

# 2016-2022年中国葡萄酒市场研究与未来发展趋势报告

## 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年中国葡萄酒市场研究与未来发展趋势报告》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/L850436X07.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

### 前言

葡萄酒是指以新鲜葡萄或葡萄汁为原料，经全部或部分发酵酿制而成，酒精度（体积分数）等于或大于7%的发酵酒产品。葡萄酒产品的分类方法较多，最常用的是按颜色进行分类。

根据国际葡萄与葡萄酒组织（OIV）发布的数据：2015年全球葡萄酒产量预计在275.7亿升左右，同比增长2%。意大利成为最大的葡萄酒生产国，总产量为48.9亿升，同比增长10%。法国落后于意大利，排名第二，产量为47.4亿升，同比增长1%。

本葡萄酒行业研究报告共十四章是智研数据研究中心公司的研究成果，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。智研数据研究中心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。本中国葡萄酒行业研究报告是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、智研数据研究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。

报告揭示了中国葡萄酒行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国葡萄酒行业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 葡萄酒行业的相关概述	1
1.1 葡萄酒的相关概述	1
1.1.1 葡萄酒定义及分类	1
1.1.2 葡萄酒的生产	4
1.1.3 葡萄酒的流通	8
1.1.4 葡萄酒的消费	8
1.2 葡萄酒行业的概述	10
1.2.1 葡萄酒行业监管体制	10
1.2.2 葡萄酒行业产业链分析	10

1.2.3 葡萄酒行业生命周期判断	13
1.2.4 葡萄酒行业进入壁垒分析	16
1.3 2015年葡萄酒市场地位分析	17
1.3.1 2015年葡萄酒企业数量比较	17
1.3.2 2015年葡萄酒资产规模比较	18
1.3.3 2015年葡萄酒销售规模比较	18
1.3.4 2015年葡萄酒利润规模比较	19
1.3.5 2015年葡萄酒盈利能力比较	19
第二章 2012-2015年中国葡萄酒行业市场环境分析	20
2.1 宏观经济环境	20
2.1.1 2012-2015年中国GDP增长分析	20
2.1.2 2012-2015年中国消费品零售总额	21
2.1.3 2012-2015年中国商品进出口贸易	22
2.1.4 2012-2015年中国居民收入增长情况	24
2.1.5 2015年中国人口构成	25
2.2 产业政策环境	27
2.2.1 中国葡萄酒行业市场准入政策	27
2.2.2 中国葡萄酒标准及相关规章现状	29
2.2.3 2014年葡萄酒新国家标准施行	33
2.2.4 2015年葡萄酒清洁生产标准实施	34
2.3 市场消费环境	42
2.3.1 2012-2015年中国CPI增长分析	42
2.3.2 2012-2015年中国餐饮业消费额	44
2.3.3 2012-2015年中国酒类消费情况	45
第三章 2012-2015年全球葡萄酒市场状况	46
3.1 全球葡萄酒生产状况	46
3.1.1 2012-2015年全球葡萄酒产量情况	46
3.1.2 2012-2015年欧盟地区葡萄酒生产状况	47
3.1.3 2012-2015年其他地区葡萄酒生产情况	49
3.2 全球葡萄酒消费状况	50

