

2016-2022年中国葡萄酒市场深度研究与发展趋势研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国葡萄酒市场深度研究与发展趋势研究报告》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/Z227199B92.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

葡萄酒业这五年变数重重，但有一个非常明显的现象：产业结构调整出现阵痛，结构变化又带来产品结构的变化。

随着国民经济的快速发展以及居民收入的明显改善，满足了人们社会生活中物质与精神两方面需求的葡萄酒类产品开始升级。

高端葡萄酒类产品一度占据消费主流，并赢得量价齐升。但随着限制“三公消费”和中央军委禁酒令等政策的推出，高端葡萄酒类消费市场受到重挫，中低端产品销售逐步上升，行业利润下降，产业大量优胜劣汰淘汰产能，产业结构得以优化。

中国各省市葡萄酒产量数据（2014年1-12月）

地区	1-12月止累计（万升）	1-12月累计同比增长（%）
全国	116099	2.11
北京	701.43	-15.65
天津	2023.3	-3.55
河北	6665.26	2.5
山西	626.37	61.66
内蒙古	657.61	74.34
辽宁	4056.83	-3.94
吉林	16550.4	-13.27
黑龙江	3822	-22.29
上海	33.3	-48.61
江苏	-	-
浙江	-	-
安徽	-	-
福建	9.57	-68.69
江西	851	52.21
山东	39230.6	-2.4
河南	16777.3	21.6
湖北	157.68	2.88
湖南	889.2	19.84
广东	-	-
广西	256.9	11.21
海南	-	-
重庆	-	-
四川	122.6	40.17
贵州	3.66	94.26
云南	2461.3	12.81
西藏	-	-
陕西	5405.03	30.96
甘肃	7343.93	6.79
青海	-	-
宁夏	2022.14	18.83
新疆	5431.57	20.13

中国在2014年度葡萄酒的进口总量达到了3.83亿升相比上一年同期上升1.6%，2013年葡萄酒的进口总量为3.76亿升，这是从2012年的下降之后的再一次上升。进口葡萄酒总价值为15.17亿美元，相比上一年同期15.55亿下降2.5%，市场预期量涨价跌比较符合。

从瓶装进口数量来看，排在前十位的国家依然是法国、澳大利亚、智利、西班牙、意大利、美国、新西兰、南非、德国、阿根廷。法国依然保持绝对的领先地位，进口量占到1/3，进口金额占比约为44%，前六位都保持不变，而新西兰由2013年的第九位上升到了2014年的第七位，这源于其最高的进口均价12美元/升。

从每个省市的进口量也能够大致判断出这个地区的葡萄酒市场的繁荣程度，占据前三位的是上海、广东、北京，上海的进口量为1.04亿升，约为总进口量的27%，而进口总额5.06亿约占总金额的1/3，广东量价都紧随上海之后，北京的进口数量在山东和福建之后，但其总金额稳居第三，上海、广东、北京三地的均价均在5美元以上。不过最贵的是辽宁，超过8美元。最低的为河北省，还不到1美元。

