

2017-2022年中国葡萄酒行业市场发展现状及十三五运营管理深度分析报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2017-2022年中国葡萄酒行业市场发展现状及十三五运营管理深度分析报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，以及我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市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/jiulei/279006279006.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

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。葡萄酒的品种很多，因葡萄的栽培、葡萄酒生产工艺条件的不同，产品风格各不相同。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。英文名Wine。

2015年，全球的葡萄酒产量比2014年增加了5.8亿升(包括葡萄汁和葡萄繆)，达到274.4亿升。在葡萄酒产量上，意大利依然保持全球第一大产酒国的地位，其2015年的葡萄酒产量为49.5亿升;法国和西班牙分别位居第二和第三，产量分别为47.5亿升和37.2亿升;美国的葡萄酒产量已连续3年增长，2015年产量为22.1亿升，位居第四。在南半球的主要葡萄酒产國中，阿根廷2015年的葡萄酒产量有所下降，总量为13.4亿升;智利葡萄酒产量有所增加，为12.9亿升;澳大利亚葡萄酒产量保持稳定，为11.9亿升。另外，中国和南非2015年的葡萄酒产量都有轻微下降，分别为11亿升和11.2亿升。

全球葡萄酒年产量

2008-2015年中国葡萄酒生产量及同比增速

2005-2015年中国葡萄酒营业收入及增速

中国报告网发布的《2017-2022年中国葡萄酒行业市场发展现状及十三五运营管理深度分析报告》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，以及我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市场调研分析。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。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资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。

第一部分行业发展现状

第一章葡萄酒行业发展概述

第一节葡萄酒的定义及分类

一、葡萄酒的定义

二、葡萄酒的分类

三、葡萄酒的特性

第二节葡萄酒产业链分析

一、市场特点

二、产业链结构分析

第三节葡萄酒行业发展成熟度分析

一、行业发展周期分析

二、行业中外市场成熟度对比

三、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章全球葡萄酒市场发展分析

第一节2016年全球葡萄酒市场分析

一、2015年全球葡萄酒市场回顾

二、2016年全球葡萄酒市场环境

三、2016年全球葡萄酒销售分析

四、2016年全球葡萄酒市场规模

第二节2016年全球葡萄酒市场分析

一、2016年全球葡萄酒需求分析

二、2016年全球葡萄酒市场规模

三、2016年全球葡萄酒品牌分析

四、2016年中外葡萄酒市场对比

第三节主要国家地区葡萄酒市场分析

一、2014-2016年美国葡萄酒市场分析

二、2014-2016年法国葡萄酒市场分析

三、2014-2016年意大利葡萄酒市场分析

四、2014-2016年西班牙葡萄酒市场分析

五、2014-2016年澳大利亚葡萄酒市场分析

六、2014-2016年其他国家葡萄酒市场分析

第三章我国葡萄酒行业发展现状

第一节我国葡萄酒行业发展现状

一、葡萄酒行业品牌发展现状

二、葡萄酒行业消费市场现状

三、葡萄酒市场消费层次分析

四、我国葡萄酒市场走向分析

第二节2014-2016年葡萄酒业发展情况分析

一、2016年葡萄酒行业发展情况分析

二、2016年葡萄酒行业发展特点分析

三、2016年1-9月葡萄酒行业发展情况

第三节2014-2016年葡萄酒行业运行分析

- 一、2014-2016年葡萄酒业产销存运行分析
- 二、2014-2016年葡萄酒行业利润情况分析
- 三、2014-2016年葡萄酒行业发展周期分析
- 四、2014-2016年葡萄酒行业发展机遇分析

第四章我国葡萄酒市场发展研究

第一节2016年我国葡萄酒市场发展研究

- 一、2015年4季度我国葡萄酒市场研究
- 二、2016年1季度我国葡萄酒市场研究
- 三、2016年2季度我国葡萄酒市场研究
- 四、2016年3季度我国葡萄酒市场研究

