

# 2016-2022年中国互联网+ 进口红酒市场产销预测及投资发展策略研究报告

## 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

《2016-2022年中国互联网+进口红酒市场产销预测及投资发展策略研究报告》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/F2984715RV.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

2012到2014年，我国葡萄酒进口额从15.8亿美元持续下滑至15.2亿美元，进口量在2013年经历小幅下滑致3.77亿升，2014年又有所回升，增加了0.7亿升，进口量为3.84亿升。可见进口葡萄酒价格在2014年整体小幅下跌。

分品类来看，2014年起泡酒进口量、额增速大幅回升，进口量为1387.2万升，同比2013年增速为59.4%，其主要进口来源国中，仅南非和美国为负增长，进口量增长最快的是西班牙和匈牙利，增速超1.7倍和3.4倍。起泡酒进口额为82.4百万美元，同比增速为27.24%；

瓶装酒进口量、额增速均有所下滑，进口量为288.1百万升，同比2013年增速为3.24%，瓶装酒进口量增长3.24%，进口额为1364.6百万美元，下滑1.3%，均价下滑4.4%。前十大进口来源国中，从智利的进口量额增长最快，从阿根廷和法国的进口量额均出现小幅下滑；主要国家中，除了法国和澳大利亚外，其他国家价格均出现不同程度下滑；澳大利亚瓶装酒价格高于均价2.09美元/瓶，且价格较2012年增长10%；

散装酒进口量下滑速度减缓，进口额及其增速持续下滑，进口量达到81.9百万升，从智利进口的葡萄酒占比约七成，散装酒进口量增速为-8.1%，仅从美国进口的散装酒有所增加，其他国家均出现下滑，其中从葡萄牙的进口量大减超70%。进口额为69.5百万美元，主要进口来源国中，智利占比超六成；散装酒进口额增速为-35.6%，除美国外，其他主要国家增速均为负，法国进口额下降最多，超65%。

价格方面，2014年各类进口葡萄酒价格集体下滑，其中仅起泡酒的价格下滑速度有所放缓，瓶装酒和散装酒价格都在加速下滑。

2014年国内进口酒市场依然处于调整时期，量额有所回升，均价有所下滑。但是，就目前市场进口葡萄酒发展的情况而言，全国上下一线城市，二线城市甚至包括三四线城市目前早已有了进口葡萄酒的身影，也就是说在经济相对发达的城市，进口葡萄酒早已经走进了千家万户，成为了人们日常生活、接待、送礼、生日等必备的酒水产品了。随着我国居民收入的不断提升，居民消费水平得到较大提升，预计到2025年时，中国的中产阶级很可能超过5亿人，届时，被视为时尚和身份象征的葡萄酒将更加畅销。

但也不排除也有极少数一些城市对进口红酒的认识度尚浅，而处于缓慢的适应阶段。一家西班牙葡萄酒厂商曾公开断言，世界未来的葡萄酒市场将是中国、印度和巴西三国鼎立的市场。尤其中国，越来越富裕，名牌消费意识日益增长，将出现越来越多的崇尚世界大牌葡萄酒的消费者。

在这样一种市场的发展前提条件下，就为我们很多欲从事红酒行业的朋友们提供了良好的发展机遇，在这种情况下主动出击是最好的利器。在未来五年之内，进口红酒将会达到全

新的高度，也就是说在未来的五年的时间里，红酒这个行业还将以市场空间利润理想为更多的红酒商提供良好的发展机遇。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国互联网+进口红酒市场产销预测及投资发展战略研究报告》。内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

