

# 2016-2022年中国葡萄酒市场现状分析与“十三五” 未来趋势研究报告

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2016-2022年中国葡萄酒市场现状分析与“十三五”未来趋势研究报告》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/239497239497.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

2015年12月葡萄酒进口数据，12月进口量额延续11月的高增长态势，当月全国葡萄酒进口量6660.9万升，同比增长41.49%，环比增长30.27%；进口额为2.32亿美元，同比增长51.21%，环比增长31.09%。12月葡萄酒进口均价为3.49美元/升，环比小幅增长0.2%。2015年全年葡萄酒累计进口量为5.55亿升，同比增长44.57%；进口额20.39亿美元，同比增长34.33%，进口均价同比下降7.09%。零关税的实施使得进口酒的高性价比再次凸显，进口酒的市场份额将大幅提升至33%左右。

2015年进口葡萄酒市场份额提升至33%

### 2015年我国葡萄酒进口统计数据

中国报告网发布的《2016-2022年中国葡萄酒市场现状分析与“十三五”未来趋势研究报告》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。

报告大纲：

### 第一章 葡萄酒行业的相关概述

#### 1.1 葡萄酒的相关概述

##### 1.1.1 葡萄酒定义及分类

##### 1.1.2 葡萄酒的生产

##### 1.1.3 葡萄酒的流通

##### 1.1.4 葡萄酒的消费

#### 1.2 葡萄酒行业的概述

##### 1.2.1 葡萄酒行业监管体制

##### 1.2.2 葡萄酒行业产业链分析

### 1.2.3 葡萄酒行业生命周期判断

### 1.2.4 葡萄酒行业进入壁垒分析

## 1.3 2015年葡萄酒市场地位分析

### 1.3.1 2015年葡萄酒企业数量比较

### 1.3.2 2015年葡萄酒资产规模比较

### 1.3.3 2015年葡萄酒销售规模比较

### 1.3.4 2015年葡萄酒利润规模比较

### 1.3.5 2015年葡萄酒盈利能力比较

## 第二章 中国葡萄酒行业市场环境分析

### 2.1 宏观经济环境

#### 2.1.1 中国gdp增长分析

#### 2.1.2 中国消费品零售总额

#### 2.1.3 中国商品进出口贸易

#### 2.1.4 中国居民收入增长情况

#### 2.1.5 中国人口构成

### 2.2 产业政策环境

#### 2.2.1 中国葡萄酒行业市场准入政策

#### 2.2.2 中国葡萄酒标准及相关规章现状

#### 2.2.3 2014年葡萄酒新国家标准施行

#### 2.2.4 2015年葡萄酒清洁生产标准实施

### 2.3 市场消费环境

#### 2.3.1 2012-2015年中国cpi增长分析

#### 2.3.2 2012-2015年中国餐饮业消费额

#### 2.3.3 2012-2015年中国酒类消费情况

## 第三章 2012-2015年全球葡萄酒市场状况

### 3.1 全球葡萄酒生产状况

#### 3.1.1 2012-2015年全球葡萄酒产量情况

#### 3.1.2 2012-2015年欧盟地区葡萄酒生产状况

#### 3.1.3 2012-2015年其他地区葡萄酒生产情况

### 3.2 全球葡萄酒消费状况

#### 3.2.1 2012-2015年全球葡萄酒消费总量分析

#### 3.2.2 2012-2015年欧盟地区葡萄酒消费情况

#### 3.2.3 2012-2015年其他地区葡萄酒消费情况

### 3.3 全球葡萄酒市场供需及贸易

#### 3.3.1 2012-2015年全球葡萄酒市场供需状况

### 3.3.2 2014年全球主要国家葡萄酒贸易情况

### 3.3.3 2012-2015年全球葡萄酒贸易状况分析

## 第四章 2012-2015年中国葡萄酒行业发展现状

### 4.1 中国葡萄酒行业发展现状

#### 4.1.1 中国葡萄酒行业的发展历史

#### 4.1.2 中国葡萄酒行业发展的现状

#### 4.1.3 