3.2.1 2012-2015年全球葡萄酒消费总量分析	50
3.2.2 2012-2015年欧盟地区葡萄酒消费情况	50
3.2.3 2012-2015年其他地区葡萄酒消费情况	51
3.3 全球葡萄酒市场供需及贸易	52
3.3.1 2012-2015年全球葡萄酒市场供需状况	52
3.3.2 2014年全球主要国家葡萄酒贸易情况	52
3.3.3 2012-2015年全球葡萄酒贸易状况分析	53
第四章 2012-2015年中国葡萄酒行业发展现状	54
4.1 中国葡萄酒行业发展现状	54
4.1.1 中国葡萄酒行业的发展历史	54
4.1.2 中国葡萄酒行业发展的现状	56
4.1.3 中国葡萄酒酿造技术不断提高	57
4.1.4 中国葡萄酒的生产格局与特点	58
4.2 2014年中国葡萄酒行业分析	60
4.2.1 2014年中国葡萄酒行业发展概况	60
4.2.2 2014年中国葡萄酒行业发展回顾	62
4.2.3 2014年中国葡萄酒产业发展趋势	71
4.3 2015年中国葡萄酒行业分析	76
4.3.1 2015年中国葡萄酒行业发展概况	76
4.3.2 2015年中国葡萄酒市场发展现状	80
4.3.3 2015年葡萄酒行业景气度继续回升	81
4.3.4 2015年中国葡萄酒市场发展分析	82
4.4 葡萄酒行业发展存在的问题	85
4.4.1 中国葡萄酒业发展的四大问题	85
4.4.2 中国葡萄酒产业发展存在的缺陷	86
4.4.3 中国葡萄酒业发展中存在的不足	88
4.5 中国葡萄酒行业发展对策	88
4.5.1 葡萄酒产业可持续发展的对策分析	88
4.5.2 解决葡萄酒业发展问题的管理对策	91
4.5.3 中国葡萄酒产业发展关键保证措施	92

第五章 2012-2015年中国葡萄酒行业运行分析	94
5.1 2012-2015年葡萄酒行业总体运行情况	94
5.1.1 2010-2015年中国葡萄酒行业企业数量统计	94
5.1.2 2010-2015年中国葡萄酒行业从业人员统计	94
5.1.3 2011-2015年中国葡萄酒行业产值增长情况	95
5.1.4 2010-2015年中国葡萄酒行业销售收入分析	95
5.1.5 2010-2015年中国葡萄酒行业利润总额分析	96
5.1.6 2010-2015年中国葡萄酒行业亏损情况分析	96
5.2 2012-2015年葡萄酒行业资产负债结构分析	97
5.2.1 2010-2015年中国葡萄酒行业资产状况分析	97
5.2.2 2010-2015年中国葡萄酒行业应收账款分析	97
5.2.3 2010-2015年葡萄酒行业流动资产状况分析	98
5.2.4 2010-2015年中国葡萄酒行业负债状况分析	98
5.3 2012-2015年葡萄酒行业经营效益分析	99
5.3.1 2012-2015年中国葡萄酒行业偿债能力分析	99
5.3.2 2012-2015年中国葡萄酒行业盈利能力分析	99
5.3.3 2012-2015年中国葡萄酒行业营运能力分析	100
5.3.4 2012-2015年中国葡萄酒行业发展能力分析	100
5.4 2012-2015年葡萄酒行业成本费用分析	101
5.4.1 2010-2015年中国葡萄酒行业销售成本分析	101
5.4.2 2010-2015年中国葡萄酒行业销售费用分析	101
5.4.3 2010-2015年中国葡萄酒行业管理费用统计	102
5.4.4 2010-2015年中国葡萄酒行业财务费用统计	102
5.5 2015年中国葡萄酒行业集中度分析	103
5.5.1 2015年中国葡萄酒企业集中度分析	103
5.5.2 2015年葡萄酒行业地区集中度	103
第六章 2012-2015年中国葡萄酒市场分析	105
6.1 中国葡萄酒市场现状	105
6.1.1 中国葡萄酒消费市场影响因素	105
6.1.2 中国葡萄酒消费的转变与营销趋势	109
6.1.3 中国葡萄酒文化的传播与进步分析	110

