

# 2016-2022年中国葡萄酒市 场分析预测及前景趋势报告

## 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

《2016-2022年中国葡萄酒市场分析预测及前景趋势报告》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/D04382ZF5V.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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

中国葡萄酒行业的发展大致可分为三个阶段分别是：1980年到1991年的起步阶段；1992年到2001年的调整阶段；2002年至今的跃升阶段。

中国葡萄酒行业发展阶段 年份 阶段 特征

1980-1991年 起步阶段（产量年均复合增长率为10.8%） 半汁葡萄酒为主，产量不断提升，但以低档的半汁葡萄酒为主，占到80%以上；干型葡萄酒研制成功但未被消费者接受。稍成规模的干酒生产企业只有长城和王朝两家；重生产轻市场和渠道建设；

1992-2001年 调整发展阶段（产量年均复合增长率为0.2%） 1994年全汁酒国标“GB15037-1994”出台，产品结构开始从甜型酒和半汁酒转向全汁、干型酒为主；市场经历先白后红，“干红热”从1996年起兴起，大批企业投资兴建，张裕抓住机遇进入发展的快车道；进口酒开始进入中国，竞争加剧。

2002年至今 跃升阶段（产量年均复合增长率超过15%） 新一轮投资热潮兴起，价格战加剧，行业毛利率趋于下降；随着关税的下降，进口酒加大进口中国的力度；龙头企业开始注重品牌和渠道建设，产品开始往中高端升级；市场集中度提升，龙头企业受益。

资料来源：智研数据研究中心整理

根据国家统计局发布的最新统计数据：2014年我国葡萄酒产量达到11.61亿升，产量同比下降1.5%。山东省、河南省、吉林省是我国主要的葡萄酒生产区。

《2016-2022年中国葡萄酒市场分析预测及前景趋势报告》由智研数据研究中心公司领衔撰写，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。

报告揭示了葡萄酒行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国葡萄酒做了重点企业经营状况分析，并分析了中国葡萄酒行业发展前景预测。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：

第一章中国葡萄酒发展历程及市场特征

第一节葡萄酒定义及分类

一、葡萄酒定义

## 二、葡萄酒分类

### 第二节葡萄酒产业发展阶段

#### 一、起步阶段

#### 二、大发展阶段

#### 三、跃升阶段

### 第三节市场特征

#### 一、市场规模及增长

经过几十年的发展，我国已逐步形成了环渤海湾、西北、东北、云南、黄河故道等多个葡萄酒特色产区。各产区由于土壤、气候、地貌等不同特点，逐步形成了各具特色的酿酒葡萄品种、种植方式和葡萄酒产品。葡萄酒产业整体上仍保持东部产区为主，西部产区为辅的产业格局，东部产区葡萄酒产量仍占较大比重，西部产区葡萄酒产业处于成长阶段，但已呈现出快速增长的趋势。白洋河、五女山、莫高、蓬珠、云南红、御马、华东、新天、长白山、华夏五千年等葡萄酒品牌被评为中国驰名商标。部分地区出现低水平重复建设现象，酿酒葡萄品种缺乏特点和优势，葡萄酒产品仍以干红葡萄酒为主，干白葡萄酒产量比重偏低，其他类型葡萄酒更是缺乏。对促进全产业链协调发展的政策措施研究不足，种植、加工、流通等环节衔接不够紧密。

国家规划到2015年，葡萄酒产量达到220万千升，比2010年增长100%，年均增长15%；销售收入达到600亿元，增长85%，年均增长13%；利税120亿元，增长88%，年均增长13%。西部地区葡萄酒产量占全国比重提高到20%。骨干企业普遍建立起符合市场规律的种植、加工一体化生产经营模式，稳定可控的原料保障能力达到50%以上。高档、中档葡萄酒和佐餐酒实现同步发展，扩大优质低价佐餐酒比例；甜型、半甜型、半干型、起泡葡萄酒等葡萄酒产品比例显著提高；高品质冰葡萄酒、低醇葡萄酒等特种葡萄酒产品比例逐步提高。

据国家统计局数据：截至2014年我国葡萄酒制造行业规模以上企业数量达到217家，当中35家企业出现亏损，亏损企业亏损金额为2.83亿元。

2014年我国葡萄酒制造行业规模总资产达到426.76亿元，较上年同期增长2.1%。行业销售收入为420.57亿元，较上年同期增长3.0%。2014年行业利润总额为43.87亿元，较上年同期增长0.1%。

。

## 二、产业生命周期

## 三、行业赢利能力

## 四、市场竞争程度

### 第四节产业地位

- 一、资产规模（白酒、啤酒、葡萄酒）
- 二、销售收入（白酒、啤酒、葡萄酒）
- 三、企业数量（白酒、啤酒、葡萄酒）
- 四、盈利规模（白酒、啤酒、葡萄酒）
- 五、盈利能力（白酒、啤酒、葡萄酒）

## 第二章2014-2015年葡萄酒产业政策环境分析

### 第一节国际葡萄酒标准分析

- 一、国际葡萄酒组织实施最新环保标准
- 二、法国葡萄酒产区定级标准
- 三、德国葡萄酒执行严格的标准
- 四、意大利葡萄酒产区定级标准
- 五、西班牙葡萄酒评级标准

