2021-2026年中国葡萄酒行业市场供需格局及行业前景展望报告

报告大纲

华经情报网
www.huaon.com

一、报告简介

华经情报网发布的《2021-2026年中国葡萄酒行业市场供需格局及行业前景展望报告》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：https://www.huaon.com//channel/wine/682367.html

报告价格：电子版: 9000元　纸介版：9000元　电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联 系 人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

葡萄酒基础产业链包括上游原料产业如种植、采摘，中游生产业即葡萄酒的酿造，下游销售链包括经销商、超市、酒吧、电商平台、餐馆等。中国的葡萄酒起源有着悠久的历史，可追溯至西汉张骞出使西域时期，近年来在国内葡萄酒产区化进程的加快趋势下，我国逐渐形成了以东北、渤海湾、怀涿、新疆、甘肃河西走廊、宁夏贺兰山东麓、黄土高原、黄河故道、云南高原等为代表的九大葡萄酒特色产区。

2020年中国葡萄酒产量为413000千升，同比下降38000.0千升；2020年中国葡萄酒月均产量为34416.7千升，同比下降3166.7千升。

2015-2020年中国葡萄酒产量统计图

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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。

报告目录：

第一章 葡萄酒概况
1.1葡萄酒相关介绍
1.1.1葡萄酒的概念
1.1.2葡萄酒的由来与发展
1.1.3葡萄酒类别和酿造过程
1.1.4葡萄酒酿造技术的发展
1.1.5葡萄酒与健康
1.2葡萄酒的分类
1.2.1按颜色分类
1.2.2按含二氧化碳压力分类
1.2.3按含糖量分类
1.2.4按酿造方法分类
1.2.5按饮用方式分类
第二章 2020年国际葡萄酒行业分析
2.1世界葡萄酒行业发展概况
2.2 2016-2020年世界葡萄酒市场分析
2.3 2018-2020年世界葡萄酒拍卖市场发展分析
2.4法国
2.5意大利
2.6澳大利亚

2.7德国
2.8美国
2.9西班牙
2.10智利
2.11其他国家
2.11.1葡萄牙
2.11.2奥地利
2.11.3加拿大
2.11.4南非
2.11.5新西兰
2.11.6俄罗斯
第三章 2020年中国葡萄酒行业分析
3.1中国葡萄酒行业的发展进程
3.1.1古代史料
3.1.2近代葡萄酒工业
3.1.3建国后到改革开放前
3.1.4改革开放以后
3.2中国葡萄酒行业发展概况
3.2.1中国葡萄酒产业发展的基本情况分析
3.2.2中国葡萄酒行业呈良好发展态势
3.2.3中国葡萄酒行业发展的优劣势分析
3.2.4中国葡萄酒行业期待开拓国际市场
3.3 2016-2020年中国葡萄酒工业运行分析
2020年1-2月中国葡萄酒产量为36000千升，相比2019年同期减少了78000.0千升；3-12月期间，中国葡萄酒产量于12月达到最高值，为57000千升；在7月达到最低值，为20000千升。
2016-2020年中国葡萄酒产量月度对比
3.4 2018-2020年全国及主要省份葡萄酒产量分析
3.4.1 2018年全国及主要省份葡萄酒产量分析
3.4.2 2019年全国及主要省份葡萄酒产量分析
3.4.3 2020年全国及主要省份葡萄酒产量分析
3.5中国葡萄酒工业存在的问题与对策
第四章 中国葡萄酒制造所属行业财务情况分析
4.1中国葡萄酒制造所属行业经济规模
4.1.1 2016-2020年葡萄酒制造业销售规模