中国葡萄酒酿造技术不断提高

#### 4.1.4 中国葡萄酒的生产格局与特点

### 4.2 2014年中国葡萄酒行业分析

#### 4.2.1 2014年中国葡萄酒行业发展概况

#### 4.2.2 2014年中国葡萄酒行业发展回顾

#### 4.2.3 2014年中国葡萄酒产业发展趋势

### 4.3 2015年中国葡萄酒行业分析

#### 4.3.1 2015年中国葡萄酒行业发展概况

#### 4.3.2 2015年中国葡萄酒市场发展现状

#### 4.3.3 2015年葡萄酒行业景气度继续回升

#### 4.3.4 2015年中国葡萄酒市场发展展望

### 4.4 葡萄酒行业发展存在的问题

#### 4.4.1 中国葡萄酒业发展的四大问题

#### 4.4.2 中国葡萄酒产业发展存在的缺陷

#### 4.4.3 中国葡萄酒业发展中存在的不足

### 4.5 中国葡萄酒行业发展对策

#### 4.5.1 葡萄酒产业可持续发展的对策分析

#### 4.5.2 解决葡萄酒业发展问题的管理对策

#### 4.5.3 中国葡萄酒产业发展关键保证措施

## 第五章 2012-2015年中国葡萄酒行业运行分析

### 5.1 2012-2015年葡萄酒行业总体运行情况

### 5.2 2012-2015年葡萄酒行业资产负债结构分析

### 5.3 2012-2015年葡萄酒行业经营效益分析

### 5.4 2012-2015年葡萄酒行业成本费用分析

### 5.5 2012-2015年中国葡萄酒行业集中度分析

## 第六章 2012-2015年中国葡萄酒市场分析

### 6.1 中国葡萄酒市场现状

#### 6.1.1 中国葡萄酒消费市场影响因素

#### 6.1.2 中国葡萄酒消费的转变与营销趋势

### 6.1.3 中国葡萄酒文化的传播与进步分析

## 6.2 中国葡萄酒生产状况

### 6.2.1 2012-2015年中国葡萄酒总体产量分析

### 6.2.2 2012-2015年中国主要区域葡萄酒产量

### 6.2.3 2012-2015年中国主要省区葡萄酒产量

## 6.3 中国葡萄酒消费状况

### 6.3.1 中国葡萄酒消费场所和饮用场合

### 6.3.2 2012-2015年中国葡萄酒总体消费规模

### 6.3.3 2012-2015年中国葡萄酒人均消费情况

### 6.3.4 2012-2015年中国葡萄酒零售市场规模

## 6.4 中国葡萄酒消费者市场调研

### 6.4.1 葡萄酒消费者年龄构成

### 6.4.2 葡萄酒消费者职业特征

### 6.4.3 葡萄酒消费者收入分布

### 6.4.4 葡萄酒消费品牌渗透率

### 6.4.5 主要城市葡萄酒消费调研

## 第七章 2012-2015年中国葡萄酒市场竞争状况

### 7.1 中国葡萄酒行业竞争状况

#### 7.1.1 2014年中国葡萄酒行业竞争格局

#### 7.1.2 国际葡萄酒品牌加速布局中国市场

#### 7.1.3 2015年国内葡萄酒二线品牌竞争激烈

#### 7.1.4 2015年中国葡萄酒行业竞争程度分析

### 7.2 2012-2015年葡萄酒竞争层次

#### 7.2.1 2012-2015年葡萄酒内外资竞争

#### 7.2.2 2012-2015年葡萄酒品牌竞争分析

#### 7.2.3 2012-2015年葡萄酒区域市场竞争

#### 7.2.4 2012-2015年葡萄酒产品结构竞争

### 7.3 葡萄酒市场竞争趋势

#### 7.3.1 葡萄酒市场消费升级高端市场升温

#### 7.3.2 葡萄酒中端市场竞争面临土洋大战

#### 7.3.3 进口葡萄酒市场竞争力将不断增强

#### 7.3.4 国产葡萄酒品牌仍将占据市场先机

#### 7.3.5 葡萄酒市场渠道创新趋势

## 第八章 2012-2015年中国葡萄酒区域市场分析

### 8.1 华北地区运行分析

## 8.2 东北地区运行分析

## 8.3 华东地区运行分析

## 8.4 中南地区运行分析

## 8.5 西部地区运行分析

## 第九章 2012-2015年中国葡萄酒进口分析

### 9.1 2014年中国葡萄酒进口分析

#### 9.1.1 2014年中国葡萄酒进口规模分析

#### 9.1.2 2014年葡萄酒中国进口特征分析

### 9.2 