

2016-2022年中国干红葡萄酒市场深度调查分析及投资风险评估报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国干红葡萄酒市场深度调查分析及投资风险评估报告》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/l58532YJ7S.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

葡萄酒只能是破碎或未破碎的新鲜葡萄果实或葡萄汁经完全或者部分酒精发酵后获得酒精度数不低于8.5%的饮料。通常分红葡萄酒和白葡萄酒、起泡酒三种。前者是红葡萄带皮浸渍发酵而成；后者是葡萄汁发酵而成的古代的波斯是古文明发源地之一。多数历史学家都认为波斯可能是世界上最早酿造葡萄酒的国家。

随着古代战争和商业活动，葡萄酒酿造的方法传遍了以色列、叙利亚、小亚细亚阿拉伯国家。由于阿拉伯国家信奉伊斯兰教，而伊斯兰教提倡禁酒律，因而阿拉伯国家的酿酒行业日渐衰萎，几乎被禁绝了。后来葡萄酒酿造的方法从波斯、埃及传到希腊[1]、罗马、高卢（即法国）。然后，葡萄酒的酿造技术和消费习惯由希腊、意大利和法国传到欧洲各国。由于欧洲人信奉基督教，基督教徒把面包和葡萄酒称为上帝的肉和血，把葡萄酒视为生命中不可缺少的饮料酒，所以葡萄酒在欧洲国家就发展起来，因此法国、意大利、西班牙成为当今世界葡萄酒的“湖泊”，欧洲国家也是当今世界人均消费葡萄酒最多的国家。欧洲国家葡萄酒的产量，占世界葡萄酒总产量的80%以上。此外还有一说为葡萄酒起源于希腊。

一九一五年，张弼士率领“中国实业考察团”赴美国考察，适逢旧金山各界盛会，庆祝巴拿马运河开通，举办国际商品大赛。张就把随身携带的“可雅白兰地”、“玫瑰香红葡萄酒”、“琼瑶浆”等送去展览和评比，均获得优胜。后来，“可雅白兰地”改为“金奖白兰地”，一直沿用。

我国人均葡萄酒消费量已突破1升大关。国内消费能力快速成长刺激葡萄酒制造业规模扩大。2012年1-12月，全国葡萄酒累计产量为1381614.56千升，比2011年同期增长了16.90%。2013年1-12月，全国葡萄酒累计产量为1178341.04千升。2014年1-12月我国共生产葡萄酒116.1万千升。

根据我国人口结构，2013年10-19岁、20-29岁、30-39、40-49、50-65岁的人口数量分别达到1.5亿人、2.3亿人、2.0亿人、2.4亿人、2.4亿人，占总人口比重分别达到11.3%、17%、14.9%、18.1%、17.8%，随着90后人群逐渐步入社会，90后潜在葡萄酒消费人群人口占比有望达到20%以上，并且他们的消费频率会更高。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国干红葡萄酒市场深度调查分析及投资风险评估报告》共十章。首先介绍了干红葡萄酒行业市场发展环境、干红葡萄酒整体运行态势等，接着分析了干红葡萄酒行业市场运行的现状，然后介绍了干红葡萄酒市场竞争格局。随后，报告对干红葡萄酒做了重点企业经营状况分析，最后分析了干红葡萄酒行业发展趋势与投资预测。您若想对干红葡萄酒产业有个系统的了解或者想投资干红葡萄酒行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一部分 行业发展综述