4.1.2 2016-2020年葡萄酒制造业利润规模
4.1.3 2016-2020年葡萄酒制造业资产规模
4.2中国葡萄酒制造所属行业盈利能力指标分析
4.2.1 2016-2020年葡萄酒制造业亏损面
4.2.2 2016-2020年葡萄酒制造业销售毛利率
4.2.3 2016-2020年葡萄酒制造业成本费用利润率
4.2.4 2016-2020年葡萄酒制造业销售利润率
4.3中国葡萄酒制造所属行业营运能力指标分析
4.3.1 2016-2020年葡萄酒制造业应收账款周转率
4.3.2 2016-2020年葡萄酒制造业流动资产周转率
4.3.3 2016-2020年葡萄酒制造业总资产周转率
4.4中国葡萄酒制造所属行业偿债能力指标分析
4.4.1 2016-2020年葡萄酒制造业资产负债率
4.4.2 2016-2020年葡萄酒制造业利息保障倍数
第五章 2020年中国葡萄酒市场分析
5.1 2020年中国葡萄酒市场总体状况分析
5.1.1中国葡萄酒市场概况
5.1.2中国葡萄酒市场发展态势分析
5.1.3我国葡萄酒的市场与产品结构
5.1.4国内葡萄酒市场呈现欣欣向荣态势
5.1.5我国进口葡萄酒市场结构分析
5.1.6 2020年中国葡萄酒市场持续稳定运行
5.1.7 2020年中国市场受新兴葡萄酒出口国青睐
5.2 2020年部分地区葡萄酒市场发展情况分析
5.2.1北京葡萄酒市场分析
5.2.2上海葡萄酒市场发展现状调研
5.2.3天津葡萄酒市场发展态势
5.2.4广州葡萄酒市场发展现状调研
5.2.5珠海葡萄酒市场品牌变多
5.2.6深圳葡萄酒市场发展模式
5.2.7厦门葡萄酒市场运行情况分析
5.2.8成都葡萄酒市场分析
5.2.9云南葡萄酒市场消费潜力巨大
5.3 2020年中国葡萄酒市场消费分析
5.3.1我国葡萄酒市场消费概况

5.3.2葡萄酒市场不同消费群体分析
5.3.3消费者对葡萄酒市场的认知
5.3.4葡萄酒市场消费者行为调查研究
5.3.5进口葡萄酒市场消费调查分析
5.3.6影响葡萄酒消费的三点因素
5.3.7餐饮终端市场葡萄酒消费特点
5.4 2020年中国葡萄酒市场存在的问题及建议
第六章 2020年葡萄酒高端市场分析
6.1葡萄酒高端产品介绍
6.1.1高端葡萄酒的定义
6.1.2高端葡萄酒的品质
6.1.3高端葡萄酒的风格
6.1.4高端葡萄酒的稳定性
6.1.5高端葡萄酒的产量特征
6.1.6高端葡萄酒的产品附加值
6.1.7高端葡萄酒的价格
6.2 2020年葡萄酒高端市场发展情况分析
6.2.1中国高端葡萄酒市场发展态势
6.2.2中国国产葡萄酒力图争夺高端市场
6.2.3中国企业进军高端葡萄酒市场
6.2.4中国高端葡萄酒销售进入电商时代
6.2.5高端进口葡萄酒市场消费分析
6.2.6高档葡萄酒的媒体投放趋向分析
6.2.7五一国产高端葡萄酒表现良好
6.3 2020年高端葡萄酒面临的问题及发展战略
第七章 2020年红葡萄酒与桃红葡萄酒市场分析
7.1红葡萄酒特性
7.1.1酿红葡萄酒的葡萄品种
7.1.2红葡萄酒的健康功效
7.1.3影响红葡萄酒颜色的因素
7.1.4红葡萄酒生产工艺
7.2 2020年红葡萄酒的市场概况
7.2.1新西兰酒厂大力开拓中国红葡萄酒市场
7.2.2普罗旺斯红葡萄酒发展分析
7.2.3 “串货”导致红酒低价抛售

