2026-2031年中国葡萄酒流通行业全景调研与发展战略研究咨询报告

报告简介

产业现状

随着国民收入水平提高和更加重视身体健康，越来越多的消费者更加偏好葡萄酒，这种趋势在年轻人群中已逐步形成。在发达地区葡萄酒将越来越多地进入家庭消费，消费者更加追求高品质的小资情调和品质生活，葡萄酒正好满足了这一需求。现在，普通消费者在家饮用葡萄酒日益成为中国葡萄酒消费市场的重要趋势，“土豪型”消费已经被理性消费逐渐代替，越来越多的消费者开始关注葡萄酒的性价比，这些消费者为年龄集中在30-45岁之间的中产阶级。在中外葡萄酒不断升级的对垒中，5年来，进口葡萄酒总量翻一番，国产葡萄酒产量不增反降。最初以高端产品进入的进口葡萄酒，近年逐渐向中低端发力，与国产葡萄酒形成激烈竞争。目前中国进口葡萄酒市场已经进入了一个“复合型发展”的新阶段，而这个阶段呈现出三个突出的特点：有规律，有特色，有主见。新一代的消费者们乐于主动去定位自己的个性化喜好，直接推动了进口葡萄酒消费结构的升级。消费升级和葡萄酒市场与消费日趋理性，给葡萄酒行业带来更大变化，品牌集中度会得到提升，部分在国际上有一定知名度的进口产品，在变革期内国内市场将进一步扩大。

进口分析

近年来，随着消费者健康意识增强以及消费观念的变化，葡萄酒受到越来越多消费者的青睐，市场消费量快速增长，拉动了葡萄酒产业的较快发展，中国也成为葡萄酒生产和消费大国。在多重促进消费增长的因素共同作用下，中国消费市场将呈现规模稳定增长、结构升级进一步显现的局面，注重健康消费、消费仪式感的群体不断增长，葡萄酒消费处于加快扩张期。中美贸易战直接影响了美国葡萄酒的出口，同时也给了其他国家更多机会。随着中国与澳大利亚、南美洲等全球重要葡萄酒产地贸易的不断深化，中国消费者对高端葡萄酒的需求也越来越旺盛。中国葡萄酒产量将可能出现止跌或持平的态势，而销售额和销售量可能会继续上升。但是，市场竞争依然激烈，尤其是对中小型国产酒企业，销量与品牌依然

是未来几年的突围点所在。

格局变化

未来，随着中国与欧洲、南美等各国经贸关系的深入发展，还将有更多葡萄酒以零关税姿态进入国内市场。这就意味着，国产葡萄酒将面临着比以往更为严峻的形势，而进口葡萄酒之间的竞争也更为激烈化。中国葡萄酒市场品类较为单一，但是在国外，葡萄酒按照属性与地域，分为多种品类。从属性上来区分，有干白、甜酒、桃红、低起泡、高起泡、低度、无醇、有机等诸多概念，其中每一个概念都有相应的消费人群。面对进口葡萄酒的泛滥与大众化，消费者需要清晰的品类概念与品牌概念。进口葡萄酒数量的大幅提升，使得进口葡萄酒之间的竞争加剧，一些原本被业界看好的品类受到冲击，这种消费市场的持续扩大、来源国的日益增多，使未来进口葡萄酒可能形成品类日益多元化的局面。