本研究数据研究中心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。

报告揭示了葡萄酒行业市场潜在需求与市场机会，报告对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：

第一章葡萄酒行业特征分析

一、葡萄酒概述及其特点

二、葡萄酒分类

1. 色泽（红葡萄酒、白葡萄酒、桃红葡萄酒）

2. 含糖量（干红葡萄酒、半干红葡萄酒、半甜红葡萄酒和甜红葡萄酒）

3. 二氧化碳（无气葡萄酒、起泡葡萄酒、强化酒精葡萄酒、葡萄汽酒和加料葡萄酒）

三、产业链分析

四、中国葡萄酒行业在国民经济中的地位

五、葡萄酒行业生命周期分析

1. 行业生命周期理论基础

2. 葡萄酒行业生命周期

第二章葡萄酒行业发展环境分析

一、宏观经济环境分析

二、国际贸易环境分析

三、宏观政策环境分析

四、中国葡萄酒行业政策环境

五、行业运行环境对中国葡萄酒行业的影响分析

第三章中国葡萄种植业分析

一、中国发展葡萄种植业的有利条件

二、2008-2012年中国葡萄产业种植面积及产量

三、中国酿酒葡萄发展现状

1. 白葡萄

2. 红葡萄

四、主要产区分析

1. 沙城产区

2. 昌黎产区

3. 天津产区

4. 胶东半岛产区

5. 黄河故道产区

6. 云南产区

7. 贺兰山产区

8. 河西走廊产区

9. 新疆产区

10. 东北产区

五、影响中国葡萄产业生产规模的因素

六、2013-2017年中国酿酒葡萄产业生产规模及增速预测

七、中国葡萄种植业对葡萄酒行业发展的影响

第四章国内外葡萄酒行业发展概述

一、国际葡萄酒行业发展总体概况

1. 2008-2012年国际葡萄酒行业发展概况

2. 主要国家和地区发展概况

1) 欧洲产区（法国、意大利、西班牙、葡萄牙、德国、瑞士等）

2) 北美产区（加利福尼亚、俄勒冈、华盛顿和大西洋东北部）

3) 南美产区（智利、阿根廷）

4) 非洲产区（南非开普敦地区）

5) 大洋洲产区（澳大利亚、新西兰）

3. 国际葡萄酒行业发展趋势分析

1) 自酿葡萄酒

2) 有机葡萄酒

3) 生物动力学葡萄酒

二、中国葡萄酒行业发展概况

1. 2008-2012年中国葡萄酒行业发展基本情况

2. 行业结构分析

- 1) 产品结构
- 2) 品牌结构
- 3) 区域结构
- 4) 渠道结构
3. 2013年国内代表性企业发展情况
 - 1) 张裕
 - 2) 长城
 - 3) 王朝
4. 中国葡萄酒行业发展趋势分析

第五章中国葡萄酒行业供需分析

一、需求分析

1. 2008-2012年需求总量及增速
2. 需求区域分布及特点
 - 1) 华北
 - 2) 华中
 - 3) 华东
 - 4) 华南
 - 5) 西南
 - 6) 西北
3. 细分产品的需求及消费者需求偏好
4. 影响葡萄酒需求的因素
5. 2013-2017年葡萄酒需求预测

二、供给分析

1. 2008-2012年供给总量及增速
2. 生产区域分布及重点省市生产分析
3. 2008-2012年各种葡萄酒的产量分析
 - 1) 红葡萄酒
 - 2) 白葡萄酒
4. 代表性企业生产比较分析
5. 气候变化对葡萄酒生产的影响
6. 2013-2017年葡萄酒生产预测

三、供需平衡分析

1. 供需平衡现状
2. 供需平衡预测

第六章葡萄酒细分产品市场分析

一、细分产品特色

二、细分产品市场规模及增速

1. 红葡萄酒（干红葡萄酒、半干红葡萄酒、半甜红葡萄酒和甜红葡萄酒）
2. 白葡萄酒（干白葡萄酒、半干白葡萄酒、半甜白葡萄酒和甜白葡萄酒）

三、2013-2017年细分产品市场规模及增速预测

四、重点细分产品市场前景预测

第七章中国葡萄酒销售分析

一、葡萄酒销售现状

二、2008-2012年中国葡萄酒行业销售分析

1. 总体销售对比分析
2. 各地区销售对比分析
3. 各细分行业销售分析

三、主要销售渠道和销售手段分析

四、销售策略分析

五、销售中常见的主要问题与对策

六、2013-2017年销售方式发展趋势预测

第八章中国葡萄酒进出口分析

一、葡萄酒进出口现状

二、2008-2012年葡萄酒行业进出口对比分析

1. 进出口量对比分析
2. 进出口值对比分析

三、主要产品进出口对比分析

四、主要进出口国家和地区进出口对比分析

五、人民币升值对葡萄酒进出口的影响

六、2013-2017年中国葡萄酒进出口态势展望

第九章葡萄酒产品价格分析

一、2008-2012年葡萄酒价格走势

1. 红葡萄酒

2. 白葡萄酒

二、影响葡萄酒产品价格的关键因素分析

1. 成本

2. 供需情况

3. 关联产品

4. 其他

三、2013-2017年葡萄酒产品价格变化趋势

四、主要葡萄酒企业代表性产品价位及价格策略

第十章葡萄酒行业渠道分析

一、渠道形式及对比

1. 超市

2. 零售商

3. 网购

4. 新酒订购

5. 酒庄

6. 其他

二、各类渠道对葡萄酒行业的影响

1. 区域多家代理制模式

2. 区域总代理制模式

3. 直供分销模式

三、主要葡萄酒企业渠道策略研究

四、主要代理商分析

1. ASC

2. 骏德

3. 富隆

第十一章葡萄酒行业用户分析

- 一、用户认知程度分析
- 二、用户需求特点分析
- 三、用户购买途径分析

第十二章中国啤酒行业分析（替代品分析）

- 一、中国啤酒行业现状
- 二、2008-2012年中国啤酒行业的生产情况（总产量、增长率分析）
- 三、中国啤酒行业的需求情况
 1. 中国啤酒市场需求的影响因素
 2. 2008-2012年中国啤酒市场需求量
 3. 中国啤酒市场需求特点
- 四、2008-2012年中国啤酒进口、出口情况分析
- 五、啤酒价格分析
 1. 国内价格分析
 2. 国际价格分析
- 六、国内外啤酒行业对比分析
- 七、中国啤酒行业的发展趋势分析