7.2.4我国开发出新型红葡萄酒产品
7.3 2020年桃红葡萄酒市场情况分析
第八章 2020年干葡萄酒市场分析
8.1干红葡萄酒相关特性
8.1.1干红葡萄酒简介
8.1.2干红葡萄酒的生产工艺
8.1.3干红葡萄酒酿造中橡木的使用
8.2 2020年干红葡萄酒市场概况
8.2.1我国第一批高档干红葡萄酒在津研制成功
8.2.2山东研发出干红葡萄酒闪蒸系统
8.2.3干红葡萄成山东地区消费热点
8.2.4 2020年新疆干红葡萄酒发展动态
8.2.5拉萨有望生产干红葡萄酒
8.2.6未来发展干红葡萄酒文化的前景
8.3干白葡萄酒相关特性
8.3.1干白葡萄酒的酿造
8.3.2干白葡萄酒的酿造控制工艺
8.3.3优质干白葡萄酒酿造工艺要求
8.3.4浅析干白葡萄酒的营养
8.4未来干白葡萄酒将成为一大流行趋势预测分析
第九章 2020年其它葡萄酒市场分析
9.1甜葡萄酒
9.2冰葡萄酒
9.3山葡萄酒
9.4起泡葡萄酒
9.5新型葡萄酒简介
9.5.1红米葡萄酒
9.5.2富香葡萄酒
9.5.3大蒜葡萄酒
9.5.4西瓜葡萄酒
9.5.5无酒精葡萄酒
9.5.6罐装葡萄酒
第十章 2020年葡萄酒年份酒市场分析
10.1葡萄酒年份解读
10.1.1葡萄酒年份的含义

10.1.2葡萄酒年份的内涵
10.1.3葡萄酒年份的评价
10.2国外年份葡萄酒市场行情
10.3中国市场年份酒情况分析
10.3.1葡萄酒并非年份越久越醇香
10.3.2我国红酒年份酒检测及管理标准欠缺
10.3.3山东蓬莱首制年份葡萄酒管理办法
10.3.4昌黎产区年份葡萄酒研究
第十一章 2020年葡萄酒庄园酒市场分析
11.1 2020年中国庄园葡萄酒发展概况
11.1.1葡萄酒产业的“庄园”现象
11.1.2葡萄酒产业兴起庄园投资建设热潮
11.1.3葡萄酒产业庄园运动带来的变局
11.1.4酒庄酒力促我国葡萄酒业进入高端市场
11.1.5山东庄园葡萄酒管理规范实施
11.2 2020年葡萄酒庄项目发展状况分析
11.3酒庄酒发展建议及策略
第十二章 2020年中国葡萄酒区域产业发展分析
12.1烟台
12.2昌黎
12.3宁夏
12.4甘肃
12.5新疆
12.6吉林
第十三章 2020年中国葡萄酒所属产业进出口分析
13.1中国葡萄酒产业进出口概况
13.1.1我国葡萄酒进口状况回顾
13.1.2 2020年我国葡萄酒进口分析
13.1.3 2020年我国葡萄酒进口情况分析
13.2 2020年进口葡萄酒市场分析
13.2.1进口葡萄酒市场格局的变化分析
13.2.2进口葡萄酒进入国内市场的机会分析
13.2.3进口葡萄酒受青睐的因素
13.2.4中国进口葡萄酒市场存在的问题
13.2.5当前葡萄酒进口值得关注的问题