前景预测

2020年中国将成为参照世界和美国酒类产业格局，葡萄酒消费占比持续扩大。目前，中国市场酒精饮料中葡萄酒的销量占比只有3%，未来将提升至8%-10%。在新阶段，品质、个性、健康、时尚、绿色、服务等新消费让中国葡萄酒市场充满想象空间，新零售也将提速中国葡萄酒市场的发展进程。接入新零售后，渠道压缩可能是今年出现的较为重大变革之一，从商业运作而言，酒水经销商多数采取简单的“加价”模式，如果随着社会运转效率提高葡萄酒容量扩大，增加运作成本且降低效率的中间层级会缩减。中国葡萄酒市场容量和潜力巨大，面临着消费升级的重要发展机遇，是未来最令人期待和充满想象空间的市场。国产葡萄酒应当做出中国产区特色，打造东方葡萄酒的差异化优势，以此引领中国葡萄酒的复兴和东方葡萄酒的崛起。中国的城镇化进程促进了葡萄酒销量的增长，葡萄酒消费将越来越大众化，作为葡萄酒消费主力的中产阶级数量到2022年将增长两倍，而法国和欧洲的消费量会持平。中国葡萄酒市场将在2025年超越法国，2027年超越美国，到2027年中国葡萄酒市场将成为世界第一，如今，随着收入水平提升，以及葡萄酒文化的普及，进口葡萄酒消费正快速向三四线城市渗透。在未来的几年内，中国的高端酒消费群体也会相应地迅速扩大。

市场研究

中国葡萄酒产业无论是在产量、产品品质，还是生产技术和装备水平上都得到了长足的发展，达到较好的水平，并呈现出良好的发展态势。但从国内外的情况来看，中国葡萄酒产业又到了新的关口，既有新的发展机遇，也将面临更高层面、更严峻的挑战。在国内外葡萄酒品牌竞争日趋激烈的情况下，葡萄种植与管理问题也日益凸显，成为制约产业发展的短板。而酿酒葡萄将在相当长一段时期内，成为影响中国葡萄酒产业发展的关键因素。中国在酿酒葡萄种植技术和管理方面存在的诸多问题。目前，中国葡萄酒产区大多是自发形成的，在国家层面没有进行周密地产业规划，各地的规划往往有一定的局限性，发展的规模以及市场定位存在一定的缺陷。市场上的葡萄酒产品大多定位为中高端，不能清楚地认识自身定位，这使得适合广大消费者的餐酒产量偏少，影响更多消费者享受葡萄酒产品。此外，中国对酿酒葡萄的研究基础相对薄弱，人才缺乏，同时，产业的快速发展，使部分地区酿酒葡萄种植面积短时间内大幅度增长，种植技术及技术管理已经跟不上种植面积增长的速度。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家海关总署、国家发改委、国家食品药品监督管理局、中国酿酒工业协会、中国葡萄酒协会、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对中国葡萄酒流通及相关行业的发展状况、市场供需形势、新产品与技术等进行了分析，并重点分析了中国葡萄酒流通行业发展状况和特点，以及中国葡萄酒流通行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球的葡萄酒流通行业发展态势作了详细分析，并对葡萄酒流通行业进行了趋向研判，是葡萄酒流通、经营企业，研究、投资机构等单位准确了解目前葡萄酒流通行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分 产业环境透视

【全球经济缓慢复苏的背景下，国际葡萄酒市场增长怎样?主要国家地区发展如何?国际葡萄酒在中国市场上有什么优势?pest模型分析结果如何?】

第一章 葡萄酒流通行业发展综述

第一节 葡萄酒流通行业定义及分类

一、行业定义

二、行业主要产品分类

三、行业特性及在国民经济中的地位

第二节 葡萄酒流通行业研究分析

一、研究目的

二、研究目标及分析方法

三、研究结论阐述

第三节 中国葡萄酒流通行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒/退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、行业及其主要子行业成熟度分析

第四节 葡萄酒流通行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

三、与上下游行业之间的关联性

四、行业产业链上游相关行业分析

1、葡萄酒流通产品成本构成

2、葡萄酒行业发展状况及影响

3、酒庄行业发展状况及影响

4、酿酒行业发展状况及影响

五、行业中下游分析

1、葡萄酒流通中下游行业分布

2、物流行业发展状况及影响

3、批发零售行业发展状况及影响

4、电子商务行业发展状况及影响

六、上下游行业影响及风险提示

第二章 葡萄酒流通行业市场环境分析（pest）

第一节 葡萄酒流通行业政治法律环境(p)