### 第二节2014-2015年中国葡萄酒行业政策标准制定状况

- 一、葡萄酒行业监管体制分析
- 二、我国葡萄酒国标解读
- 三、解析《地理标志产品通化山葡萄酒》标准体系
- 四、葡萄酒使用添加剂的相关标准规定
- 五、葡萄酒业准入政策正式生效

### 第三节葡萄酒行业地方标准

- 一、《蓬莱产区控制葡萄酒》地方标准颁布实施
- 二、葡萄酒庄省级标准将促进行业健康发展
- 三、冰葡萄酒地方标准获准通过

### 第四节相关政策法规

- 一、葡萄酒行业准入条件
- 二、中国葡萄酿酒技术规范
- 三、葡萄酒标准GB15037-
- 四、国家行业标准之山葡萄酒
- 五、葡萄酒生产管理办法
- 六、酒类广告管理办法
- 七、葡萄酒消费税管理办法

### 第三章葡萄酒产业发展背景分析

#### 第一节全球市场分析

##### 一、全球葡萄酒产量

##### 二、全球葡萄酒消费

##### 三、全球葡萄酒品牌排名

(一) 罗曼尼-康帝酒庄(Domaine de la Romanée-Conti)

(二) 庞特卡奈酒庄(Chateau Pontet-Canet)

(三) 柏菲酒庄(Chateau Pavie)

(四) 库克香槟(Krug)

(五) 梦玫瑰酒庄(Chateau Montrose)

(六) 柏图斯酒庄(Chateau Pate-trus)

(七) 啸鹰酒庄(Screaming Eagle)

(八) 拉图酒庄(Chateau Latour)

(九) 拉菲古堡(Chateau Lafite-Rothschild)

(十) 里鹏酒庄(Le Pin)