6.2 中国葡萄酒生产状况	111
6.2.1 2012-2015年中国葡萄酒总体产量分析	111
6.2.2 2012-2015年中国主要区域葡萄酒产量	112
6.2.3 2012-2015年中国主要省区葡萄酒产量	113
6.3 中国葡萄酒消费状况	123
6.3.1 中国葡萄酒消费场所和饮用场合	123
6.3.2 2012-2015年中国葡萄酒总体消费规模	124
6.3.3 2012-2015年中国葡萄酒人均消费情况	124
6.3.4 2012-2015年中国葡萄酒零售市场规模	125
6.4 中国葡萄酒消费者市场调研	126
6.4.1 葡萄酒消费者年龄构成	126
6.4.2 葡萄酒消费者职业特征	126
6.4.3 葡萄酒消费者收入分布	127
6.4.4 葡萄酒消费品牌渗透率	128
6.4.5 主要城市葡萄酒消费调研	129
第七章 2012-2015年中国葡萄酒市场竞争状况	137
7.1 中国葡萄酒行业竞争状况	137
7.1.1 2014年中国葡萄酒行业竞争格局	137
7.1.2 国际葡萄酒品牌加速布局中国市场	139
7.1.3 2015年国内葡萄酒二线品牌竞争激烈	139
7.1.4 2015年中国葡萄酒行业竞争程度分析	140
7.2 2012-2015年葡萄酒竞争层次	142
7.2.1 2012-2015年葡萄酒内外资竞争	142
7.2.2 2012-2015年葡萄酒品牌竞争分析	142
7.2.3 2012-2015年葡萄酒区域市场竞争	144
7.2.4 2012-2015年葡萄酒产品结构竞争	144
7.3 葡萄酒市场竞争趋势	145
7.3.1 葡萄酒市场消费升级高端市场升温	145
7.3.2 葡萄酒中端市场竞争面临土洋大战	145
7.3.3 进口葡萄酒市场竞争力将不断增强	145
7.3.4 国产葡萄酒品牌仍将占据市场先机	146