第二节2016年我国葡萄酒市场情况

- 一、2016年1-9月我国葡萄酒产销情况
- 二、2016年1-9月我国葡萄酒市场价格情况
- 三、2016年1-9月重点城市葡萄酒市场发展情况
- 四、2016年1-9月我国葡萄酒市场发展情况

第三节2016年我国葡萄酒市场结构和价格走势分析

- 一、2016年Q3我国葡萄酒市场结构和价格走势概述
- 二、2016年Q3我国葡萄酒市场结构分析
- 三、2016年Q3我国葡萄酒市场价格走势分析
- 四、2016年1-9月我国葡萄酒市场结构和价格走势概述
- 五、2016年1-9月我国葡萄酒市场结构分析

第四节2016年我国葡萄酒业市场发展特点分析

- 一、2016年Q3我国葡萄酒市场格局特点
- 二、2016年Q3我国葡萄酒产品创新特点
- 三、2016年Q3我国葡萄酒市场服务特点
- 四、2016年Q3我国葡萄酒市场品牌特点

第五章我国葡萄酒市场调查分析

第一节2016年1季度我国葡萄酒市场调查分析

- 一、主要观点
- 二、市场结构分析
- 三、价格走势分析
- 四、整体市场关注度
- 五、品牌关注度格局
- 六、产品关注度调查

第二节2016年2季度我国葡萄酒市场调查分析

- 一、主要观点
- 二、市场结构分析
- 三、整体市场关注度
- 四、品牌关注度格局

第三节2016年3季度中国葡萄酒市场调查分析

- 一、主要观点
- 二、市场结构分析
- 三、整体市场关注度
- 四、产品关注度调查

第四节2016年4季度中国葡萄酒市场调查分析

- 一、主要观点
- 二、市场结构分析
- 三、整体市场关注度
- 四、品牌关注度格局

第六章葡萄酒行业经济运行分析

第一节2014-2016年葡萄酒产量分析

- 一、2015年葡萄酒产量分析
- 二、2016年1-9月葡萄酒产量分析

第二节2014-2016年葡萄酒行业主要经济指标分析

- 一、销售收入前十家企业分析
- 二、2015年葡萄酒行业主要经济指标分析
- 三、2016年1-9月葡萄酒行业主要经济指标分析

第三节2014-2016年我国葡萄酒行业绩效分析

- 一、2014-2016年行业产销情况
- 二、2014-2016年行业规模情况
- 三、2014-2016年行业盈利能力
- 四、2014-2016年行业经营发展能力
- 五、2014-2016年行业偿债能力分析

第七章我国葡萄酒行业进出口分析

第一节我国葡萄酒进口分析

- 一、2016年进口总量分析
- 二、2016年进口结构分析
- 三、2016年进口区域分析

第二节我国葡萄酒出口分析

一、2016年出口总量分析

二、2016年出口结构分析

三、2016年出口区域分析

第三节我国葡萄酒进出口预测

一、2016年3季度进口分析

二、2016年葡萄酒进口预测

第八章我国葡萄酒行业细分市场分析

第一节红葡萄酒

第二节干葡萄酒

第三节年份酒

第四节庄园酒

第五节甜葡萄酒

第六节冰葡萄酒

第七节白葡萄酒

第八节起泡葡萄酒

第九章葡萄酒区域市场情况分析

第一节华北地区

一、2014-2016年行业发展现状分析

二、2014-2016年市场需求情况分析

三、2014-2016年市场规模情况分析

四、2014-2016年行业竞争格局分析

五、2014-2016年消费者的偏好分析

六、2017-2022年行业发展趋势分析

第二节东北地区

一、2014-2016年行业发展现状分析

二、2014-2016年市场需求情况分析

三、2014-2016年市场规模情况分析

四、2014-2016年行业竞争格局分析

五、2014-2016年消费者的偏好分析

六、2017-2022年行业发展趋势分析

第三节华东地区

一、2014-2016年行业发展现状分析

二、2014-2016年市场需求情况分析

三、2017-2022年市场规模情况分析

第四节华南地区

- 一、2014-2016年行业发展现状分析
 - 二、2014-2016年市场需求情况分析
 - 三、2014-2016年市场规模情况分析
 - 四、2014-2016年行业竞争格局分析
 - 五、2014-2016年消费者的偏好分析
 - 六、2017-2022年行业发展趋势分析
- #### 第五节华中地区