一、行业管理体制分析

二、行业主要法律法规

1、《中华人民共和国反倾销条例》

2、《中华人民共和国反补贴条例》

三、葡萄酒流通行业标准

1、葡萄酒行业相关标准

2、《酒类流通管理办法》

3、世界主要葡萄酒分级标准

4、中国葡萄酒分级标准

四、行业相关发展规划

五、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析(e)

一、宏观经济形势分析

1、国际宏观经济形势分析

2、国内宏观经济形势分析

3、产业宏观经济环境分析

二、宏观经济环境对行业的影响分析

1、经济复苏对行业的影响

2、货币政策对行业的影响

3、区域规划对行业的影响

第三节 行业社会环境分析(s)

一、葡萄酒流通产业社会环境

1、人口环境分析

2、教育环境分析

3、文化环境分析

4、中国城镇化率

二、社会环境对行业的影响

三、葡萄酒流通产业发展对社会发展的影响

第三章 国际葡萄酒流通行业发展分析

第一节 全球葡萄酒流通市场总体情况分析

一、全球葡萄酒流通行业的发展特点

二、2021-2026年全球葡萄酒流通市场结构

三、2021-2026年全球葡萄酒流通行业发展分析

四、2021-2026年全球葡萄酒流通行业竞争格局

五、2021-2026年全球葡萄酒流通市场区域分布

六、2021-2026年国际重点葡萄酒品牌分析

第二节 全球主要国家(地区)市场分析

一、法国

1、法国葡萄酒行业发展概况

2、2021-2026年法国葡萄酒市场结构及产销情况

3、2026-2031年法国葡萄酒行业发展前景预测

二、意大利

1、意大利葡萄酒行业发展概况

2、2021-2026年意大利葡萄酒市场结构及产销情况

3、2026-2031年意大利葡萄酒行业发展前景预测

三、阿根廷

1、阿根廷葡萄酒行业发展概况

2、2021-2026年阿根廷葡萄酒市场结构及产销情况

3、2026-2031年阿根廷葡萄酒行业发展前景预测

四、智利

1、智利葡萄酒行业发展概况

2、2021-2026年智利葡萄酒市场结构及产销情况

3、2026-2031年智利葡萄酒行业发展前景预测

五、其他国家地区

1、西班牙

2、南非

3、加拿大

第二部分 市场深度分析

【葡萄酒流通行业运行情况怎样?行业各项经济指标运行如何(规模、收入、利润……)?市场供需形势怎样?葡萄酒消费市场与供需状况形势如何?】

第四章 中国葡萄酒流通市场发展分析

第一节 国内葡萄酒流通市场现状分析

一、消费量提升迅速，但总体消费水平偏低

二、葡萄酒市场扩展迅速

三、行业集中程度较高，市场竞争较为激烈

四、国内葡萄酒市场有待进一步规范

第二节 国内葡萄酒市场数据分析

一、中国葡萄酒产量分析

二、中国葡萄酒零售量分析

三、中国葡萄酒零售额分析

四、中国葡萄酒市场结构分析

五、中国葡萄酒利润总额分析

第三节 国内葡萄酒流通企业发展分析

一、规模以上企业数量分析

二、不同规模企业结构分析

三、不同性质企业结构分析

第四节 国内葡萄酒市场消费情况分析

一、消费者群体分析

二、消费者购买关注因素

三、消费者购买渠道分析

四、国内葡萄酒消费趋势分析

1、消费品牌化

2、消费常态化

3、消费个性化

4、消费场景化

第五章 中国进口葡萄酒流通行业运行现状分析

第一节 中国进口葡萄酒流通行业发展状况分析

一、中国进口葡萄酒流通行业发展现状

二、进口葡萄酒迅猛发展的原因

1、消费者年轻化，更加偏好进口进口葡萄酒

2、城镇化进程加快

3、葡萄酒海外直采比例的提高

三、中国进口葡萄酒流通行业发展特点分析

四、中国进口葡萄酒流通行业商业模式分析