第十三章中国白酒行业分析（替代品分析）

- 一、中国白酒行业现状
- 二、2008-2012年中国白酒行业的生产情况（总产量、增长率分析）
- 三、中国白酒行业的需求情况
 1. 中国白酒市场需求的影响因素
 2. 2008-2012年中国白酒市场需求量
 3. 中国白酒市场需求特点
- 四、2008-2012年中国白酒进口、出口情况分析
- 五、白酒价格分析
 1. 国内价格分析
 2. 国际价格分析
- 六、国内外白酒行业对比分析
- 七、中国白酒行业的发展趋势分析

第十四章葡萄酒机械设备行业分析

一、国外葡萄酒设备发展现状

1. 意大利
2. 法国
3. 德国

二、国内葡萄酒机械设备行业发展现状

1. 发展状况（前期处理设备、发酵罐、后期处理设备及灌装设备）
2. 代表性厂家简析
 - 1) 新乡轻机
 - 2) 泰安普瑞特
 - 3) 天津五环

三、国内葡萄酒机械设备行业存在的问题

1. 技术交流
2. 新产品开发
3. 强有力的组织及联盟
4. 政策支持

四、国内葡萄酒机械设备行业发展趋势

1. 设备小型化
2. 产品多元化
3. 生产低碳化

第十五章葡萄酒行业工艺技术发展分析

一、工艺技术发展现状

二、工艺技术发展趋势

第十六章葡萄酒行业主导驱动因素分析

- 一、国家政策导向
- 二、相关行业发展
- 三、行业技术发展
- 四、社会需求变化

第十七章葡萄酒行业竞争分析

- 一、竞争分析理论基础
- 二、葡萄酒行业竞争格局
 - 1. 现有竞争者分析
 - 2. 潜在进入者分析
 - 3. 供应商的讨价还价能力分析
 - 4. 买方的讨价还价能力分析
 - 5. 替代品的威胁
- 三、葡萄酒行业市场集中度分析
- 四、2008-2012年重点企业市场份额及变化
- 五、竞争的关键因素

第十八章重点葡萄酒企业分析

一、长城

- 1. 企业简介及经营特色
- 2. 企业财务指标分析比较
- 3. 企业竞争力分析比较

二、张裕

- 1. 企业简介及经营特色
- 2. 企业财务指标分析比较
- 3. 企业竞争力分析比较

三、王朝

- 1. 企业简介及经营特色
- 2. 企业财务指标分析比较
- 3. 企业竞争力分析比较

四、通化

- 1. 企业简介及经营特色
- 2. 企业财务指标分析比较
- 3. 企业竞争力分析比较

五、新天

- 1. 企业简介及经营特色
- 2. 企业财务指标分析比较
- 3. 企业竞争力分析比较

六、莫高

1. 企业简介及经营特色
2. 企业财务指标分析比较
3. 企业竞争力分析比较

七、威龙

1. 企业简介及经营特色
2. 企业财务指标分析比较
3. 企业竞争力分析比较

八、茅台葡萄酒

1. 企业简介及经营特色
2. 企业财务指标分析比较
3. 企业竞争力分析比较

九、龙徽

1. 企业简介及经营特色
2. 企业财务指标分析比较
3. 企业竞争力分析比较

十、丰收

1. 企业简介及经营特色
2. 企业财务指标分析比较
3. 企业竞争力分析比较

第十九章葡萄酒行业进入壁垒及机会分析

一、行业进入壁垒分析

二、行业进入机会分析

1. 行业热点事件
2. 行业热点事件对整个行业的影响分析
3. 葡萄酒行业进入机会

第二十章葡萄酒行业投资风险分析

一、环境风险

二、产业链上下游风险

三、行业政策风险

四、市场风险

五、其他风险

第二十一章葡萄酒行业市场前景与预测分析

一、行业重点企业投资行为分析

二、葡萄酒行业盈利水平分析

三、行业投资机会分析

1. 细分市场机会

2. 新进入者投资机会

3. 产业链投资机会

四、葡萄酒行业总体机会评价

第二十二章葡萄酒行业投资策略分析(ZYLXY)

一、产品定位与定价

二、成本控制建议

三、技术创新

四、渠道建设与营销策略

五、投资策略

六、如何应对当前经济形势

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/putaojiu/Z227199B92.html>