- 一、2014-2016年行业发展现状分析
- 二、2014-2016年市场需求情况分析
- 三、2014-2016年市场规模情况分析
- 四、2014-2016年行业竞争格局分析
- 五、2014-2016年消费者的偏好分析
- 六、2017-2022年行业发展趋势分析

第十章中国葡萄酒行业消费市场分析

第一节中国葡萄酒消费现状分析

- 一、2016年国内高端葡萄酒量跌价未动
- 二、进口葡萄酒渐成中国主流消费品
- 三、中国葡萄酒消费量雄冠亚洲
- 四、葡萄酒进入产地生态消费时代
- 五、国内消费水平趋于高端
- 六、葡萄酒消费的误区

第二节葡萄酒消费习惯调查分析

- 一、年轻人追求氛围，年长者追求保健
- 二、消费者饮用葡萄酒的场所
- 三、长城、张裕京城葡萄酒市场霸主地位不可动摇
- 四、消费者最喜欢山东烟台的葡萄酒
- 五、消费者平均每月饮用葡萄酒的次数
- 六、在家饮用和在外饮用的比例接近1:1

第三节葡萄酒消费者行为分析

- 一、消费目的
- 二、消费场所与购买场所
- 三、消费特征
- 四、消费行为

第四节女性消费葡萄酒的分析

- 一、葡萄酒是时尚、优雅、文明的酒精饮料

二、葡萄酒是美容抗衰老的健康饮品

三、女性主导葡萄酒的购买权利

四、女性是葡萄酒传播的最佳对象

第五节A牌葡萄酒消费领袖培养方案

一、背景

二、目的

三、A牌现状分析

四、消费领袖的开发

五、开展培养消费领袖的策略与措施

六、消费领袖的维护

第六节中国重点地区葡萄酒消费分析

一、北京葡萄酒市场

二、武汉葡萄酒市场

三、青岛葡萄酒市场

四、重庆葡萄酒市场

五、广西葡萄酒市场

六、吉林省葡萄酒市场

七、福建省葡萄酒市场

八、云南省葡萄酒市场

九、义乌葡萄酒市场

第十一章我国葡萄酒行业销售渠道及营销策略分析

第一节中国葡萄酒主要销售渠道模式分析

一、区域代理制

二、经销制

三、直销制

四、买断品牌

五、特许经营

第二节进口葡萄酒的五大销售模式分析

一、传统代理型（分销加盟制）

二、多品牌代理制（酒行代理制）

三、品牌运营型

四、单品牌代理制

五、贴牌销售型

第三节中国葡萄酒市场的分销渠道及销售网点分析

一、中国葡萄酒市场的分销渠道

二、销售网点分析

第四节葡萄酒营销三大特色分析

- 一、概念营销培养消费者
- 二、体验营销亲近消费者
- 三、小众营销瞄准消费者

第五节中国葡萄酒企业文化营销模式分析

- 一、广告宣传
- 二、事件营销
- 三、包装设计
- 四、产区营销
- 五、工业旅游
- 六、渠道培训

第六节葡萄酒终端营销革命分析

- 一、营销战略思维求变
- 二、上下游资源的强强联合
- 三、消费时尚的引爆
- 四、葡萄酒消费文化的培育
- 五、从被动走向主动
- 六、如家现象在葡萄酒业上演

