2020-2025年中国葡萄酒行业竞争格局分析及投资战略咨询报告

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《2020-2025年中国葡萄酒行业竞争格局分析及投资战略咨询报告》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//detail/515833.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

葡萄酒是以葡萄为原料酿造的一种果酒。
2019年中国葡萄酒进口数量为662294千升，同比下降9.2%；2018年中国葡萄酒进口数量为729677千升，同比下降7.3%。
2015-2019年中国葡萄酒进口数量统计图
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 中国葡萄酒发展历程及市场特征
第一节 葡萄酒定义及分类
一、葡萄酒定义
二、葡萄酒分类
第二节 葡萄酒产业发展阶段
一、起步阶段（1978-1992）
二、大发展阶段（1992-2002）
三、跃升阶段（2002-至今）
第三节 市场特征
一、市场规模及增长
二、产业生命周期
三、行业赢利能力
四、市场竞争程度
第四节 产业地位
一、资产规模（白酒、啤酒、葡萄酒）
二、销售收入（白酒、啤酒、葡萄酒）
三、企业数量（白酒、啤酒、葡萄酒）
四、盈利规模（白酒、啤酒、葡萄酒）
五、盈利能力（白酒、啤酒、葡萄酒）

第二章 葡萄酒产业政策环境分析
第一节 国际葡萄酒标准分析

一、国际葡萄酒组织实施最新环保标准
二、法国葡萄酒产区定级标准
三、德国葡萄酒执行严格的标准
四、意大利葡萄酒产区定级标准
五、西班牙葡萄酒评级标准
第二节 中国葡萄酒行业政策标准制定情况分析
一、葡萄酒行业监管体制分析
二、我国葡萄酒国标解读
三、解析《地理标志产品通化山葡萄酒》标准体系
四、葡萄酒使用添加剂的相关标准规定
五、2019年葡萄酒业准入政策正式生效
第三节 葡萄酒行业地方标准
一、《蓬莱产区控制葡萄酒》地方标准颁布实施
二、葡萄酒庄省级标准将促进行业健康发展
三、冰葡萄酒地方标准获准通过
第四节 相关政策法规
一、葡萄酒行业准入条件
二、中国葡萄酿酒技术规范
三、葡萄酒标准
四、国家行业标准之山葡萄酒
五、葡萄酒生产管理办法
六、酒类广告管理办法
七、葡萄酒消费税管理办法

第三章 葡萄酒产业发展背景分析
第一节 全球市场分析
一、全球葡萄酒产量
二、全球葡萄酒消费
三、全球葡萄酒品牌排名
（一）罗曼尼-康帝酒庄（domaine de la roman é e-conti ）
（二）庞特卡奈酒庄（chateau pontet-canet ）
（三）柏菲酒庄（chateau pavie ）
（四）库克香槟（krug）
（五）梦玫瑰酒庄（chateau montrose）
（六）柏图斯酒庄（chateau p é trus ）

（七）啸鹰酒庄（screaming eagle）
（八）拉图酒庄（chateau latour）
（九）拉菲古堡（chateau lafite-rothschild）
（十）里鹏酒庄（le pin ）
第二节 经济发展分析
一、中国gdp增长情况分析
二、工业经济发展形势分析
三、社会固定资产投资分析
四、全社会消费品零售总额
五、对外贸易发展形势分析
第三节 居民生活水平
一、居民可支配收入
二、居民支出结构
第四节 行业政策法规
一、新国标出台增加行业壁垒
二、行业相关细则标准完善

第四章 2015-2019年国内葡萄酒供需分析
第一节 2015-2019年葡萄酒产量
一、葡萄酒总产量
二、葡萄酒各省产量
三、产量集中度分析
第二节 2015-2019年葡萄酒消费
一、葡萄酒消费规模
二、人均消费分析
三、区域消费分析
四、节日消费分析
五、葡萄酒消费预测分析

第五章 国内葡萄酒行业运营
第一节 中国葡萄酒行业特征
一、国产酒企盈利下滑
二、团购酒商转型
三、酒业“价格挤水”
四、“第二品牌”消费增长

五、多元渠道构建脚步加快
六、电商迅猛发展
第二节 葡萄酒行业运行分析
一、企业数量分析
二、资产规模分析
三、销售收入分析
四、利润总额分析
五、行业盈利能力
第三节 行业运行（不同企业规模）
一、企业数量（按企业规模）
二、资产总额（按企业规模）
三、销售收入（按企业规模）
四、盈利能力（按企业规模）
第四节 行业运行（不同企业性质）
一、企业数量（按企业性质）
二、资产总额（按企业性质）
三、销售收入（按企业性质）
四、盈利能力（按企业性质）

第六章 葡萄酒产业区域运营
第一节 山东
一、资产规模
二、企业数量
三、销售收入
四、利润总额
五、毛利率、利润率
第二节 吉林
一、资产规模
二、企业数量
三、销售收入
四、利润总额
五、毛利率、利润率
第三节 河南
一、资产规模
二、企业数量

三、销售收入
四、利润总额
五、毛利率、利润率
第四节 河北
一、资产规模
二、企业数量
三、销售收入
四、利润总额
五、毛利率、利润率

第七章 2015-2019年葡萄酒市场竞争分析
第一节 国产品牌葡萄酒竞争格局
一、行业集中度分析
（一）企业规模集中度
（二）行业资产集中度
（三）销售收入集中度
二、行业竞争激烈程度
第二节 葡萄酒竞争层次分析
一、内外资竞争
二、品牌竞争分析
三、区域市场竞争
四、产品结构竞争
五、营销渠道竞争