第二节 2021-2026年进口葡萄酒流通行业发展现状

一、2021-2026年中国进口葡萄酒流通行业市场规模

二、2021-2026年行业关税及调整情况分析

三、2021-2026年中国进口葡萄酒流通企业发展分析

第三节 2021-2026年中国葡萄酒进口供应链运营分析

一、葡萄酒进口供应链运营模式概述

1、葡萄酒进口供应链运营模式发展演变

2、葡萄酒进口供应链运营模式发展规模

3、葡萄酒进口供应链运营模式的市场竞争结构

二、葡萄酒进口供应链运营模式服务体系

1、葡萄酒进口供应链运营模式服务流程

2、葡萄酒进口供应链运营模式服务环节

(1)采购服务

(2)仓储服务

(3)报关服务

(4)贸易/交易服务

(5)物流服务

其他(衔接)服务

三、葡萄酒进口供应链运营模式分析

1、葡萄酒进口供应链运营模式优势分析

2、葡萄酒进口供应链运营模式劣势分析

四、葡萄酒进口供应链运营模式投资壁垒和前景分析

第四节 中国进口葡萄酒流通市场价格走势分析

一、进口葡萄酒流通市场定价机制组成

二、进口葡萄酒流通市场价格影响因素

三、2021-2026年进口葡萄酒产品价格走势分析

四、2026-2031年进口葡萄酒产品价格走势预测

第五节 进口葡萄酒行业主要产品市场分析

一、行业主要产品结构特征

1、基础产品结构特征分析

2、不同酿制方法产品结构特征分析

3、不同营销术语产品结构特征分析

二、行业主要产品市场分析

1、红葡萄酒产品市场分析

2、白葡萄酒产品市场分析

三、行业产品市场热点分析

1、年份葡萄酒市场发展状况分析

2、庄园葡萄酒市场发展状况分析

(1)中国庄园葡萄酒发展概况

(2)中国庄园葡萄酒企业概况

(3)国际酒庄葡萄酒在华布局

第六章 中国葡萄酒市场供需形势分析

第一节 葡萄酒行业生产分析

一、产品及原材料、自有比例

二、产品生产基地分布

三、产品及原材料产业集群发展分析

四、2021-2026年葡萄酒原料产能情况分析

第二节 中国葡萄酒市场供需分析

一、2021-2026年中国葡萄酒流通行业供给情况

1、中国葡萄酒流通行业供给分析

2、中国葡萄酒流通行业产品产量分析

3、重点国家及地区产能占有量

二、2021-2026年中国葡萄酒行业需求情况

1、葡萄酒流通行业需求市场

2、葡萄酒流通行业客户结构

3、葡萄酒流通行业需求的地区差异

三、2021-2026年中国葡萄酒流通行业供需平衡分析

第三节 葡萄酒产品市场应用及需求预测

一、葡萄酒流通产品应用市场总体需求分析

1、葡萄酒流通产品应用市场需求特征

2、葡萄酒流通产品应用市场需求总规模

二、2026-2031年葡萄酒流通行业领域需求量预测

三、重点行业葡萄酒流通产品需求分析预测

第七章 葡萄酒行业进口市场发展分析

第一节 葡萄酒行业进出口市场分析

一、葡萄酒行业进口综述

1、中国葡萄酒进口的特点分析

2、中国葡萄酒进口地区分布状况

3、中国葡萄酒进口的贸易方式及经营企业分析

4、中国葡萄酒进口政策与国际化经营

二、葡萄酒行业进口市场分析

1、2021-2026年行业进口整体情况

2、2021-2026年行业进口总额分析

3、2021-2026年行业进口产品结构

4、2021-2026年行业进口统计

第二节 中国葡萄酒进口面临的挑战及对策

一、中国葡萄酒进口面临的挑战

二、中国葡萄酒行业未来进口展望

三、中国葡萄酒产品进口对策

第三部分 市场全景调研

【电子商务、进口供应链……各环节发展情况如何?产业链上下游环节有什么变化及供需平衡点在哪?】

第八章 中国葡萄酒流通电子商务运营模式研究

第一节 葡萄酒流通电子商务运营现状与价值

