

2019-2025年中国红酒行业 市场运营态势与投资前景预测咨询报告

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年中国红酒行业市场运营态势与投资前景预测咨询报告》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/X05043KWB5.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）是红酒的一种，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，红酒有许多分类方式。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。粉红葡萄酒也叫桃葡萄酒、玫瑰葡萄酒。杨梅酿制的叫做杨梅葡萄酒。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，占80%以上，其次是经葡萄里面的糖份自然发酵而成的酒精，一般在10%至30%，剩余的物质超过1000种，比较重要的有300多种，红酒其他重要的成分有酒石酸，果胶，矿物质和单宁酸等。虽然这些物质所占的比例不高，却是酒质优劣的决定性因素。质优味美的红酒，是因为它们能呈现一种组织结构的平衡，使人在味觉上有无穷享受。

2016年，中国规模以上红酒企业240家，累计产量113.74万千升，累计完成销售收入484.54亿元，与上年同期相比增长3.97%;累计实现利润总额48.70亿元，与上年同期相比下降6.59%。

智研数据研究中心发布的《2019-2025年中国红酒行业市场运营态势与投资前景预测咨询报告》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 红酒行业相关基础概述及研究机构1.1 红酒的定义及分类1.1.1 红酒的界定1.1.2 红酒的品鉴1.1.3 红酒产品分类1.2 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年中国红酒行业市场发展环境分析2.1 中国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 7718­2011）4、《预包装食品酒标签通则》（GB 10344­2005）5、

《食品安全国家标准 蒸馏酒及其配制酒》(GB 2757­2012) 2.2.3 政策环境对行业的影响分析

2.3 中国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

2.3.2 社会环境对行业的影响分析

2.4 中国红酒行业技术环境分析

2.4.1 红酒酿造工艺分析

- 1、酿造工艺流程分析
- 2、中国红酒行业新工艺研究

2.4.2 地理环境对红酒品质的影响分析

第三章 中国红酒行业上、下游产业链分析

3.1 红酒行业产业链概述

3.1.1 产业链定义

3.1.2 红酒行业产业链

3.2 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 红酒行业下游-经销商情况分析

3.3.1 红酒经销商发展现状

3.3.2 红酒经销商规模情况

3.3.3 红酒经销商区域分布

3.4 红酒行业消费者消费情况分析

3.4.1 居民人均红酒消费情况

3.4.2 红酒消费者地域分布情况

3.4.3 消费升级下的红酒消费市场

3.4.4 红酒消费者品牌忠诚度分析

第四章 国际红酒行业市场发展分析

4.1 2014-2017年国际红酒行业发展现状

4.1.1 国际红酒行业发展现状

4.1.2 国际红酒行业发展规模

4.2 2014-2017年国际红酒市场需求研究

4.2.1 国际红酒市场需求特点

4.2.2 国际红酒市场需求结构

4.2.3 国际红酒市场需求规模

4.3 2014-2017年国际区域红酒行业研究

4.3.1 欧洲

4.3.2 美国

4.3.3 日韩

4.4 国际著名红酒品牌分析

4.4.1 罗曼尼-康帝(Romane Conti)

4.4.2 梅洛(Merlot)