13.2.6进口葡萄酒占据国内市场的对策
13.2.7中国进口葡萄酒应加速本土化进程
13.3 2020年部分地区葡萄酒进口状况分析
13.3.1 2020年湖北省葡萄酒进口形势
13.3.2 2020年温州进口葡萄酒市场
13.3.3 2020年上海葡萄酒进口情况分析
13.3.4 2020年广东葡萄酒进口情况分析
13.3.5 2020年福州葡萄酒进口简析
第十四章 2020年葡萄酒行业竞争分析
14.1 2020年我国葡萄酒市场竞争动态分析
14.1.1我国葡萄酒竞争情况分析
14.1.2国内葡萄酒市场竞争趋于激烈
14.1.3 2020年中国葡萄酒市场竞争格局
14.1.4我国葡萄酒线上市场竞争激烈
14.1.5二线葡萄酒品牌的竞争分析
14.1.6中档葡萄酒成市场竞争热点
14.1.7葡萄酒市场开启服务战新纪元
14.2 2020年中外葡萄酒竞争情况分析
14.2.1国产葡萄酒面临国际竞争的优劣势分析
14.2.2进口葡萄酒在中国市场的发展态势
14.2.3新旧世界葡萄酒争夺中国市场
14.2.4国外葡萄酒大量进入中国的原因
14.2.5中外葡萄酒市场竞争迎来崭新时期
14.2.6进口葡萄酒抢占本土葡萄酒生存空间
14.3中国葡萄酒品牌的“立体”竞争能力浅析
14.3.1产品组合力
14.3.2渠道终端力
14.3.3营销传播力
14.3.4价值增值力
14.3.5国际市场力
14.4中国葡萄酒行业竞争力构建分析
第十五章 2020年葡萄酒营销分析
15.1国内外葡萄酒营销分析
15.1.1进口葡萄酒主要品牌化运营方式分析
15.1.2进口葡萄酒在中国的“精准营销”模式分析

15.1.3 2020年进口葡萄酒纷纷开展微博营销
15.1.4澳洲虎葡萄酒的创新营销模式分析
15.1.5分析国内外葡萄酒营销文化的差异
15.2葡萄酒营销渠道分析
15.2.1中国葡萄酒市场运营模式
15.2.2第三方独立营销商和营销网络
15.2.3葡萄酒供应链模式分析
15.2.4葡萄酒专卖店模式分析
15.2.5夜场在葡萄酒区域市场开发中的作用
15.2.6红酒分渠道亟待解决的四大问题
15.2.7进口葡萄酒商超渠道营销思路
15.3主要葡萄酒品牌市场营销策略
15.3.1张裕公司的体验营销策略
15.3.2王朝公司的营销策略分析
15.3.3中粮探索高端营销模式
15.4品牌营销策略分析
15.4.1葡萄酒品牌的价值分析
15.4.2中国葡萄酒品牌营销误区
15.4.3中国葡萄酒副品牌的开发策略
15.4.4葡萄酒高端产品品牌策略分析
15.4.5二三线葡萄酒品牌的营销路径
15.5葡萄酒包装策略
15.6葡萄酒其它营销策略分析
15.6.1葡萄酒企业文化营销模式探析
15.6.2葡萄酒专卖店的营销战略
15.6.3量产葡萄酒的营销策略
15.6.4酒类商品的节日营销策略分析
15.6.5葡萄酒促销策略分析
15.6.6中国葡萄酒业营销的八点建议
15.7未来我国葡萄酒营销环境分析
第十六章 2020年葡萄酒原材料供应分析
16.1酿酒葡萄概述
16.1.1葡萄栽培历史沿革
16.1.2酿酒葡萄品种介绍
16.1.3气候对葡萄种植的影响

16.1.4葡萄树龄对葡萄酒的影响
16.1.5酿酒用葡萄基本架式
16.2国外酿酒葡萄的分布及生产
16.4中国九大葡萄产地分析
16.4.1东北产地
16.4.2渤海湾产地
16.4.3沙城产地
16.4.4清徐产地
16.4.5银川产地
16.4.6武威产地
16.4.7吐鲁番产地
16.4.8黄河故道产地
16.4.9云南高原产地
16.5我国酿酒葡萄主要产区生产状况分析
16.5.1东北产区
16.5.2宁夏产区
16.5.3新疆产区
16.5.4沙城产区
16.5.5河西走廊
第十七章 国际葡萄酒生产企业分析
17.1星座公司（constellationbrands，inc.）
17.1.1企业简介
17.1.2竞争力分析
17.2帝亚吉欧公司（diageoplc）
17.2.1企业简介
17.2.2竞争力分析
17.3保乐力加集团（pernodricard group）
17.3.1企业简介
17.3.2竞争力分析
第十八章 国内葡萄酒生产企业分析
18.1张裕葡萄酿酒股份有限公司
18.1.1企业简介
18.1.2竞争力分析
18.2中信国安葡萄酒业股份有限公司
18.2.1企业简介