2014年中国葡萄酒季度进口分析

#### 9.2.1 2014年中国葡萄酒总体进口概况

#### 9.2.2 2014年1-3月份中国葡萄酒进口统计

#### 9.2.3 2014年4-6月份中国葡萄酒进口统计

#### 9.2.4 2014年7-9月份中国葡萄酒进口统计

#### 9.2.5 2014年10-12月中国葡萄酒进口统计

### 9.3 2015年中国葡萄酒进口分析

#### 9.3.1 2015年中国葡萄酒进口数量及价格分析

#### 9.3.2 2015年中国进口葡萄酒的市场优劣势分析

#### 9.3.3 2015年第二季度中国葡萄酒进口激增原因

## 第十章 2012-2015年中国葡萄酒价格分析

### 10.1 2012-2015年年中国葡萄酒市场价格走势分析

#### 10.1.1 2012-2015年年中国国产葡萄酒市场价格统计

#### 10.1.2 2012-2015年年中国进口葡萄酒市场价格统计

#### 10.1.3 2012-2015年年中国葡萄酒总体市场价格统计

### 10.2 2012-2015年中国葡萄酒市场价格走势分析

#### 10.2.1 2012-2015年中国葡萄酒价格结构

#### 10.2.2 2015年中国低端葡萄酒终端价格

#### 10.2.3 2015年中国中端葡萄酒终端价格

#### 10.2.4 2015年中国高端葡萄酒终端价格

#### 10.2.5 2014年中国葡萄酒价格月度监测数据

#### 10.2.6 2015年中国葡萄酒价格月度监测数据

## 第十一章 2012-2015年国葡萄原料市场分析

### 11.1 2014年中国葡萄原料竞争状况

#### 11.1.1 2014年中国葡萄原料来源方式

#### 11.1.2 2014年中国葡萄原料竞争动态

#### 11.1.3 2014年中国葡萄种植存在的问题

## 11.2 2014年中国葡萄种植发展分析

### 11.2.1 2014年中国葡萄种植产区情况

### 11.2.2 2014年中国葡萄种植发展特征

### 11.2.3 2012-2015年中国葡萄原料动态

## 第十二章 2012-2015年中国葡萄酒渠道市场分析

### 12.1 葡萄酒销售渠道模式

#### 12.1.1 葡萄酒销售渠道概述

#### 12.1.2 区域多家代理制模式

#### 12.1.3 区域总代理制模式

#### 12.1.4 直供分销模式分析

#### 12.1.5 中国葡萄酒商超零售渠与即饮场所渠道

### 12.2 主要企业渠道分析

#### 12.2.1 烟台张裕葡萄酒渠道分析

#### 12.2.2 中粮长城葡萄酒渠道分析

#### 12.2.3 王朝酒业葡萄酒渠道分析

#### 12.2.4 莫高实业葡萄酒渠道分析

#### 12.2.5 新疆新天葡萄酒渠道分析

### 12.3 北京市场渠道

#### 12.3.1 北京葡萄酒市场规模

#### 12.3.2 北京经销商格局分析

#### 12.3.3 北京主要销渠道分析

#### 12.3.4 北京市场消费特点分析

#### 12.3.5 主要领先企业北京渠道

### 12.4 广东市场渠道

#### 12.4.1 广东葡萄酒市场规模分析

#### 12.4.2 广东产品市场结构分析

#### 12.4.3 广州主要葡萄酒代理商

#### 12.4.4 广东葡萄酒渠道模式分析

#### 12.4.5 广东葡萄酒市场推广分析

## 第十三章 2012-2015年中国葡萄酒企业分析

### 13.1 烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司

#### 13.1.1 企业基本情况

#### 13.1.2 企业葡萄酒产品情况

#### 13.1.3 2014年公司经营情况分析

#### 13.1.4 2015年公司经营情况分析

- 13.1.5 2012-2015年企业财务情况
- 13.1.6 2015年张裕布局优质葡萄产区
- 13.1.7 2015年张裕缔结国际葡萄酒庄联盟
- 13.2 中国长城葡萄酒有限公司（沙城）
  - 13.2.1 企业基本情况
  - 13.2.2 企业葡萄酒产区情况
  - 13.2.3 企业葡萄酒产品情况
  - 13.2.4 2014年公司财务情况
  - 13.2.5 2015年长城葡萄酒成世博会指定用酒
