

2019-2025年中国高端红酒 行业市场运营态势与投资商机研究咨询报告

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

《2019-2025年中国高端红酒行业市场运营态势与投资商机研究咨询报告》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/J68941JGTN.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

红酒（Red wine）是葡萄酒的一种，并不一定特指红葡萄酒。红酒的成分相当简单，是经自然发酵酿造出来的果酒，含有最多的是葡萄汁，葡萄酒有许多分类方式。以成品颜色来说，可分为红葡萄酒、白葡萄酒及粉红葡萄酒三类。其中红葡萄酒又可细分为干红葡萄酒、半干红葡萄酒、半甜红葡萄酒和甜红葡萄酒，白葡萄酒则细分为干白葡萄酒、半干白葡萄酒、半甜白葡萄酒和甜白葡萄酒。粉红葡萄酒也叫桃红酒、玫瑰红酒。杨梅酿制的叫做杨梅红酒。

和很多奢侈品行业一样，在中国高端红酒市场，仍然是国外品牌品牌的天下，特别是以法国名庄酒为代表的高端红酒品牌。但是，财富品质研究院表示，这种状态在未来将得到改变，中国高端红酒市场红酒品牌将呈现多极化发展趋势，新世界红酒品牌将越来越在中国高端红酒市场占据重要位置。而中国高端红酒品牌，则任重而道远，短期那内很难产生具有国际竞争力的高端红酒品牌。

智研数据研究中心发布的《2019-2025年中国高端红酒行业市场运营态势与投资商机研究咨询报告》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，具有重要的参考价值！

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：
第一章 高端红酒行业相关基础概述及研究机构1.1 高端红酒的定义及分类1.1.1 高端红酒的界定1.1.2 高端红酒的品鉴1.1.3 高端红酒产品分类1.2 高端红酒行业特点分析1.2.1 市场特点分析1.2.2 行业经济特性1.2.3 行业发展周期分析1.2.4 行业进入风险1.2.5 行业成熟度分析 第二章 2017年中国高端红酒行业市场发展环境分析2.1 中国高端红酒行业经济环境分析2.1.1 中国经济运行情况1、国民经济运行情况GDP2、消费价格指数CPI、PPI3、全国居民收入情况4、恩格尔系数5、工业发展形势6、酿酒工业发展现状2.1.2 经济环境对行业的影响分析2.2 中国高端红酒行业政策环境分析2.2.1 行业监管环境1、中国轻工业联合会2、国家酒类及饮料质量监督检验中心2.2.2 行业政策分析1、《中华人民共和国食品安全法》2、《食品标识管理规定》3、《食品安全国家标准预包装食品标签通则》（GB 7718-2011）4、《预包装饮料酒标签通则》（GB 10344-2005）5、《食品安全国家标准蒸馏酒及其配制酒》（GB 2757-2012

) 2.2.3 政策环境对行业的影响分析2.3 中国高端红酒行业社会环境分析2.3.1 行业社会环境1、人口环境分析2、饮酒文化分析3、消费升级分析4、个性化消费分析5、饮酒低度化趋势分析6、消费升级发展趋势分析7、大众消费趋势分析2.3.2 社会环境对行业的影响分析2.4 中国高端红酒行业技术环境分析2.4.1 高端红酒酿造工艺分析1、酿造工艺流程分析2、中国高端红酒行业新工艺研究2.4.2 地理环境对高端红酒品质的影响分析 第三章 中国高端红酒行业上、下游产业链分析3.1 高端红酒行业产业链概述3.1.1 产业链定义3.1.2 高端红酒行业产业链3.2 高端红酒行业上游-葡萄种植产业发展分析3.2.1 葡萄种植产业发展现状3.2.2 葡萄产业供给分析3.2.3 葡萄供给价格分析3.2.4 主要葡萄供给区域分析3.3 高端红酒行业下游-经销商情况分析3.3.1 高端红酒经销商发展现状3.3.2 高端红酒经销商规模情况3.3.3 高端红酒经销商区域分布3.4 高端红酒行业消费者消费情况分析3.4.1 居民人均高端红酒消费情况3.4.2 高端红酒消费者地域分布情况3.4.3 消费升级下的高端红酒消费市场3.4.4 高端红酒消费者品牌忠诚度分析 第四章 国际高端红酒行业市场发展分析4.1 2014-2017年国际高端红酒行业发展现状4.1.1 国际高端红酒行业发展现状4.1.2 国际高端红酒行业发展规模4.2 2014-2017年国际高端红酒市场需求研究4.2.1 国际高端红酒市场需求特点4.2.2 国际高端红酒市场需求结构4.2.3 国际高端红酒市场需求规模4.3 2014-2017年国际区域高端红酒行业研究4.3.1 欧洲4.3.2 美国4.3.3 日韩4.4 国际著名高端红酒品牌分析4.4.1 罗曼尼-康帝(Romane Conti)4.4.2 梅洛(Merlot)4.2.3 Le Pin4.2.4 Pauillac4.2.5 瓦朗德鲁酒庄4.5 2019-2025年国际高端红酒行业发展展望4.5.1 国际高端红酒行业发展趋势4.5.2 国际高端红酒行业规模预测4.5.3 国际高端红酒行业发展机会 第五章 2014-2017年中国高端红酒行业发展概述5.1 中国高端红酒行业发展状况分析5.1.1 中国高端红酒行业发展阶段5.1.2 中国高端红酒行业发展总体概况5.1.3 中国高端红酒行业发展特点分析5.2 2014-2017年高端红酒行业发展现状5.2.1 2014-2017年中国高端红酒行业发展热点5.2.2 2014-2017年中国高端红酒行业发展现状5.2.3 2014-2017年中国高端红酒企业发展分析5.3 中国高端红酒行业细分市场概况5.4 重点高端红酒企业市场份额分析5.5 高端红酒行业市场集中度分析5.6 中国高端红酒终端市场运作分析5.6.1 产品选择和客户管理5.6.2 公关和培训5.6.3 促销和客户服务5.6.4 激励政策5.6.5 物流管控5.6.6 理货管理和回款管理5.7 高端红酒市场困境分析5.7.1 公务消费市场萎缩冲击市场销量5.7.2 价格体系混乱5.7.3 中低端红酒市场兴起对高端市场的冲击5.7.4 市场发展方向与居民消费需求脱节5.8 中国高端红酒行业发展问题及对策建议5.8.1 中国高端红酒行业发展制约因素5.8.2 中国高端红酒行业存在问题分析5.8.3 中国高端红酒行业发展对策建议 第六章 中国高端红酒行业运行指标分析及预测6.1 中国高端红酒行业企业数量分析6.1.1 2014-2017年中国高端红酒行业企业数量情况6.1.2 2014-2017年中国高端红酒行业企业竞争结构6.2 中国高端红酒行业生产成本构成分析6.3 2014-2017年中国高端红酒行业财务指标总体分析6.3.1 行业盈利能力分析6.3.2 行业偿债能力分析6.3.3 行业营运能力分析6.3.4 行业发展能力分析6.3.5 财务指标总体