智研数据研究中心是国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：

## 第一部分 行业基本概述

### 第一章 电子商务与“互联网+”

#### 第一节 电子商务发展分析

##### 一、电子商务基本定义

##### 二、电子商务发展阶段

##### 三、电子商务基本特征

##### 四、电子商务支撑环境

##### 五、电子商务基本模式

##### 六、电子商务规模分析

##### 1、电子商务市场结构

##### 2、电子商务区域结构

#### 第二节 “互联网+”的相关概述

##### 一、“互联网+”的提出

##### 二、“互联网+”的内涵

##### 三、“互联网+”的发展

##### 四、“互联网+”的评价

##### 五、“互联网+”的趋势

## 第二章 互联网环境下进口红酒行业的机会与挑战

### 第一节 2015年中国互联网环境分析

#### 一、网民基本情况分析

- 1、总体网民规模分析
- 2、分省网民规模分析
- 3、手机网民规模分析
- 4、网民属性结构分析

#### 二、网民互联网应用状况

- 1、信息获取情况分析
- 2、商务交易发展情况
- 3、交流沟通现状分析
- 4、网络娱乐应用分析

### 第二节 互联网环境下进口红酒行业的机会与挑战

- 一、互联网时代行业大环境的变化
- 二、互联网直击传统行业消费痛点
- 三、互联网助力企业开拓市场
- 四、电商成为传统企业突破口

### 第三节 互联网进口红酒行业的改造与重构

- 一、互联网重构行业的供应链格局
- 二、互联网改变生产厂商营销模式
- 三、互联网导致行业利益重新分配
- 四、互联网改变行业未来竞争格局

### 第四节 进口红酒与互联网融合创新机会孕育

- 一、电商政策变化趋势分析
- 二、电子商务消费环境趋势分析
- 三、互联网有助于精确进口红酒行业市场定位
- 四、电商黄金发展期机遇分析
- 五、大数据创新进口红酒行业需求开发