4.4.3 Le Pin

4.4.4 Pauillac

4.4.5 瓦朗德鲁酒庄

4.5 2019-2025年国际红酒行业发展展望

4.5.1 国际红酒行业发展趋势

4.5.2 国际红酒行业规模预测

4.5.3 国际红酒行业发展机会

第五章 2014-2017年中国红酒行业发展概述

5.1 中国红酒行业发展状况分析

5.1.1 中国红酒行业发展阶段

5.1.2 中国红酒行业发展总体概况

5.1.3 中国红酒行业发展特点分析

5.2 2014-2017年红酒行业发展现状

5.2.1 2014-2017年中国红酒行业发展热点

5.2.2 2014-2017年中国红酒行业发展现状

5.2.3 2014-2017年中国红酒企业发展分析

5.3 中国红酒行业细分市场概况

5.3.1 甜起泡酒市场

- 1、甜起泡酒市场现状分析
- 2、甜起泡酒市场规模分析
- 3、甜起泡酒市场前景分析

5.3.2 干起泡酒市场

- 1、干起泡酒市场现状分析
- 2、干起泡酒市场规模分析
- 3、干起泡酒市场前景分析

5.3.3 白葡萄酒市场

- 1、白葡萄酒市场现状分析
- 2、白葡萄酒市场规模分析
- 3、白葡萄酒市场前景分析

5.4 重点红酒企业市场份额分析

5.5 红酒行业市场集中度分析

5.6 中国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 红酒市场同质化竞争严重

5.7.1 品牌泛滥弱化品牌形象

5.7.2 价格体系混乱导致终端价格竞争激烈

5.7.3 包装雷同及包装浮夸

5.7.4 市场发展方向与居民消费需求脱节

5.8 中国红酒行业发展问题及对策建议

5.8.1 中国红酒行业发展制约因素

5.8.2 中国红酒行业存在问题分析

5.8.3 中国红酒行业发展对策建议

第六章 中国红酒行业运行指标分析及预测

6.1 中国红酒行业企业数量分析

6.1.1 2014-2017年中国红酒行业企业数量情况

6.1.2 2014-2017年中国红酒行业企业竞争结构

6.2 中国红酒行业生产成本构成分析

6.3 2014-2017年中国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
红酒行业市场规模分析及预测6.4.1 2014-2017年中国红酒行业市场规模分析6.4.2 2019-2025年
中国红酒行业市场规模预测6.5 中国红酒行业市场供需分析及预测6.5.1 中国红酒行业市场供
给分析1、2014-2017年中国红酒行业供给规模分析2、2019-2025年中国红酒行业供给规模预
测6.5.2 中国红酒行业市场需求分析1、2014-2017年中国红酒行业需求规模分析2、2019-2025年
中国红酒行业需求规模预测 第七章 中国互联网+红酒行业发展现状及前景7.1 互联网给红酒行
业带来的冲击和变革分析7.1.1 互联网时代红酒行业大环境变化分析7.1.2 互联网给红酒行业带
来挑战及机遇分析7.1.3 互联网时代红酒营销模式变革分析7.1.4 互联网时代红酒销售渠道变革
分析7.2 中国互联网+红酒行业市场发展现状分析7.2.1 中国互联网+红酒行业投资布局分析1、
中国互联网+红酒行业投资切入方式2、中国互联网+红酒行业投资规模分析3、中国互联网+
红酒行业投资业务布局7.2.2 红酒行业目标客户互联网渗透率分析7.2.3 中国互联网+红酒行业
市场规模分析7.2.4 中国互联网+红酒行业竞争格局分析1、中国互联网+红酒行业参与者结构2
、中国互联网+红酒行业竞争者类型3、中国互联网+红酒行业市场占有率7.2.5 中国红酒垂直
电商平台分析1、酒仙网2、酒美网3、网酒网4、酒库网5、19197.2.6 中国红酒企业互联网战略
案例分析7.3 中国互联网+红酒行业市场发展前景分析7.3.1 中国互联网+红酒行业市场增长动
力分析7.3.2 中国互联网+红酒行业市场发展瓶颈剖析7.3.3 中国互联网+红酒行业市场发展趋势
分析 第八章 中国红酒行业消费市场调查8.1 红酒市场消费需求分析8.1.1 红酒市场的消费需求
变化8.1.2 红酒行业的需求情况分析8.1.3 红酒品牌市场消费需求分析8.2 红酒消费市场状况分
析8.2.1 红酒行业消费特点8.2.2 红酒行业消费结构分析8.2.3 红酒行业消费的市场变化8.2.4 红酒
市场的消费方向8.3 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 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 中国红酒行业市场竞争格局分析9.1 中国红酒
行业竞争格局分析9.1.1 红酒行业区域分布格局9.1.2 红酒行业企业规模格局9.1.3 红酒行业企业
性质格局9.2 中国红酒行业竞争五力分析9.2.1 红酒行业上游议价能力9.2.2 红酒行业下游议价