### 7.3.5 葡萄酒市场渠道创新趋势 146

## 第八章 2012-2015年中国葡萄酒区域市场分析 148

### 8.1 华北地区运行分析 148

8.1.1 2012-2015年华东地区葡萄酒行业总体规模 148

8.1.2 2012-2015年华北地区葡萄酒行业经营能力 151

8.1.3 2012-2015年华北地区葡萄酒行业盈利能力 151

8.1.4 2012-2015年华北地区葡萄酒行业成长性 152

8.1.5 2012-2015年华北地区葡萄酒企业竞争格局 152

### 8.2 东北地区运行分析 153

8.2.1 2012-2015年东北地区葡萄酒行业总体规模 153

8.2.2 2012-2015年东北地区葡萄酒行业经营能力 155

8.2.3 2012-2015年东北地区葡萄酒行业盈利能力 155

8.2.4 2012-2015年东北地区葡萄酒行业成长性 156

8.2.5 2012-2015年东北地区葡萄酒企业竞争格局 156

### 8.3 华东地区运行分析 157

8.3.1 2012-2015年华东地区葡萄酒行业总体规模 157

8.3.2 2012-2015年华东地区葡萄酒行业经营能力 160

8.3.3 2012-2015年华东地区葡萄酒行业盈利能力 160

8.3.4 2012-2015年华东地区葡萄酒行业成长性 160

8.3.5 2012-2015年华东地区葡萄酒企业竞争格局 161

### 8.4 中南地区运行分析 161

8.4.1 2012-2015年中南地区葡萄酒行业总体规模 161

8.4.2 2012-2015年中南地区葡萄酒行业经营能力 164

8.4.3 2012-2015年中南地区葡萄酒行业盈利能力 165

8.4.4 2012-2015年中南地区葡萄酒行业成长性 165

8.4.5 2012-2015年中南地区葡萄酒企业竞争格局 165

### 8.5 西部地区运行分析 166

8.5.1 2012-2015年西部地区葡萄酒行业总体规模 166

8.5.2 2012-2015年西部地区葡萄酒行业经营能力 170

8.5.3 2012-2015年西部地区葡萄酒行业盈利能力 170

8.5.4 2012-2015年西部地区葡萄酒行业成长性 170



## 8.5.5 2014年度西部地区葡萄酒企业竞争格局 171

## 第九章 2012-2015年中国葡萄酒进口分析 172

### 9.1 2014年中国葡萄酒进口分析 172

#### 9.1.1 2014年中国葡萄酒进口规模分析 172

#### 9.1.2 2014年葡萄酒中国进口特征分析 172

### 9.2 2014年中国葡萄酒季度进口分析 173

#### 9.2.1 2014年中国葡萄酒总体进口概况 173

#### 9.2.2 2014年1-3月份中国葡萄酒进口统计 173

#### 9.2.3 2014年4-6月份中国葡萄酒进口统计 173

#### 9.2.4 2014年7-9月份中国葡萄酒进口统计 174

#### 9.2.5 2014年10-12月中国葡萄酒进口统计 174

### 9.3 2015年中国葡萄酒进口分析 174

#### 9.3.1 2015年中国葡萄酒进口数量及价格分析 174

#### 9.3.2 2015年中国进口葡萄酒的市场优劣势分析 176

#### 9.3.3 2015年第二季度中国葡萄酒进口激增原因 178

## 第十章 2012-2015年中国葡萄酒价格分析 180

### 10.1 2009-2015年中国葡萄酒市场价格走势分析 180

#### 10.1.1 2009-2015年中国国产葡萄酒市场价格统计 180

#### 10.1.2 2009-2015年中国进口葡萄酒市场价格统计 181

#### 10.1.3 2009-2015年中国葡萄酒总体市场价格统计 183

### 10.2 2012-2015年中国葡萄酒市场价格走势分析 184

#### 10.2.1 2012-2015年中国葡萄酒价格结构 184

#### 10.2.2 2015年中国低端葡萄酒终端价格 185

#### 10.2.3 2015年中国中端葡萄酒终端价格 186

#### 10.2.4 2015年中国高端葡萄酒终端价格 192

#### 10.2.5 2014年中国葡萄酒价格月度监测数据 193

#### 10.2.6 2015年中国葡萄酒价格月度监测数据 193

## 第十一章 2012-2015年国葡萄原料市场分析 194

### 11.1 2015年中国葡萄原料竞争状况 194

11.1.1 2015年中国葡萄原料来源方式	194
11.1.2 2015年中国葡萄原料竞争动态	194
11.1.3 2015年中国葡萄种植存在的问题	196
11.2 2015年中国葡萄种植发展分析	196
11.2.1 2015年中国葡萄种植产区情况	196
11.2.2 2015年中国葡萄种植发展特征	203
11.2.3 2012-2015年中国葡萄原料动态	204
第十二章 2012-2015年中国葡萄酒渠道市场分析	206
12.1 葡萄酒销售渠道模式	206
12.1.1 葡萄酒销售渠道概述	206
12.1.2 区域多家代理制模式	207
12.1.3 区域总代理制模式	209
12.1.4 直供分销模式分析	210
12.1.5 中国葡萄酒商超零售渠与即饮场所渠道	211
12.2 主要企业渠道分析	211
12.2.1 烟台张裕葡萄酒渠道分析	211
12.2.2 中粮长城葡萄酒渠道分析	213
12.2.3 王朝酒业葡萄酒渠道分析	213
12.2.4 莫高实业葡萄酒渠道分析	214
12.2.5 新疆新天葡萄酒渠道分析	215
12.3 北京市场渠道	216
12.3.1 北京葡萄酒市场规模	216
12.3.2 北京经销商格局分析	217
12.3.3 北京主要销渠道分析	218
12.3.4 北京市场消费特点分析	219
12.3.5 主要领先企业北京渠道	219
12.4 广东市场渠道	220
12.4.1 广东葡萄酒市场规模分析	220
12.4.2 广东产品市场结构分析	221
12.4.3 广州主要葡萄酒代理商	221
12.4.4 广东葡萄酒渠道模式分析	222