第一章 干红葡萄酒产品概述 1

第一节 产品定义 1

第二节 产品用途 1

第三节 干红葡萄酒市场特点分析 3

一、产品特征 3

二、价格特征 3

三、渠道特征 4

四、发展特征 4

第四节 行业发展周期特征分析 6

第五节 行业发展现状分析 6

第六节 我国干红葡萄酒行业发展趋势 8

第二章 干红葡萄酒行业环境分析 11

第一节 中国经济发展环境分析 11

一、中国GDP分析 11

二、固定资产投资 12

三、城镇人员从业状况 13

四、恩格尔系数分析 13

五、2016-2022年中国宏观经济发展预测 15

第二节 中国干红葡萄酒行业社会环境分析 17

一、人口环境分析 17

二、教育环境分析 20

三、文化环境分析 20

四、中国城镇化率 25

第三节 中国干红葡萄酒行业政策环境分析 26

一、我国葡萄酒行业“十三五”规划	26
二、《葡萄酒行业准入政策》	38
三、产业政策分析	44
四、相关产业政策影响分析	45
第四节 中国干红葡萄酒行业技术环境分析	52
一、中国干红葡萄酒技术发展概况	52
二、中国干红葡萄酒产品工艺特点或流程	57
三、中国干红葡萄酒行业技术发展现状	60
四、中国干红葡萄酒行业技术发展趋势	64
第二部分 行业市场分析	
第三章 中国干红葡萄酒市场分析	66
第一节 干红葡萄酒市场现状分析及预测	66
一、2014-2015年中国干红葡萄酒市场规模分析	66
二、2016-2022年中国干红葡萄酒市场规模预测	66
第二节 干红葡萄酒产品产量分析及预测	67
一、2014-2015年中国干红葡萄酒产量分析	67
二、2016-2022年中国干红葡萄酒产量预测	68
第三节 干红葡萄酒产品产能分析及预测	69
一、2014-2015年中国干红葡萄酒产能分析	69
二、2016-2022年中国干红葡萄酒产能预测	69
第四节 干红葡萄酒市场需求分析及预测	70
一、2014-2015年中国干红葡萄酒市场需求分析	70
二、2016-2022年中国干红葡萄酒市场需求预测	70
第五节 干红葡萄酒进出口数据分析	71
一、2014-2015年中国干红葡萄酒进出口数据分析	71
二、2016-2022年国内干红葡萄酒产品未来进出口情况预测	72
第四章 干红葡萄酒细分行业分析	74
第一节 高端干红葡萄酒行业分析	74
一、高端干红葡萄酒行业概况	74
二、高端干红葡萄酒行业运营模式	74

第二节 中端干红葡萄酒行业分析 77

- 一、中端干红葡萄酒行业概况 77
- 二、中端干红葡萄酒行业运营模式 80

第三节 低端干红葡萄酒行业分析 82

- 一、低端干红葡萄酒行业概况 82
- 二、低端干红葡萄酒行业运营模式 86

第五章 干红葡萄酒产业渠道分析 88

第一节 2016年国内干红葡萄酒产品的需求地域分布结构 88

第二节 2014-2015年中国干红葡萄酒产品重点区域市场消费情况分析 88

- 一、华东 88
 - 1、华东地区干红葡萄酒发展概况 88
 - 2、2014-2015年华东地区干红葡萄酒市场消费情况 90
- 二、中南 90
 - 1、中南地区干红葡萄酒发展概况 90
 - 2、2014-2015年中南地区干红葡萄酒市场消费情况 91
- 三、华北 92
 - 1、华北地区干红葡萄酒发展概况 92
 - 2、2014-2015年华北地区干红葡萄酒市场消费情况 95
- 四、西部 96
 - 1、西部地区干红葡萄酒发展概况 96
 - 2、2014-2015年西部地区干红葡萄酒市场消费情况 97

第三节 2016年国内干红葡萄酒产品的经销模式分析 98

第四节 渠道格局 99

第五节 渠道形式 100

第六节 干红葡萄酒行业国际化营销模式分析 101

第七节 2016年国内干红葡萄酒产品生产及销售投资运作模式分析 106

- 一、国内生产企业投资运作模式 106
- 二、国内营销企业投资运作模式 108
- 三、外销与内销优势分析 109

第六章 中国干红葡萄酒企业分析 111

第一节 烟台张裕集团有限公司 111

- 一、企业概况 111
- 二、企业主要经济指标分析 112
- 三、企业发展能力分析 113
- 四、企业经营效率分析 113
- 五、企业盈利能力分析 114
- 六、企业偿债能力分析 114
- 七、企业资本结构分析 115
- 八、企业现金流量分析 115
- 九、企业投资效益分析 116
- 十、企业经营分析 116