第七节中国葡萄酒企业营销传播策略分析

- 一、明确营销传播的本质
- 二、关注营销传播信息、受众与传播渠道之间的适应性
- 三、排除营销传播过程中的噪声
- 四、建立营销传播的反馈通道

第八节经销高端葡萄酒的营销策略

- 一、国产高端葡萄酒滞后的原因
- 二、高端产品认识的误区
- 三、对运作高档品牌经销商的选择
- 四、经销高端品牌的策略

第二部分行业竞争格局

第十二章葡萄酒行业竞争格局分析

第一节行业竞争结构分析

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节中国葡萄酒行业竞争格局综述

一、2016年葡萄酒行业集中度

二、2016年葡萄酒行业竞争程度

三、2016年葡萄酒企业与品牌数量

四、2016年葡萄酒行业竞争格局分析

第四节2014-2016年葡萄酒行业竞争格局分析

一、2014-2016年国内外葡萄酒竞争分析

二、2014-2016年我国葡萄酒市场竞争分析

三、2014-2016年我国葡萄酒市场集中度分析

四、2014-2016年国内主要葡萄酒企业动向

五、2016年国内葡萄酒拟在建项目分析

第十三章葡萄酒企业竞争策略分析

第一节葡萄酒市场竞争策略分析

一、2016年葡萄酒市场增长潜力分析

二、2016年葡萄酒主要潜力品种分析

三、现有葡萄酒产品竞争策略分析

四、潜力葡萄酒品种竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第二节葡萄酒企业竞争策略分析

一、欧债危机对葡萄酒行业竞争格局的影响

二、欧债危机后葡萄酒行业竞争格局的变化

三、2014-2016年我国葡萄酒市场竞争趋势

四、2014-2016年葡萄酒行业竞争格局展望

五、2014-2016年葡萄酒行业竞争策略分析

六、2014-2016年葡萄酒企业竞争策略分析

第十四章主要葡萄酒企业竞争分析

第一节烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第二节通化葡萄酒股份有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第三节新天国际葡萄酒业有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第四节中粮华夏长城葡萄酒有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第五节烟台威龙葡萄酒股份有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第六节北京丰收葡萄酒有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第七节甘肃莫高实业发展股份有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第三部分行业前景预测

第十五章葡萄酒行业发展趋势分析

第一节我国葡萄酒行业前景与机遇分析

- 一、我国葡萄酒行业发展前景
- 二、我国葡萄酒发展机遇分析
- 三、2016年葡萄酒的发展机遇分析
- 四、债危机对葡萄酒行业的影响分析
- 第二节2017-2022年中国葡萄酒市场趋势分析
 - 一、2017-2022年葡萄酒市场趋势总结
 - 二、2017-2022年葡萄酒发展趋势分析
 - 三、2017-2022年葡萄酒市场发展空间
 - 四、2017-2022年葡萄酒产业政策趋向
 - 五、2017-2022年国际环境对行业的影响
- 第十六章未来葡萄酒行业发展预测
 - 第一节未来葡萄酒需求与消费预测
 - 一、2017-2022年葡萄酒产品消费预测
 - 二、2017-2022年葡萄酒市场规模预测
 - 三、2017-2022年葡萄酒行业销售收入预测
 - 四、2017-2022年葡萄酒行业总资产预测
 - 第二节2017-2022年中国葡萄酒行业供需预测
 - 一、2017-2022年中国葡萄酒供给预测
 - 二、2017-2022年中国葡萄酒产量预测
 - 三、2017-2022年中国葡萄酒需求预测
 - 四、2017-2022年中国葡萄酒供需平衡预测
 - 五、2017-2022年中国葡萄酒产品价格预测
- 第四部分投资战略研究
 - 第十七章葡萄酒行业投资现状分析
 - 第一节2016年葡萄酒行业投资情况分析
 - 第二节2016年1-9月葡萄酒行业投资情况分析
 - 一、2016年1-9月投资规模情况
 - 二、2016年1-9月行业投资分析
 - 三、2016年1-9月外商投资情况
 - 第十八章葡萄酒行业投资环境分析
 - 第一节经济发展环境分析
 - 一、2014-2016年我国宏观经济运行情况
 - 二、2014-2016年我国宏观经济形势分析
 - 三、2017-2022年投资趋势及其影响预测
 - 第二节政策法规环境分析