一、葡萄酒流通电子商务应用现状

二、葡萄酒流通电子商务价值链构成

第二节 葡萄酒进口电子商务细分市场

一、葡萄酒流通电子商务细分市场概况

二、葡萄酒流通垂直型电子商务市场

1、市场概况

2、目标客户

3、采购特征

4、物流特征

5、代表企业分析

三、葡萄酒流通水平型电子商务市场

1、市场概况

2、目标客户

3、采购特征

4、物流特征

第三节 葡萄酒流通电子商务市场竞争与比较

一、葡萄酒流通电子商务渠道与传统渠道竞争分析

二、葡萄酒流通电子商务渠道内部竞争

1、葡萄酒流通电子商务市场竞争概况

2、葡萄酒流通电子商务市场竞争要素

3、葡萄酒流通垂直电子商务与水平电子商务竞争比较

第四节 “互联网+”背景下葡萄酒市场营销策略分析

一、注重对搜索引擎的运用

二、注重网络视频的广告宣传

三、强化社区互动影响

第九章 中国葡萄酒保税区交易模式透析

第一节 葡萄酒保税区建设及发展分析

一、葡萄酒保税区宏观环境分析

1、政府支持与政策环境分析

2、区域经济环境分析

3、区域消费环境分析

二、葡萄酒保税区功能属性分析

1、集中展示功能

2、实体商贸功能

3、电子交易功能

4、分货流通功能

5、业务简化功能

6、降低成本功能

7、酒文化推广功能

三、葡萄酒保税区运营特点分析

1、葡萄酒保税区运营流程及合作方式

2、葡萄酒保税区主要客户群体及流通区域

3、葡萄酒保税区交易方式与交易成本

4、国内典型葡萄酒保税区市场规模分析

第二节 葡萄酒保税区交易模式分析

一、葡萄酒保税区交易模式优劣分析

1、葡萄酒保税区交易模式优势分析

2、葡萄酒保税区交易模式劣势分析

二、葡萄酒保税区交易模式核心吸引力分析

1、区域经济活跃程度的内在吸引力分析

2、税收优惠政策扶持的直接吸引力分析

3、其他因素吸引力分析

三、葡萄酒保税区交易模式投资壁垒和前景分析

第三节 世界主要葡萄酒交易中心建设和运营经验

一、伦敦葡萄酒交易中心建设和运营经验

二、香港葡萄酒交易中心建设和运营经验

三、国内葡萄酒保税区交易成功经验

1、创新监管模式

2、高效政府服务

3、通关及其他优惠政策

4、通关咨询验放制度

5、综合交易展览会发展

第四节 主要葡萄酒保税区建设和运营指标分析

一、上海外高桥保税区建设情况及发展分析

1、上海外高桥保税区生产总值

2、上海外高桥保税区财政收入

3、上海外高桥保税区进出口情况

4、上海外高桥保税区物流情况

5、上海外高桥保税区葡萄酒数量

二、武汉东湖综合保税区建设情况及发展分析

1、武汉东湖综合保税区生产总值

2、武汉东湖综合保税区财政收入

3、武汉东湖综合保税区进出口情况

4、武汉东湖综合保税区物流情况

5、武汉东湖综合保税区市场建设和运营情况

三、宁波保税区建设情况及发展分析

1、宁波保税区生产总值

2、宁波保税区财政收入

3、宁波保税区进出口情况

4、宁波保税区物流情况

5、宁波保税区葡萄酒市场建设和运营情况

四、广州保税区建设情况及发展分析

1、广州保税区葡萄酒市场建设和运营情况

2、引进会员企业数量

3、会员企业注册资金

4、保税区海关反馈的数量

五、深圳保税区建设情况及发展分析

1、深圳保税区生产总值

2、深圳保税区进出口情况

3、深圳保税区葡萄酒市场建设和运营情况

六、珠海保税区建设情况及发展分析

1、珠海保税区进出口情况

2、珠海保税区物流情况

3、珠海保税区葡萄酒市场建设和运营情况

七、大连保税区建设情况及发展分析

1、大连保税区进出口情况

2、大连保税区物流情况

第十章 葡萄酒联盟组织酒业推广模式分析

第一节 葡萄酒联盟组织酒业推广模式解读