12.4.5 广东葡萄酒市场推广分析	223
第十三章 2012-2015年中国葡萄酒企业分析	225
13.1 烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司	225
13.1.1 企业基本情况	225
13.1.2 企业葡萄酒产品情况	226
13.1.3 2014年公司经营情况分析	226
13.1.4 2015年公司经营情况分析	230
13.1.5 2012-2015年企业财务情况	235
13.1.6 2015年张裕布局优质葡萄产区	235
13.1.7 2015年张裕缔结国际葡萄酒庄联盟	236
13.2 中国长城葡萄酒有限公司(沙城)	237
13.2.1 企业基本情况	237
13.2.2 企业葡萄酒产区情况	238
13.2.3 企业葡萄酒产品情况	238
13.2.4 2014年公司财务情况	238
13.2.5 长城葡萄酒成世博会指定用酒	239
13.2.6 长城葡萄酒荣膺“新中国名片”	241
13.3 王朝酒业集团有限公司	242
13.3.1 企业基本情况	242
13.3.2 企业葡萄酒产品情况	242
13.3.3 2012-2015年公司经营情况分析	242
13.3.4 2012-2015年公司财务情况分析	245
13.3.5 王朝酒业欲收购上海皇轩葡萄酒	246
13.3.6 王朝研发出首批高档干红葡萄酒	247
13.4 烟台威龙葡萄酒股份有限公司	247
13.4.1 企业基本情况	247
13.4.2 企业葡萄酒产品情况	248
13.4.3 2012-2015年企业财务情况	249
13.4.4 2015年威龙葡萄酒发展动态	250
13.5 新天国际葡萄酒业股份有限公司	250
13.5.1 企业基本情况	250

13.5.2 企业葡萄酒产品情况	251
13.5.3 2014年公司经营情况分析	251
13.5.4 2015年公司经营情况分析	255
13.5.5 2012-2015年企业财务情况	259
13.5.6 2014年中信国安控股新天葡萄酒	260
13.5.7 2015年新天葡萄酒竞争优势分析	261
13.6 甘肃莫高实业发展股份有限公司	262
13.6.1 企业基本情况	262
13.6.2 企业葡萄酒产品情况	263
13.6.3 2014年公司经营情况分析	263
13.6.4 2015年公司经营情况分析	267
13.6.5 2012-2015年企业财务情况	271
13.6.6 2015年莫高葡萄酒项目落户天水	272
13.6.7 2015年莫高葡萄酒发展策略分析	272
13.7 通化葡萄酒股份有限公司	273
13.7.1 企业基本情况	273
13.7.2 企业葡萄酒产品情况	274
13.7.3 2014年公司经营情况分析	276
13.7.4 2015年公司经营情况分析	280
13.7.5 2012-2015年企业财务情况	284
第十四章 2016-2022年葡萄酒市场前景及投资机会	285
14.1 中国葡萄酒行业发展趋势	285
14.1.1 2015年世界葡萄酒消费趋势分析	285
14.1.2 中国葡萄酒市场中长期消费趋势	286
14.1.3 中国葡萄酒行业的发展趋势分析	288
14.2 中国葡萄酒市场前景分析	289
14.2.1 未来全球葡萄酒消费前景分析	289
14.2.2 中国葡萄酒消费市场潜力巨大	290
14.2.3 高消费城市葡萄酒需求前景广阔	290
14.2.4 2016-2022年中国葡萄酒行业销售预测	291
14.2.5 2016-2022年中国葡萄酒零售规模预测	292

14.2.6 2016-2022年中国葡萄酒零售市场预测 293

14.3 中国葡萄酒行业投资风险分析 294

14.3.1 产业政策风险分析 294

14.3.2 市场竞争加剧风险 294

14.3.3 葡萄原料市场风险 295

14.4 中国葡萄酒行业投资机会 ( ZYLQ ) 295

14.4.1 国内葡萄酒需求增长刺激投资 295

14.4.2 中国进口葡萄酒投资机会分析 297

14.4.3 中国葡萄酒产业链的投资机会 299

14.4.4 海外酒庄成葡萄酒企业投资新宠 299

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/putaojiu/L850436X07.html>