18.2.2竞争力分析
18.3中法合营王朝葡萄酿酒有限公司
18.3.1企业简介
18.3.2竞争力分析
18.4通化葡萄酒股份有限公司
18.4.1企业简介
18.4.2竞争力分析
18.5中粮酒业有限公司
18.5.1企业简介
18.5.2竞争力分析
第十九章 2020年葡萄酒产业政策环境分析
19.1国际葡萄酒标准状况分析
19.1.1国际葡萄酒组织实施最新环保标准
19.1.2法国葡萄酒产区定级标准
19.1.3德国葡萄酒执行严格的标准
19.1.4意大利葡萄酒产区定级标准
19.1.5西班牙葡萄酒评级标准
19.2 2020年中国葡萄酒行业政策标准制定情况分析
19.2.1葡萄酒产业的政策环境概述
19.2.2我国葡萄酒国标解读
19.2.3分析《地理标志产品通化山葡萄酒》标准体系
19.2.4葡萄酒使用添加剂的相关标准规定
19.2.5山葡萄酒新国标实施
19.2.6 2020年葡萄酒业准入政策正式生效
19.3葡萄酒行业地方标准
19.3.1《蓬莱产区控制葡萄酒》地方标准颁布实施
19.3.2葡萄酒庄省级标准将促进行业健康发展
19.3.3冰葡萄酒地方标准获准通过
19.4相关政策法规
19.4.1中国葡萄酿酒技术规范
19.4.3国家行业标准之山葡萄酒
19.4.4葡萄酒生产管理办法
19.4.5酒类广告管理办法
19.4.6葡萄酒消费税管理办法
第二十章 2021-2026年葡萄酒业投资及前景预测分析

20.1中国葡萄酒行业投资概况「AKLT」
20.1.1我国葡萄酒行业迎来投资机遇期
20.1.2国内葡萄酒企业全球化投资提速
20.1.3葡萄酒行业投资前景看好
20.1.4葡萄酒旅游业投资时机成熟
20.2葡萄酒产业投资建议
20.2.1葡萄酒行业的投资要领
20.2.2投资葡萄酒行业亟需注意的问题
20.2.3投资葡萄酒庄存在的风险
20.2.4投资国内葡萄酒产业的若干建议
20.2.5葡萄酒领域投资的市场选择建议
20.3世界葡萄酒未来发展趋势预测分析
20.3.1未来国际葡萄酒市场发展趋势预测分析
20.3.2未来葡萄酒行业的发展趋向
20.3.3未来世界葡萄酒市场需求预测分析
20.4中国葡萄酒行业前景展望
20.4.1中国葡萄酒行业发展前景广阔
20.4.2 2020年我国葡萄酒市场产销预测分析
20.4.3我国葡萄酒市场消费潜力大
20.4.4未来我国葡萄酒市场发展趋势预测
20.5 “十四五”期间中国葡萄酒业发展规划
20.5.1 “十四五”期间我国葡萄酒业发展面临形势
20.5.2 “十四五”期间我国葡萄酒业发展目标
20.5.3 “十四五”期间我国葡萄酒业发展主要任务
20.5.4 “十四五”期间我国葡萄酒业发展保障措施
20.6.1影响中国葡萄酒制造行业因素分析
20.6.2 2021-2026年中国葡萄酒制造行业产值预测分析
20.6.3 2021-2026年中国葡萄酒制造行业产品销售收入预测分析
20.6.4 2021-2026年中国葡萄酒制造行业产品盈利能力预测分析

图表目录：

图表 国内生产总值同比增长速度
图表 全国粮食产量及其增速
图表 规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）
图表 社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）
图表 进出口总额（亿美元）

图表 广义货币（m2）增长速度（%）
图表 居民消费价格同比上涨状况分析
图表 工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）
图表 城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）
图表 农村居民人均收入实际增长速度
图表 人口及其自然增长率变化状况分析
更多图表见正文……

详细请访问：https://www.huaon.com//channel/wine/682367.html