一、葡萄酒联盟组织酒业推广模式概述

1、葡萄酒联盟组织酒业推广模式的含义

2、葡萄酒联盟组织酒业推广模式的主要作用与价值

3、葡萄酒联盟组织酒业推广模式的构成主体

4、葡萄酒联盟组织酒业推广模式优劣势分析

5、葡萄酒联盟组织酒业推广模式投资壁垒分析

二、葡萄酒联盟组织酒业推广模式的发展

1、葡萄酒联盟组织酒业推广模式的多元化发展

2、2021-2026年葡萄酒联盟组织推广活动统计

3、葡萄酒集群推广有助于产业化发展

第二节 酒业推广模式的主要活动和服务

一、国际葡萄酒联盟组织酒业推广的活动方式和服务

二、国内葡萄酒联盟组织酒业推广的活动方式和服务

三、葡萄酒联盟组织酒业推广的主要活动方式

1、葡萄酒品鉴会

2、葡萄酒课程

3、国际酒企商务考察

4、酒类/葡萄酒展会

5、其他葡萄酒联盟组织推广方式

第十一章 葡萄酒行业主要产品营销模式及策略

第一节 葡萄酒行业流通主要销售模式分析

一、代理制模式分析

二、经销制模式分析

三、直销模式分析

四、买断经营模式分析

五、特许经营模式分析

第二节 葡萄酒行业产品代理商分析

一、葡萄酒代理历史综述

二、葡萄酒代理商类型分析

三、代理商面临问题分析

四、葡萄酒代理未来发展建议

第三节 葡萄酒营销模式创新分析

一、由经销制转向改进的代销制

二、销售渠道的通路精耕

三、电子商务渠道的应用

第四节 进口葡萄酒运作模式分析

一、传统代理型模式分析

二、保税区运营模式分析

三、产业链运营模式分析

四、酒类电子商务模式分析

第五节 高端葡萄酒产品营销策略分析

一、概念营销策略分析

二、个性化定制策略分析

三、商务/政务宴会推广策略分析

四、文化营销传播策略分析

第六节 葡萄酒企业文化营销模式分析

一、广告宣传策略分析

二、事件营销策略分析

三、包装设计策略分析

四、产区营销策略分析

五、工业旅游策略分析

六、渠道培训策略分析

第七节 促进国产葡萄酒市场发展的营销策略分析

一、做好高端系列产品的营销

二、提升原料品质，做好品质营销

三、开展中国独特的葡萄酒文化营销

四、加强新型的渠道营销

第四部分 竞争格局分析

【葡萄酒流通市场竞争程度怎样?集中度有什么变化?品牌企业占有率有什么变化?行业并购重组有什么趋势?波特五力分析、swot分析结果如何?】

第十二章 葡萄酒流通行业区域市场分析

第一节 中国葡萄酒流通区域结构特征分析

一、行业总体区域结构特征及变化

二、行业区域结构总体特征

三、行业区域集中度分析

四、行业区域分布特点分析

五、行业规模指标区域分布分析

六、行业效益指标区域分布分析

第二节 华东地区葡萄酒流通行业发展分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第三节 华南地区葡萄酒流通行业发展分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第四节 华中地区葡萄酒流通行业发展分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第五节 华北地区葡萄酒流通行业发展分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第六节 东北地区葡萄酒流通行业发展分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第七节 西部地区葡萄酒流通行业发展分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第十三章 葡萄酒流通行业竞争形势及策略