一、2016年葡萄酒行业政策环境分析

二、2016年国内宏观政策对其影响

三、2016年行业产业政策对其影响

第三节技术发展环境分析

一、国内葡萄酒技术现状

二、2016年葡萄酒技术发展分析

三、2017-2022年葡萄酒技术发展趋势分析

第四节社会发展环境分析

一、国内社会环境发展现状

二、2016年社会环境发展分析

三、2014-2016年社会环境对行业的影响分析

第十九章葡萄酒行业投资机会与风险

第一节行业活力系数比较及分析

一、2016年相关产业活力系数比较

二、2014-2016年行业活力系数分析

第二节行业投资收益率比较及分析

一、2016年相关产业投资收益率比较

二、2014-2016年行业投资收益率分析

第三节葡萄酒行业投资效益分析

一、2014-2016年葡萄酒行业投资状况分析

二、2017-2022年葡萄酒行业投资趋势预测

三、2017-2022年葡萄酒行业的投资方向

四、2017-2022年葡萄酒行业投资的建议

五、新进入者应注意的障碍因素分析

第四节影响葡萄酒行业发展的主要因素

一、2017-2022年影响葡萄酒行业运行的有利因素分析

二、2017-2022年影响葡萄酒行业运行的稳定因素分析

三、2017-2022年影响葡萄酒行业运行的不利因素分析

四、2017-2022年我国葡萄酒行业发展面临的挑战分析

五、2017-2022年我国葡萄酒行业发展面临的机遇分析

第五节葡萄酒行业投资风险及控制策略分析

一、2017-2022年葡萄酒行业市场风险及控制策略

二、2017-2022年葡萄酒行业政策风险及控制策略

三、2017-2022年葡萄酒行业经营风险及控制策略

四、2017-2022年葡萄酒行业技术风险及控制策略

五、2017-2022年葡萄酒行业同业竞争风险及控制策略

六、2017-2022年葡萄酒行业其他风险及控制策略

第二十章葡萄酒行业投资战略研究

第一节葡萄酒行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节我国葡萄酒品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、葡萄酒实施品牌战略的意义

三、葡萄酒企业品牌的现状分析

四、我国葡萄酒企业的品牌战略

五、葡萄酒品牌战略管理的策略

第三节葡萄酒行业投资战略研究

一、2016年酿酒行业投资战略

二、2016年葡萄酒行业投资战略

三、2017-2022年葡萄酒行业投资战略

四、2017-2022年细分行业投资战略

第四节中国葡萄酒企业投资建议

一、产品创新建议

二、营销手法创新建议

三、渠道创新建议

图表目录：

图表：2016年全球葡萄酒产量

图表：2016年法国葡萄酒产量

图表：2016年意大利葡萄酒产量

图表：2016年西班牙葡萄酒产量

图表：2016年美国葡萄酒产量

图表：2016年阿根廷葡萄酒产量

图表：2016年澳大利亚葡萄酒产量

图表：2016年南非葡萄酒产量

图表：2016年智利葡萄酒产量

图表：2016年德国葡萄酒产量

图表：2016年葡萄牙葡萄酒产量

图表：2014-2016年葡萄酒制造行业企业数量统计

图表：2014-2016年葡萄酒制造行业资产全国统计

图表：2014-2016年葡萄酒制造行业产成品指标全国统计

图表：2012年12月-2016年9月我国葡萄酒进口量价月度走势图

图表：消费者选择葡萄酒国家比例

图表：2016年1-9月全国各省葡萄酒产量

图表：2014-2016年葡萄酒制造行业主营业务收入全国统计

图表：2014-2016年葡萄酒制造行业主营业务成本全国统计

(GYZX)

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiulei/279006279006.html>