情况分析6.4 中国高端红酒行业市场规模分析及预测6.4.1 2014-2017年中国高端红酒行业市场规模分析6.4.2 2019-2025年中国高端红酒行业市场规模预测6.5 中国高端红酒行业市场供需分析及预测6.5.1 中国高端红酒行业市场供给分析1、2014-2017年中国高端红酒行业供给规模分析2、2019-2025年中国高端红酒行业供给规模预测6.5.2 中国高端红酒行业市场需求分析1、2014-2017年中国高端红酒行业需求规模分析2、2019-2025年中国高端红酒行业需求规模预测

第七章 中国互联网+高端红酒行业发展现状及前景7.1 互联网给高端红酒行业带来的冲击和变革分析7.1.1 互联网时代高端红酒行业大环境变化分析7.1.2 互联网给高端红酒行业带来挑战及机遇分析7.1.3 互联网时代高端红酒营销模式变革分析7.1.4 互联网时代高端红酒销售渠道变革分析7.2 中国互联网+高端红酒行业市场发展现状分析7.2.1 中国互联网+高端红酒行业投资布局分析1、中国互联网+高端红酒行业投资切入方式2、中国互联网+高端红酒行业投资规模分析3、中国互联网+高端红酒行业投资业务布局7.2.2 高端红酒行业目标客户互联网渗透率分析7.2.3 中国互联网+高端红酒行业市场规模分析7.2.4 中国互联网+高端红酒行业竞争格局分析1、中国互联网+高端红酒行业参与者结构2、中国互联网+高端红酒行业竞争者类型3、中国互联网+高端红酒行业市场占有率7.2.5 中国高端红酒电商平台分析1、酒仙网2、酒美网3、网酒网4、酒库网5、19196、亚马逊7、京东8、天猫7.2.6 中国高端红酒企业互联网战略案例分析7.3 中国互联网+高端红酒行业市场发展前景分析7.3.1 中国互联网+高端红酒行业市场增长动力分析7.3.2 中国互联网+高端红酒行业市场发展瓶颈剖析7.3.3 中国互联网+高端红酒行业市场发展趋势分析

第八章 中国高端红酒行业消费市场调查8.1 高端红酒市场消费需求分析8.1.1 高端红酒市场的消费需求变化8.1.2 高端红酒行业的需求情况分析8.1.3 高端红酒品牌市场消费需求分析8.2 高端红酒消费市场状况分析8.2.1 高端红酒行业消费特点8.2.2 高端红酒行业消费结构分析8.2.3 高端红酒行业消费的市场变化8.2.4 高端红酒市场的消费方向8.3 高端红酒行业产品的品牌市场调查8.3.1 消费者对行业品牌认知度宏观调查8.3.2 消费者对行业产品的品牌偏好调查8.3.3 消费者对行业品牌的首要认知渠道8.3.4 高端红酒行业品牌忠诚度调查8.3.5 消费者的消费理念调研