#### 第二节经济发展分析

##### 一、中国GDP增长情况分析

##### 二、工业经济发展形势分析

##### 三、社会固定资产投资分析

##### 四、全社会消费品零售总额

##### 五、对外贸易发展形势分析

#### 第三节居民生活水平

##### 一、居民可支配收入

##### 二、居民支出结构

#### 第四节行业政策法规

##### 一、新国标出台增加行业壁垒

##### 二、行业相关细则标准完善

### 第四章2014-2015年国内葡萄酒供需分析

#### 第一节2014-2015年葡萄酒产量

##### 一、葡萄酒总产量

##### 二、葡萄酒各省产量

### 三、产量集中度分析

#### 第二节2014-2015年葡萄酒消费

##### 一、葡萄酒消费规模

##### 二、人均消费分析

##### 三、区域消费分析

##### 四、节日消费分析

##### 五、葡萄酒消费预测

#### 第五章2014-2015年国内葡萄酒行业运营

##### 第一节中国葡萄酒行业特征

###### 一、国产酒企盈利下滑

###### 二、团购酒商转型

###### 三、酒业“价格挤水”

###### 四、“第二品牌”消费增长

###### 五、多元渠道构建脚步加快

###### 六、电商迅猛发展

##### 第二节2014-2015年葡萄酒行业运行分析

###### 一、企业数量分析

###### 二、资产规模分析

###### 三、销售收入分析

###### 四、利润总额分析

###### 五、行业盈利能力

##### 第三节行业运行（不同企业规模）

###### 一、企业数量（按企业规模）

###### 二、资产总额（按企业规模）

###### 三、销售收入（按企业规模）

###### 四、盈利能力（按企业规模）

##### 第四节行业运行（不同企业性质）

###### 一、企业数量（按企业性质）

###### 二、资产总额（按企业性质）

###### 三、销售收入（按企业性质）

###### 四、盈利能力（按企业性质）

## 第六章葡萄酒产业区域运营

### 第一节山东

- 一、资产规模
- 二、企业数量
- 三、销售收入
- 四、利润总额
- 五、毛利率、利润率

### 第二节吉林

- 一、资产规模
- 二、企业数量
- 三、销售收入
- 四、利润总额
- 五、毛利率、利润率

### 第三节河南

- 一、资产规模
- 二、企业数量
- 三、销售收入
- 四、利润总额
- 五、毛利率、利润率

### 第四节河北

- 一、资产规模
- 二、企业数量
- 三、销售收入
- 四、利润总额
- 五、毛利率、利润率

## 第七章2014-2015年葡萄酒市场竞争分析

### 第一节国产品牌葡萄酒竞争格局

- 一、行业集中度分析
  - (一) 企业规模集中度
  - (二) 行业资产集中度



### （三）销售收入集中度

## 二、行业竞争激烈程度

### 第二节葡萄酒竞争层次分析

#### 一、内外资竞争

#### 二、品牌竞争分析

#### 三、区域市场竞争

#### 四、产品结构竞争

#### 五、营销渠道竞争

## 第八章2014-2015年国内葡萄酒进口分析

### 第一节2014-2015年葡萄酒进口量分析

#### 一、葡萄酒进口量分析

#### 二、葡萄酒进口价格分析

#### 三、进口葡萄酒市场优劣分析

### 第二节2014-2015年葡萄酒进口额分析

#### 一、进口规模分析

#### 二、进口特征分析

### 第三节进口葡萄酒深度分析

#### 一、进口酒进入中国的三个阶段

#### 二、从资源角度分析进口酒

#### 三、从品牌角度分析进口酒

#### 四、从渠道推广角度分析进口酒

### 第四节国产葡萄酒应对策略

#### 一、重视品质

#### 二、打造本土文化

#### 三、对葡萄种植进行政府补贴支持

## 第九章2014-2015年葡萄酒渠道运营分析

### 第一节葡萄酒渠道运营模式

#### 一、代理制

#### 二、经销制

#### 三、直销

## 四、买断经营

### 第二节进口葡萄酒的主要经营模式

#### 一、专卖店连锁

#### 二、经销商分代理

#### 三、大型超市

#### 四、电子商务

#### 五、保税库销售模式

#### 六、CHR（咖啡厅，酒店，饭店）的销售模式

### 第三节领先企业渠道分析

#### 一、长城渠道分析

#### 二、张裕渠道分析

#### 三、王朝渠道分析

#### 四、新天渠道分析

#### 五、云南红渠道分析

#### 六、莫高渠道分析

### 第四节北京市场渠道

#### 一、北京葡萄酒市场规模

#### 二、北京葡萄酒市场特点

#### 三、北京经销商格局

#### 四、北京主销渠道分析

#### 五、北京消费特点分析

#### 六、领先企业北京渠道

### 第五节广东市场渠道

#### 一、广东市场规模分析

#### 二、广东产品市场结构分析

#### 三、广东葡萄酒进口情况

#### 四、广东消费人群特点

#### 五广东渠道模式分析

## 第十章2014-2015年上游-葡萄种植产业分析

### 第一节葡萄种植分析

#### 一、葡萄种植地理条件

## 二、葡萄树生命周期

## 三、中国葡萄产区分析

### （一）东北产地

### （二）渤海湾产地

### （三）沙城产地

### （四）清徐产地

### （五）银川产地

### （六）武威产地

### （七）吐鲁番产地

### （八）黄河故道产地

### （九）云南高原产地

## 第二节葡萄种植规模

### 一、中国葡萄种植面积

### 二、重点企业基地布局

## 第十一章2014-2015年国际葡萄酒生产企业分析

### 第一节星座公司（CONSTELLATIONBRANDS，INC.）

#### 一、企业基本情况介绍

#### 二、星座公司经营状况

#### 三、星座公司在华发展情况

#### 四、美国星座开拓东欧市场

### 第二节帝亚吉欧公司（DIAGEOPLC）

#### 一、企业基本情况介绍

#### 二、帝亚吉欧经营状况

#### 三、帝亚吉欧全球化战略

#### 四、帝亚吉欧最新发展动向

### 第三节保乐力加集团（PERNODRICARDGROUP）

#### 一、企业基本情况

#### 二、保乐力加经营状况分析

#### 三、保乐力加集团竞争优势

#### 四、保乐力加在华发展情况

### 第四节福斯特集团（FOSTER&S;GROUPLIMITED）

- 一、企业基本情况
- 二、福斯特在华发展情况
- 三、福斯特业务调整情况

## 第十二章2014-2015年国内葡萄酒企业竞争力

### 第一节张裕葡萄酿酒股份有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业经济指标分析
- 四、企业营销网络分析
- 五、张裕营销策略分析

### 第二节中国长城葡萄酒有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业经济指标分析
- 四、企业竞争优势分析

### 第三节中法合营王朝葡萄酿酒有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业经济指标分析
- 四、企业营销策略分析
- 五、企业竞争优势分析

### 第四节威龙葡萄酒股份有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业经济指标分析
- 四、企业三大酒田分析

### 第五节通化葡萄酒股份有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业经济指标分析
- 四、企业营销网络分析

## 五、山葡萄酒酿造工艺

### 第六节中信国安葡萄酒业股份有限公司

#### 一、企业基本情况

#### 二、企业主要产品分析

#### 三、企业经济指标分析

#### 四、企业营销网络分析

#### 五、企业竞争优势分析

### 第七节甘肃莫高实业发展股份有限公司（zyyzg）

#### 一、企业基本情况

#### 二、企业主要产品分析

#### 三、企业经济指标分析

#### 四、企业营销网络分析

#### 五、企业竞争优势分析

### 第八节甘肃皇台酒业股份有限公司

#### 一、企业基本情况

#### 二、企业主要产品分析

#### 三、企业经济指标分析

#### 四、企业营销网络分析

## 第十三章2016-2022年产业前景及投资策略建议

### 第一节市场走势预测

### 第二节国内产业优劣势

### 第三节投资前景及策略

### 第四节产业链投资机会

## 附录：中国酿酒产业发展规划

### 一、发展环境和消费需求预测

### 二、指导思想、发展方向和主要目标

### 三、主要任务

### 四、政策性建议

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/putaojiu/D04382ZF5V.html>