第二节 青岛啤酒股份有限公司 117

- 一、企业概况 117
- 二、企业主要经济指标分析 118
- 三、企业成长性分析 119
- 四、企业经营能力分析 119
- 五、企业盈利能力分析 120
- 六、企业偿债能力分析 120
- 七、企业资本结构分析 121
- 八、企业现金流量分析 121
- 九、企业投资效益分析 122
- 十、企业经营分析 122

第三节 广夏银川实业股份有限公司 123

- 一、企业概况 123
- 二、企业主要经济指标分析 124
- 三、企业成长性分析 125
- 四、企业经营能力分析 125
- 五、企业盈利能力分析 126
- 六、企业偿债能力分析 126
- 七、企业资本结构分析 127
- 八、企业现金流量分析 127
- 九、企业投资效益分析 128

十、企业经营分析 128

第四节 皇台集团 129

一、企业概况 129

二、企业主要经济指标分析 130

三、企业成长性分析 131

四、企业经营能力分析 131

五、企业盈利能力分析 132

六、企业偿债能力分析 132

七、企业资本结构分析 133

八、企业现金流量分析 133

九、企业投资效益分析 134

十、企业经营分析 134

第五节 浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司 135

一、企业概况 135

二、企业主要经济指标分析 136

三、企业成长性分析 137

四、企业经营能力分析 137

五、企业盈利能力分析 138

六、企业偿债能力分析 138

七、企业资本结构分析 139

八、企业现金流量分析 139

九、企业投资效益分析 140

十、企业经营分析 140

第六节 新天国际葡萄酒业股份有限公司 141

一、企业概况 141

二、企业主要经济指标分析 142

三、企业发展能力分析 143

四、企业经营能力分析 143

五、企业盈利能力分析 144

六、企业偿债能力分析 144

七、企业资本结构分析 145

八、企业现金流量分析 145

九、企业投资效益分析	146
十、企业经营分析	146
第七节 通化葡萄酒股份有限公司	147
一、企业概况	147
二、企业主要经济指标分析	148
三、企业发展能力指标分析	149
四、企业经营效率分析	149
五、企业盈利能力分析	150
六、企业偿债能力分析	150
七、企业资本结构分析	151
八、企业现金流量分析	151
九、企业投资效益分析	152
十、企业经营分析	152
第八节 甘肃莫高实业发展股份有限公司	153
一、企业概况	153
二、企业主要经济指标分析	154
三、企业成长性分析	155
四、企业经营能力分析	155
五、企业盈利能力分析	156
六、企业偿债能力分析	156
七、企业资本结构分析	157
八、企业现金流量分析	157
九、企业投资效益分析	158
十、企业经营分析	158
第九节 中法合营王朝葡萄酿酒有限公司	159
第十节 中粮华夏长城葡萄酒有限公司	160
第七章 干红葡萄酒行业相关产业分析	161
第一节 干红葡萄酒行业产业链概述	161
第二节 干红葡萄酒上游行业发展状况分析	165
一、上游原材料生产情况分析	165
二、上游原材料需求情况分析	166

第三节 干红葡萄酒下游行业发展情况分析	166
第四节 中国干红葡萄酒行业面临的问题	167
第五节 未来几年内中国干红葡萄酒行业竞争格局发展趋势分析	168

第三部分 发展前景展望

第八章 2016-2022年干红葡萄酒行业前景展望与趋势预测 171

第一节 干红葡萄酒行业投资价值分析 171

- 一、2016-2022年国内干红葡萄酒行业盈利能力分析预测 171
- 二、2016-2022年国内干红葡萄酒行业偿债能力分析预测 172
- 三、2016-2022年国内干红葡萄酒产品投资收益率分析预测 174
- 四、2016-2022年国内干红葡萄酒行业运营效率分析预测 175