## 第三章 进口红酒行业发展现状分析

### 第一节 进口红酒行业发展环境分析

## 一、国际宏观经济分析

- 1、2015年全球经济运行概况
- 2、2016年全球经济形势预测

## 二、国内环境分析

- 1、2015年中国宏观经济运行概况
- 2、2016年中国宏观经济趋势预测

## 三、社会环境分析

## 四、技术环境分析

### 第二节 进口红酒行业发展现状分析

#### 一、进口红酒行业产业政策分析

#### 二、进口红酒行业发展现状分析

- 1、我国进口红酒产业发展概况
- 2、总体进口情况
- 3、进口区域结构

#### 三、进口红酒行业主要企业分析

#### 四、进口红酒行业市场规模分析

### 第三节 进口红酒行业市场前景分析

- 一、进口红酒行业发展机遇分析
- 二、进口红酒行业市场规模预测
- 三、进口红酒行业发展前景分析

## 第四章 进口红酒行业市场规模与电商未来空间预测

### 第一节 进口红酒电商市场规模与渗透率

- 一、进口红酒电商总体开展情况
- 二、进口红酒电商交易规模分析
- 三、进口红酒电商渠道渗透率分析
- 四、进口红酒电商开展海外直采对行业的影响分析

### 第二节 进口红酒电商行业盈利能力分析

- 一、进口红酒电子商务发展有利因素
- 二、进口红酒电子商务发展制约因素
- 三、进口红酒电商行业经营成本分析
- 四、进口红酒电商行业盈利模式分析

## 五、进口红酒电商行业盈利水平分析

### 第三节 电商行业未来前景及趋势预测

#### 一、进口红酒电商行业市场空间测算

#### 二、进口红酒电商市场规模预测分析

#### 三、进口红酒电商发展趋势预测分析

## 第五章 进口红酒企业互联网战略体系构建及平台选择

### 第一节 进口红酒企业转型电商构建分析

#### 一、进口红酒电子商务关键环节分析

##### 1、产品采购与组织

##### 2、电商网站建设

##### 3、网站品牌建设及营销

##### 4、服务及物流配送体系

##### 5、网站增值服务

#### 二、进口红酒企业电子商务网站构建

##### 1、商务分析阶段

##### 2、设计阶段

##### 3、建设变革阶段

##### 4、整合运行阶段

### 第二节 进口红酒企业转型电商发展途径

#### 一、电商B2B发展模式

#### 二、电商B2C发展模式

#### 三、电商C2C发展模式

#### 四、电商O2O发展模式

### 第三节 进口红酒企业转型电商平台选择分析

#### 一、进口红酒企业电商建设模式

#### 二、自建商城网店平台

##### 1、自建商城概况分析

##### 2、自建商城优势分析

#### 三、借助第三方网购平台

##### 1、电商平台的优劣势

##### 2、电商平台盈利模式

#### 四、电商服务外包模式分析

- 1、电商服务外包的优势
- 2、电商服务外包可行性
- 3、电商服务外包前景

#### 五、进口红酒企业电商平台选择策略

### 第六章 进口红酒行业电子商务运营模式分析

#### 第一节 进口红酒电子商务B2B模式分析

- 一、进口红酒电子商务B2B市场概况
- 二、进口红酒电子商务B2B盈利模式
- 三、进口红酒电子商务B2B运营模式
- 四、进口红酒电子商务B2B的供应链

#### 第二节 进口红酒电子商务B2C模式分析

- 一、进口红酒电子商务B2C市场概况
- 二、进口红酒电子商务B2C市场规模
- 三、进口红酒电子商务B2C盈利模式
- 四、进口红酒电子商务B2C物流模式
- 五、进口红酒电商B2C物流模式选择

#### 第三节 进口红酒电子商务C2C模式分析

- 一、进口红酒电子商务C2C市场概况
- 二、进口红酒电子商务C2C盈利模式
- 三、进口红酒电子商务C2C信用体系
- 四、进口红酒电子商务C2C物流特征
- 五、C2C电商企业物流模式选择

#### 第四节 进口红酒电子商务O2O模式分析

- 一、进口红酒电子商务O2O市场概况
- 二、进口红酒电子商务O2O优势分析
- 三、进口红酒电子商务O2O营销模式
- 四、进口红酒电子商务O2O潜在风险

### 第七章 进口红酒主流网站平台比较及企业入驻选择

#### 第一节 天猫商城



- 一、天猫商城发展基本概述
- 二、天猫商城用户特征分析
- 三、天猫商城网购优势分析
- 四、天猫商城交易规模分析
- 五、天猫商城平均消费金额分析
- 六、天猫商城企业入驻情况

## 第二节 京东商城

- 一、京东商城发展基本概述
- 二、京东商城用户特征分析
- 三、京东商城网购优势分析
- 四、京东商城交易规模分析
- 五、京东商城平均消费金额分析
- 六、京东商城企业入驻情况

## 第三节 1号店

- 一、1号店发展基本概述
- 二、1号店用户特征分析
- 三、1号店网购优势分析
- 四、1号店交易规模分析
- 五、1号店平均消费金额分析
- 六、1号店企业入驻情况