第九章 中国高端红酒行业市场竞争格局分析9.1 中国高端红酒行业竞争格局分析9.1.1 高端红酒行业区域分布格局9.1.2 高端红酒行业企业规模格局9.1.3 高端红酒行业企业性质格局9.2 中国高端红酒行业竞争五力分析9.2.1 高端红酒行业上游议价能力9.2.2 高端红酒行业下游议价能力9.2.3 高端红酒行业新进入者威胁9.2.4 高端红酒行业替代产品威胁9.2.5 高端红酒行业现有企业竞争9.3 中国高端红酒行业竞争SWOT分析9.3.1 高端红酒行业优势分析（S）9.3.2 高端红酒行业劣势分析（W）9.3.3 高端红酒行业机会分析（O）9.3.4 高端红酒行业威胁分析（T）9.4 中国高端红酒行业竞争策略建议

第十章 中国高端红酒行业领先企业竞争力分析10.1 烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司10.1.1 企业发展基本情况10.1.2 企业经营情况分析10.1.3 企业发展战略分析10.2 中粮华夏长城高端红酒有限公司10.2.1 企业发展基本情况10.2.2 企业经

营情况分析10.2.3 企业发展战略分析10.3 王朝葡萄酒有限公司10.3.1 企业发展基本情况10.3.2 企业经营情况分析10.3.3 企业发展战略分析10.4 威龙高端红酒股份有限公司10.4.1 企业发展基本情况10.4.2 企业经营情况分析10.4.3 企业发展战略分析10.5 甘肃莫高实业发展股份有限公司10.5.1 企业发展基本情况10.5.2 企业经营情况分析10.5.3 企业发展战略分析10.6 中信国安高端红酒业股份有限公司10.6.1 企业发展基本情况10.6.2 企业经营情况分析10.6.3 企业发展战略分析10.7 通化高端红酒股份有限公司10.7.1 企业发展基本情况10.7.2 企业经营情况分析10.7.3 企业发展战略分析10.8 北京龙徽酿酒有限公司10.8.1 企业发展基本情况10.8.2 企业经营情况分析10.8.3 企业发展战略分析10.9 云南高原高端红酒有限公司10.9.1 企业发展基本情况10.9.2 企业经营情况分析10.9.3 企业发展战略分析10.10 香格里拉酒业股份有限公司10.10.1 企业发展基本情况10.10.2 企业经营情况分析10.10.3 企业发展战略分析 第十一章 2019-2025年中国高端红酒行业发展趋势与投资机会研究11.1 2019-2025年中国高端红酒行业市场发展潜力分析11.1.1 中国高端红酒行业市场空间分析11.1.2 中国高端红酒行业竞争格局变化11.1.3 中国高端红酒行业互联网+前景11.2 2019-2025年中国高端红酒行业发展趋势分析11.2.1 中国高端红酒行业品牌格局趋势11.2.2 中国高端红酒行业渠道分布趋势11.2.3 中国高端红酒行业市场趋势分析11.2.4 中国高端红酒行业发展新契机分析1、新消费2、新市场3、新零售4、新渠道5、新传播11.3 2019-2025年中国高端红酒行业投资机会与建议11.3.1 中国高端红酒行业投资前景展望11.3.2 中国高端红酒行业投资机会分析11.3.3 中国高端红酒行业投资建议分析 第十二章 2019-2025年中国高端红酒行业投资分析与风险规避12.1 中国高端红酒行业关键成功要素分析12.2 中国高端红酒行业投资壁垒分析12.3 中国高端红酒行业投资风险与规避12.3.1 宏观经济风险与规避12.3.2 行业政策风险与规避12.3.3 上游市场风险与规避12.3.4 市场竞争风险与规避12.3.5 技术风险分析与规避12.3.6 下游需求风险与规避12.4 中国高端红酒行业融资渠道与策略12.4.1 高端红酒行业融资渠道分析12.4.2 高端红酒行业融资策略分析 第十三章 2019-2025年中国高端红酒行业盈利模式与投资战略规划分析13.1 国外高端红酒行业投资现状及经营模式分析13.1.1 境外高端红酒行业成长情况调查13.1.2 经营模式借鉴13.1.3 行业投资新趋势动向13.2 中国高端红酒行业营销模式探讨13.2.1 定准目标消费，注重概念推广13.2.2 营销由点到面，循序渐进铺开13.2.3 突出个性策略，注重品牌营销13.2.4 切入商务营销，渗透政务宴会13.2.5 培育红酒品味，完善红酒文化13.3 中国高端红酒行业投资发展战略规划13.3.1 战略优势分析13.3.2 战略机遇分析13.3.3 战略规划目标13.3.4 战略措施分析13.4 最优投资路径设计13.4.1 投资对象13.4.2 投资模式13.4.3 预期财务状况分析13.4.4 风险资本退出方式 第十四章 研究结论及建议14.1 研究结论14.2 专家建议14.2.1 行业发展策略建议14.2.2 行业投资方向建议14.2.3 行业投资方式建议 图表目录 图表：高端红酒行业特点 图表：高端红酒行业生命周期 图表：高端红酒行业产业链分析 图表：中国GDP增长情况 图表：中国CPI增长情况 图表：中国人口数量及其构成

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/putaojiu/J68941JGTN.html>