  - 13.2.6 2015年长城葡萄酒荣膺“新中国名片”
- 13.3 王朝酒业集团有限公司
  - 13.3.1 企业基本情况
  - 13.3.2 企业葡萄酒产品情况
  - 13.3.3 2012-2015年公司经营情况分析
  - 13.3.4 2012-2015年公司财务情况分析
  - 13.3.5 2015年王朝酒业欲收购上海皇轩葡萄酒
  - 13.3.6 2015年王朝研发出首批高档干红葡萄酒
- 13.4 烟台威龙葡萄酒股份有限公司
  - 13.4.1 企业基本情况
  - 13.4.2 企业葡萄酒产品情况
  - 13.4.3 2012-2015年企业财务情况
  - 13.4.4 2015年威龙葡萄酒发展动态
- 13.5 新天国际葡萄酒业股份有限公司
  - 13.5.1 企业基本情况
  - 13.5.2 企业葡萄酒产品情况
  - 13.5.3 2014年公司经营情况分析
  - 13.5.4 2015年公司经营情况分析
  - 13.5.5 2012-2015年企业财务情况
  - 13.5.6 2014年中信国安控股新天葡萄酒
  - 13.5.7 2015年新天葡萄酒竞争优势分析
- 13.6 甘肃莫高实业发展股份有限公司
  - 13.6.1 企业基本情况
  - 13.6.2 企业葡萄酒产品情况
  - 13.6.3 2014年公司经营情况分析
  - 13.6.4 2015年公司经营情况分析

- 13.6.5 2012-2015年企业财务情况
- 13.6.6 2015年莫高葡萄酒项目落户天水
- 13.6.7 2015年莫高葡萄酒发展策略分析
- 13.7 通化葡萄酒股份有限公司
  - 13.7.1 企业基本情况
  - 13.7.2 企业葡萄酒产品情况
  - 13.7.3 2014年公司经营情况分析
  - 13.7.4 2015年公司经营情况分析
  - 13.7.5 2012-2015年企业财务情况
- 第十四章 2016-2022年葡萄酒市场前景及投资机会
  - 14.1 中国葡萄酒行业发展趋势
    - 14.1.1 2015年世界葡萄酒消费趋势分析
    - 14.1.2 中国葡萄酒市场中长期消费趋势
    - 14.1.3 中国葡萄酒行业的发展趋势分析
  - 14.2 中国葡萄酒市场前景分析
    - 14.2.1 未来全球葡萄酒消费前景分析
    - 14.2.2 中国葡萄酒消费市场潜力巨大
    - 14.2.3 高消费城市葡萄酒需求前景广阔
    - 14.2.4 2016-2022年中国葡萄酒行业销售预测
    - 14.2.5 2016-2022年中国葡萄酒零售规模预测
    - 14.2.6 2016-2022年中国葡萄酒零售市场预测
  - 14.3 中国葡萄酒行业投资风险分析
    - 14.3.1 产业政策风险分析
    - 14.3.2 市场竞争加剧风险
    - 14.3.3 葡萄原料市场风险
  - 14.4 中国葡萄酒行业投资机会
    - 14.4.1 国内葡萄酒需求增长刺激投资
    - 14.4.2 中国进口葡萄酒投资机会分析
    - 14.4.3 中国葡萄酒产业链的投资机会
    - 14.4.4 海外酒庄成葡萄酒企业投资新宠
- 图表目录：
  - 图表 1 葡萄酒的分类
  - 图表 2 特种葡萄酒定义
  - 图表 3 葡萄酒营销相关概念的界定
  - 图表 4 世界葡萄酒主产区分布图

图表 5 葡萄酒的生产流程

图表 6 葡萄酒的流通环节

图表 7 葡萄酒行业产业链

图表 8 2009-2014年葡萄酒与白酒、啤酒企业数量比较

图表 9 2014年中国葡萄酒企业在酒类企业数量中的比例

图表 10 2009-2014年中国葡萄酒与白酒、啤酒资产规模统计

图表 11 2014年中国葡萄酒行业资产在酒类行业总资产中的比例

图表 12 2009-2014年中国葡萄酒与白酒、啤酒销售规模统计

图表 13 2014年中国葡萄酒行业收入在酒类行业总收入中的比例

图表 14 2009-2014年中国葡萄酒与白酒、啤酒销售规模统计

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，有利于降低企事业单位决策风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiulei/239497239497.html>