华南地区市场规模分析

六、2015年西部地区市场规模分析

第三节 2015-2020年中国红酒市场规模预测

第七章 红酒国内产品价格走势及影响因素分析

第一节 国内产品2013-2014年价格回顾

第二节 国内产品当前市场价格及评述

第三节 国内产品价格影响因素分析

第四节 2015-2020年国内产品未来价格走势预测

第八章 红酒及其主要上下游产品

第一节 红酒行业上下游分析

一、与上下游行业之间的关联性

二、上游原材料供应形势分析

三、下游产品解析

第二节 红酒行业产业链分析

- 一、上游行业影响及风险分析
- 二、下游行业风险分析及提示
- 三、关联行业风险分析及提示

## 第九章 红酒行业重点企业竞争分析

### 第一节 烟台张裕集团有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、市场定位情况
- 三、企业优劣势分析
- 四、2014-2015年经营状况分析
- 五、2014-2015年主要经营数据指标
- 六、企业最新动态

### 第二节 中国长城葡萄酒有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、市场定位情况
- 三、企业优劣势分析
- 四、2014-2015年经营状况分析
- 五、2014-2015年主要经营数据指标
- 六、企业最新动态

### 第三节 中法合营王朝葡萄酿酒有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、市场定位情况
- 三、企业优劣势分析
- 四、2014-2015年经营状况分析
- 五、2014-2015年主要经营数据指标
- 六、企业最新动态

### 第四节 甘肃莫高实业发展股份有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、市场定位情况
- 三、企业优劣势分析
- 四、2014-2015年经营状况分析
- 五、2014-2015年主要经营数据指标

## 六、企业最新动态

### 第五节 中信国安葡萄酒业股份有限公司

#### 一、企业发展概况

#### 二、市场定位情况

#### 三、企业优劣势分析

#### 四、2014-2015年经营状况分析

#### 五、2014-2015年主要经营数据指标

#### 六、企业最新动态

### 第六节 通化葡萄酒股份有限公司

#### 一、企业发展概况

#### 二、市场定位情况

#### 三、企业优劣势分析

#### 四、2014-2015年经营状况分析

#### 五、2014-2015年主要经营数据指标

#### 六、企业最新动态

### 第七节 拉菲庄园

#### 一、企业发展概况

#### 二、市场定位情况

#### 三、企业优劣势分析

#### 四、2014-2015年经营状况分析

#### 五、2014-2015年主要经营数据指标

#### 六、企业最新动态

### 第八节 北京龙徽酿酒有限公司

#### 一、企业发展概况

#### 二、市场定位情况

#### 三、企业优劣势分析

#### 四、2014-2015年经营状况分析

#### 五、2014-2015年主要经营数据指标

#### 六、企业最新动态

### 第九节 法国卡斯特兄弟简化股份公司

#### 一、企业发展概况

#### 二、市场定位情况



三、企业优劣势分析

四、2014-2015年经营状况分析

五、2014-2015年主要经营数据指标

六、企业最新动态

第十节 威龙葡萄酒股份有限公司

一、企业发展概况

二、市场定位情况

三、企业优劣势分析

四、2014-2015年经营状况分析

五、2014-2015年主要经营数据指标

六、企业最新动态

第十章 红酒行业投资与发展前景分析

第一节 红酒行业投资机会分析

一、红酒投资项目分析

二、可以投资的红酒模式

三、2015年红酒投资机会

第二节 2015-2020年中国红酒行业发展预测分析

一、未来红酒发展分析

二、未来红酒行业技术开发方向

三、总体行业“十三五”整体规划及预测

第三节 未来市场发展趋势

一、产业集中度趋势分析

二、十三五行业发展趋势

第十一章 2015-2020年红酒行业发展趋势及投资风险分析

第一节 当前红酒存在的问题

第二节 红酒未来发展预测分析

一、中国红酒发展方向分析

二、2015-2020年中国红酒行业发展规模预测

三、2015-2020年中国红酒行业发展趋势预测

第三节 2015-2020年中国红酒行业投资风险分析

- 一、出口风险分析
- 二、市场风险分析
- 三、管理风险分析
- 四、产品投资风险

## 第十二章 结论与建议

### 第一节 红酒行业营销策略分析及建议

- 一、红酒行业营销模式
- 二、红酒行业营销策略

### 第二节 红酒行业企业经营发展分析及建议

- 一、红酒行业经营模式
- 二、红酒行业生产模式

### 第三节 行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

### 第四节 市场的重点客户战略实施（ZY LQ）

- 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

## 图表目录：

图表：2014-2015年中国宏观经济分析

图表：2014-2015年中国工业经济分析

图表：2014-2015年中国红酒行业居民消费水平分析

图表：2014-2015年中国红酒行业企业数量结构分析

图表：2014-2015年中国红酒行业人员规模状况分析

图表：2014-2015年中国红酒行业资产规模分析

图表：2014-2015年中国红酒行业市场规模分析

图表：2014-2015年中国红酒行业生产情况分析

图表：2014-2015年中国红酒行业销售情况分析

图表：2014-2015年中国红酒行业产销情况分析

图表：2014-2015年中国红酒行业盈利能力分析

图表：2014-2015年中国红酒行业盈利能力预测

图表：2014-2015年中国红酒行业偿债能力分析

图表：2014-2015年中国红酒行业偿债能力预测

图表：2014-2015年中国红酒行业营运能力分析

图表：2014-2015年中国红酒行业营运能力预测

图表：2014-2015年我国红酒行业总产值分析

图表：2015-2020年我国红酒行业总产值预测

图表：2014-2015年我国红酒产量分析

图表：2015-2020年我国红酒产量预测

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/putaojiu/55916571TW.html>