第八章 2015-2019年国内葡萄酒所属行业进出口分析
第一节 2015-2019年葡萄酒进出口量分析
一、葡萄酒进出口量分析
2019年中国葡萄酒进口金额为3536446千美元，同比下降9.7%；2018年中国葡萄酒进口金额为3914638千美元，同比增长6.5%。
2015-2019年中国葡萄酒进口金额统计图
二、葡萄酒进出口价格分析
三、进出口葡萄酒市场优劣分析
第二节 2015-2019年葡萄酒进出口额分析
一、进出口规模分析
二、进出口特征分析

第三节 进口葡萄酒深度分析
一、进口酒进入中国的三个阶段
二、从资源角度分析进口酒
三、从品牌角度分析进口酒
四、从渠道推广角度分析进口酒
第四节 国产葡萄酒应对策略
一、重视品质
二、打造本土文化
三、对葡萄种植进行政府补贴支持

第九章 2015-2019年葡萄酒渠道运营分析
第一节 葡萄酒渠道运营模式
一、代理制
二、经销制
三、直销
四、买断经营
第二节 进口葡萄酒的主要经营模式
一、专卖店连锁
二、经销商分代理
三、大型超市
四、电子商务
五、保税库销售模式
六、chr（咖啡厅，酒店，饭店）的销售模式
第三节 领先企业渠道分析
一、长城渠道分析
二、张裕渠道分析
三、王朝渠道分析
四、新天渠道分析
五、云南红渠道分析
六、莫高渠道分析
第四节 北京市场渠道
一、北京葡萄酒市场规模
二、北京葡萄酒市场特点
三、北京经销商格局
四、北京主销渠道分析

五、北京消费特点分析
六、领先企业北京渠道
第五节 广东市场渠道
一、广东市场规模分析
二、广东产品市场结构分析
三、广东葡萄酒进口状况分析
四、广东消费人群特点
五 广东渠道模式分析

第十章 2015-2019年上游-葡萄种植产业分析
第一节 葡萄种植分析
一、葡萄种植地理条件
二、葡萄树生命周期
三、中国葡萄产区分析
（一）东北产地
（二）渤海湾产地
（三）沙城产地
（四）清徐产地
（五）银川产地
（六）武威产地
（七）吐鲁番产地
（八）黄河故道产地
（九）云南高原产地
第二节 葡萄种植规模
一、中国葡萄种植面积
二、重点企业基地布局

第十一章 国际葡萄酒生产企业分析
第一节 星座公司（constellation brands，inc.）
一、企业基本情况介绍
二、星座公司经营情况分析
三、星座公司在华发展状况分析
四、美国星座开拓东欧市场
第二节 帝亚吉欧公司（diageo plc）
一、企业基本情况介绍

二、帝亚吉欧经营情况分析
三、帝亚吉欧全球化战略
四、帝亚吉欧最新发展动向
第三节 保乐力加集团（pernod ricard group）
一、企业基本状况分析
二、保乐力加经营状况分析
三、保乐力加集团竞争优势
四、保乐力加在华发展状况分析
第四节 福斯特集团（foster’s group limited）
一、企业基本状况分析
二、福斯特在华发展状况分析
三、福斯特业务调整状况分析

第十二章 国内葡萄酒企业竞争力
第一节 张裕葡萄酿酒股份有限公司
一、企业基本状况分析
二、企业主要产品分析
三、企业经济指标分析
四、企业营销网络分析
五、张裕营销策略分析
第二节 中国长城葡萄酒有限公司
一、企业基本状况分析
二、企业主要产品分析
三、企业经济指标分析
四、企业竞争优势分析
第三节 中法合营王朝葡萄酿酒有限公司
一、企业基本状况分析
二、企业主要产品分析
三、企业经济指标分析
四、企业营销策略分析
五、企业竞争优势分析
第四节 威龙葡萄酒股份有限公司
一、企业基本状况分析
二、企业主要产品分析
三、企业经济指标分析

四、企业三大酒田分析
第五节 通化葡萄酒股份有限公司
一、企业基本状况分析
二、企业主要产品分析
三、企业经济指标分析
四、企业营销网络分析
五、山葡萄酒酿造工艺
第六节 中信国安葡萄酒业股份有限公司
一、企业基本状况分析
二、企业主要产品分析
三、企业经济指标分析
四、企业营销网络分析
五、企业竞争优势分析
第七节 甘肃莫高实业发展股份有限公司
一、企业基本状况分析
二、企业主要产品分析
三、企业经济指标分析
四、企业营销网络分析
五、企业竞争优势分析
第八节 甘肃皇台酒业股份有限公司
一、企业基本状况分析
二、企业主要产品分析
三、企业经济指标分析
四、企业营销网络分析

第十三章 2020-2025年产业前景及投资策略建议
第一节 市场走势预测分析
第二节 国内产业优劣势（AK LT）
第三节 投资前景及策略
第四节 产业链投资机会

图表目录：

图表 1 葡萄酒的分类
图表 2 2015-2019年中国葡萄酒零售额变化趋势图
图表 3 2015-2019年中国白酒、啤酒、葡萄酒产业资产总额统计

图表 4 2015-2019年中国白酒、啤酒、葡萄酒产业销售收入统计
图表 5 2015-2019年中国白酒、啤酒、葡萄酒产业企业数量统计
图表 6 2015-2019年中国白酒、啤酒、葡萄酒产业利润总额统计
图表 7 2015-2019年中国白酒、啤酒、葡萄酒产业毛利率统计
图表 8 2015-2019年世界葡萄酒产量和增长率统计
图表 9 全球葡萄酒生产国家分布图
图表 10 2015-2019年全球葡萄酒消费量和增长率统计
更多图表见正文……

详细请访问：https://www.huaon.com//detail/515833.html