第二节 2016-2022年国内干红葡萄酒行业投资机会分析 176

- 一、国内强劲的经济增长对干红葡萄酒行业的支撑因素分析 176
- 二、下游行业的需求对干红葡萄酒行业的发展因素分析 183
- 三、干红葡萄酒产品相关产业的发展对干红葡萄酒行业的带动因素分析 185

第三节 2016-2022年国内干红葡萄酒行业投资热点及未来投资方向分析 186

- 一、产品发展趋势 186
- 二、价格变化趋势 187
- 三、用户需求结构趋势 191

第四节 2016-2022年国内干红葡萄酒行业未来市场发展前景预测 192

- 一、市场规模预测分析 192
- 二、市场结构预测分析 193
- 三、市场供需情况预测 194

第四节 我国干红葡萄酒产业发展的SWOT分析 195

- 一、优势分析 196
- 二、劣势分析 196
- 三、机会分析 197
- 四、威胁分析 198
- 五、政策建议 199

第九章 2016-2022年干红葡萄酒行业投资战略研究 201

第一节 2016-2022年中国干红葡萄酒行业发展的关键要素 201

一、生产要素	201
二、需求条件	204
三、企业战略、结构与竞争状态	208
五、政府的作用	212
第二节 2016-2022年中国干红葡萄酒投资机会分析	212
一、干红葡萄酒行业投资前景	212
二、干红葡萄酒行业投资区域	213
三、干红葡萄酒行业投资吸引力分析	215
第三节 2016-2022年中国干红葡萄酒投资风险分析	217
一、技术风险分析	217
二、原材料风险分析	218
三、政策/体制风险分析	218
四、进入/退出风险分析	219
五、经营管理风险分析	220
第四节 对干红葡萄酒项目的投资建议	225
一、目标群体建议（应用领域）	225
二、产品分类与定位建议	226
三、价格定位建议	227
四、投资区域建议	229
五、销售渠道建议	230
六、资本并购重组运作模式建议	231
八、企业经营管理建议	235
九、重点客户建设建议	236
第十章 中国干红葡萄酒行业经营战略研究	239 (ZY GXH)
第一节 品牌战略思考	239
一、干红葡萄酒企业品牌的重要性	239
二、实施品牌战略的意义	239
三、品牌的现状分析	242
四、干红葡萄酒企业的品牌战略	244
五、品牌战略管理的策略	244
第二节 干红葡萄酒企业经营管理策略	245

- 一、成本控制策略 245
- 二、定价策略 249
- 三、竞争策略 251
- 四、并购重组策略 252
- 五、营销策略 253
- 六、人力资源 255
- 七、财务管理 258
- 八、国际化策略 260
- 第三节 干红葡萄酒行业发展战略研究 261
 - 一、战略综合规划 261
 - 二、技术开发战略 263
 - 三、业务组合战略 264
 - 四、区域战略规划 266
 - 五、产业战略规划 267
 - 六、营销品牌战略 268
 - 七、竞争战略规划 269
- 第四节 干红葡萄酒行业竞争结构分析 270
 - 一、现有干红葡萄酒企业间竞争 270
 - 二、潜在进入者分析 270
 - 三、替代品威胁分析 273
 - 四、供应商议价能力 274
 - 五、客户议价能力 275
- 第五节 经营策略分析 276
 - 一、功能糖市场细分策略 276
 - 二、市场创新策略 279
 - 三、品牌定位与品类规划 285
 - 四、功能糖新产品差异化战略 286
- 第六节 干红葡萄酒行业投资战略研究 289 (ZY GXH)

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/putaojiu/l58532YJ7S.html>