## 第四节 亚马逊中国

- 一、亚马逊发展基本概述
- 二、亚马逊用户特征分析
- 三、亚马逊网购优势分析
- 四、亚马逊交易规模分析
- 五、亚马逊平均消费金额分析

## 第五节 当当网

- 一、当当网发展基本概述
- 二、当当网用户特征分析
- 三、当当网网购优势分析
- 四、当当网交易规模分析
- 五、当当网平均消费金额分析

## 第六节 酒仙网

- 一、网站发展基本概况
- 二、酒仙网经营情况分析
- 三、酒仙网发展模式分析
- 四、酒仙网交易规模

## 第七节 也买酒

- 一、也买酒发展基本概况
- 二、也买酒销售平台分析
- 三、也买酒交易规模

## 第八章 进口红酒企业进入互联网领域投资策略分析

### 第一节 进口红酒企业电子商务市场投资要素

- 一、企业自身发展阶段的认知分析
- 二、企业开展电子商务目标的确定
- 三、企业电子商务发展的认知确定
- 四、企业转型电子商务的困境分析

### 第二节 进口红酒企业转型电商物流投资分析

#### 一、进口红酒企业电商自建物流分析

- 1、电商自建物流的优势分析
- 2、电商自建物流的负面影响

#### 二、进口红酒企业电商外包物流分析

- 1、快递业务量完成情况
- 2、快递业务的收入情况
- 3、快递业竞争格局分析

### 第三节 进口红酒企业电商市场策略分析

图表目录：

图表：2010-2015年电子商务交易规模

图表：2015年电子商务市场细分行业构成

图表：2010-2015年中国网民规模和互联网普及率

图表：2015年中国内地分省网民规模及互联网普及率

图表：2010-2015年中国手机网民规模及其占网民比例

图表：2013-2015年中国网民性别结构

图表：2013-2015年中国网民年龄结构

图表：2013-2015年中国网民学历结构

图表：2013-2015年搜索/手机搜索用户规模

图表：2013-2015年博客用户规模

图表：2013-2015年网购/手机网购用户规模

图表：2015年网络购物市场品牌渗透率

图表：2013-2015年团购/手机团购用户规模

图表：2015年团购市场品牌渗透率

图表：2013-2015年网上支付/手机网上支付用户规模

图表：2015年网上支付市场品牌渗透率

图表：2013-2015年在线旅游预订/手机在线旅游预订用户规模

图表：2015年在线旅游市场品牌渗透率

图表：2013-2015年即时通信/手机即时通信用户规模

图表：2013-2015年微博客/手机微博客用户规模

图表：2013-2015年网络游戏/手机网络游戏用户规模

图表：2013-2015年网络文字用户规模

图表：2013-2015年网络视频/手机网络视频用户规模

图表：2012-2015年国内生产总值及增长速度

图表：2015年居民消费价格比2014年涨跌幅度

图表：2012-2015年社会消费品零售总额

图表：2015年按收入来源分全国居民人均可支配收入占比

图表：2015年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表：2015年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度

图表：2013-2015年全国规模以上工业增加值及其增长速度

图表：2015年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2012-2015年社会固定资产投资

图表：2015年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度

图表：2015年固定资产投资新增主要生产与运营能力

图表：2012-2015年全国一般公共预算收入

图表：2012-2015年国家外汇储备

图表：2015年年末全部金融机构本外币存贷款余额及其增长速度

图表：2012-2015年中国对外贸易进出口总额

图表：2015年货物进出口总额及其增长速度

图表：2015年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表：2011-2015年中国单位GDP增速吸纳的城镇就业人数走势图

图表：2011-2015年我国CPI同比增速及未来预测

图表：2011-2015年我国M2增速及未来预测

图表：2013-2015年我国固定资产投资完成额及分项累计同比增长率

图表：2015年末人口数及其构成

图表：2012-2015年城镇新增就业人数

图表：2012-2015年普通本专科、中等职业教育及普通高中招生人数

图表：2015年专利申请受理、授权和有效专利情况

图表：2012-2015年卫生技术人员人数

图表：2011-2015年我国葡萄酒进口量及增长率

图表：2011-2015年我国葡萄酒进口金额及增长率

图表：2011-2015年我国各类葡萄酒进口量占比

图表：2012-2015年我国各类葡萄酒进口量增长率

图表：2012-2015年各类葡萄酒进口额及增长率

图表：2012-2015年各类进口葡萄酒价格趋势分析

图表：2012-2015年各类进口葡萄酒均价增速

图表：2015年我国瓶装葡萄酒进口量前十大来源国

图表：2015年我国瓶装葡萄酒进口额前十大来源国

图表：2015年我国散装葡萄酒进口量前十大来源国

图表：2015年我国散装葡萄酒进口额前十大来源国

图表：2015年我国起泡葡萄酒进口量前十大来源国

图表：2015年我国起泡葡萄酒进口额前十大来源国

图表：2012-2015年中国进口红酒行业企业数量

图表：2012-2015年中国进口红酒行业市场规模

图表：2016-2022年中国进口红酒行业市场规模预测

图表：2012-2015年我国进口红酒电商交易规模

图表：2012-2015年我国进口红酒电商交易规模渗透率

图表：2016-2022年我国进口红酒电商交易规模预测

图表：B2B电子商务供应链示意图

图表：买方集中模式的结构图  
图表：卖方集中模式的结构图  
图表：网上交易市场的结构图  
图表：B2C电子商务销售渠道  
图表：2015年商户选择移动终端方式情况  
图表：食品企业电商建设模式情况  
图表：进口红酒行业垂直模式B2B结构  
图表：面向中间交易市场的B2B销售商和采购商  
图表：2012-2015年我国进口红酒电商B2C市场规模  
图表：进口红酒电商O2O模式  
图表：O2O模式的运营闭环以及价值流  
图表：1919酒类直供O2O运营模式  
图表：中酒网O2O及B2C经营模式  
图表：天猫商城用户年龄结构  
图表：2015年天猫商城数据  
图表：2015年天猫商城平均消费金额分析  
图表：京东用户各移动设备上网时间段分析  
图表：2015年京东商城每单消费金额  
图表：当当网用户地区分布  
图表：当当网用户年龄分布  
图表：2012-2015年酒仙网交易规模  
图表：2012-2015年也买酒网交易规模

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/putaojiu/F2984715RV.html>