能力9.2.3 红酒行业新进入者威胁9.2.4 红酒行业替代产品威胁9.2.5 红酒行业现有企业竞争9.3
中国红酒行业竞争SWOT分析9.3.1 红酒行业优势分析（S）9.3.2 红酒行业劣势分析（W）9.3.3
红酒行业机会分析（O）9.3.4 红酒行业威胁分析（T）9.4 中国红酒行业竞争策略建议 第十章
中国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 中粮华夏长城葡萄酒有限公司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 王朝葡萄酿酒有限公
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 威龙葡萄酒
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 中信国安葡萄酒业股份有限公司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 通化葡萄酒股份有限公司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 云南高原葡萄酒有限公司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年中国红酒行业发展趋势与投资机会研究11.1 2019-2025年中国红酒行业市场发展潜力分析11.1.1 中国红酒行业市场空间分析11.1.2 中国红酒行业竞争格局变化11.1.3 中国红酒行业互联网+前景11.2 2019-2025年中国红酒行业发展趋势分析11.2.1 中国红酒行业品牌格局趋势11.2.2 中国红酒行业渠道分布趋势11.2.3 中国红酒行业市场趋势分析11.2.4 中国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年中国红酒行业投资机会与建议11.3.1 中国红酒行业投资前景展望11.3.2 中国红酒行业投资机会分析11.3.3 中国红酒行业投资建议分析 第十二章 2019-2025年中国红酒行业投资分析与风险规避12.1 中国红酒行业关键成功要素分析12.2 中国红酒行业投资壁垒分析12.3 中国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 中国红酒行业融资渠道与策略12.4.1 红酒行业融资渠道分析12.4.2 红酒行业融资策略分析 第十三章 2019-2025年中国红酒行业盈利模式与投资战略规划分析13.1 国外红酒行业投资现状及经营模式分析13.1.1 境外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 中国红酒行业商业模式探讨13.2.1 行业主要商业模式分析13.2.2 红酒行业商业模式创新分析13.3 中国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：红酒行业特点图表：红酒行业生命周期图表：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图表：中国红酒消费年龄段变化分析图表：中国红酒饮用场所分析图表：中国红酒不同年龄段饮用时机分析图表：中国工业增加值及其增长速度图表：中国城镇居民可支配收入情况图表：中国高端红酒渗透率及平均饮用量分析图表：中国高端红酒区域市场分析图表：中国中低端红酒区域市场分析图表：中国红酒购买渠道分析图表：红酒行业互联网渠道占比分析图表：红酒互联网渗透率分析图表：红酒生产成本构成分析图表：红酒生产地域分布情况图表：2014-2017年红酒行业市场规模分析图表：2019-2025年红酒行业

市场规模预测图表：2014-2017年中国红酒行业供给规模分析图表：2019-2025年中国红酒行业供给规模预测图表：2014-2017年中国红酒行业需求规模分析图表：2019-2025年中国红酒行业需求规模预测图表：2014-2017年中国红酒行业企业数量情况图表：2014-2017年中国红酒行业企业竞争结构图表：中国红酒行业盈利能力分析图表：中国红酒行业运营能力分析图表：中国红酒行业偿债能力分析图表：中国红酒行业发展能力分析图表：中国红酒行业经营效益分析图表：2014-2017年红酒行业重要数据指标比较图表：2014-2017年中国红酒行业竞争力分析图表：2019-2025年中国红酒行业产能预测图表：2019-2025年中国红酒行业消费量预测图表：2019-2025年中国红酒市场价格走势预测图表：2019-2025年中国红酒行业发展趋势预测略……

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/putaojiu/X05043KWB5.html>