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、葡萄酒流通行业竞争结构分析

二、葡萄酒流通行业swot分析

三、葡萄酒流通行业企业间竞争格局分析

1、不同地域企业竞争格局

2、不同规模企业竞争格局

3、不同所有制企业竞争格局

四、葡萄酒流通行业集中度分析

1、市场集中度分析

2、企业集中度分析

3、区域集中度分析

第二节 中国葡萄酒流通行业竞争格局综述

一、葡萄酒流通行业竞争概况

二、中国葡萄酒流通行业竞争力分析

三、中国葡萄酒流通产品竞争力优势分析

四、葡萄酒流通行业主要企业竞争力分析

第三节 中国葡萄酒流通行业竞争格局分析

一、国外葡萄酒流通竞争分析

二、中国葡萄酒流通市场竞争分析

三、中国葡萄酒流通市场集中度分析

四、国内主要葡萄酒流通企业动向

五、国内葡萄酒流通市场竞争趋势预测

第四节 中国葡萄酒市场竞争策略分析

一、开发国产葡萄酒高端市场

二、展开切实可行的葡萄酒文化营销

三、实施葡萄酒销售的个性化营销

第十四章 葡萄酒流通行业领先企业经营分析

第一节 中国葡萄酒十大品牌企业经营形势分析

一、烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业主营业务分析

3、企业经营情况分析

4、企业营销渠道及网络

5、企业产品结构分析

6、企业产业链布局分析

7、企业品牌战略分析

8、企业发展动态分析

二、中国长城葡萄酒有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业主营业务分析

3、企业经营情况分析

4、企业营销渠道及网络

5、企业产品结构分析

6、企业产业链布局分析

7、企业品牌战略分析

8、企业发展动态分析

三、中法合营王朝葡萄酿酒有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业主营业务分析

3、企业经营情况分析

4、企业营销渠道及网络

5、企业产品结构分析

6、企业产业链布局分析

7、企业品牌战略分析

8、企业发展动态分析

四、威龙葡萄酒股份有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业主营业务分析

3、企业经营情况分析

4、企业营销渠道及网络

5、企业产品结构分析

6、企业产业链布局分析

7、企业品牌战略分析

8、企业发展动态分析

五、甘肃莫高实业发展股份有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业主营业务分析

3、企业经营情况分析

4、企业营销渠道及网络

5、企业产品结构分析

6、企业产业链布局分析

7、企业品牌战略分析

8、企业发展动态分析

六、中信国安葡萄酒业股份有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业主营业务分析

3、企业经营情况分析

4、企业营销渠道及网络

5、企业产品结构分析

6、企业产业链布局分析

7、企业品牌战略分析

8、企业发展动态分析

七、通化葡萄酒股份有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业主营业务分析

3、企业经营情况分析

4、企业营销渠道及网络

5、企业产品结构分析

6、企业产业链布局分析

7、企业品牌战略分析

8、企业发展动态分析

八、北京龙徽酿酒有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业主营业务分析

3、企业经营情况分析

4、企业营销渠道及网络

5、企业产品结构分析

6、企业产业链布局分析

7、企业品牌战略分析

8、企业发展动态分析

九、云南红酒业有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业主营业务分析

3、企业经营情况分析

4、企业营销渠道及网络

5、企业产品结构分析

6、企业产业链布局分析

7、企业品牌战略分析

8、企业发展动态分析

十、香格里拉酒业股份有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业主营业务分析

3、企业经营情况分析

4、企业营销渠道及网络

5、企业产品结构分析

6、企业产业链布局分析

7、企业品牌战略分析

8、企业发展动态分析

第二节 中国葡萄酒流通企业经营形势分析

一、圣皮尔精品酒业(上海)有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业经营范围分析

3、企业经营情况分析

4、企业产品结构分析

5、企业主要客户分析

6、企业销售渠道与网络

7、企业竞争优势分析

8、企业发展动态分析

二、深圳市品尚汇电子商务股份有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业经营范围分析

3、企业经营情况分析

4、企业产品结构分析

5、企业主要客户分析

6、企业销售渠道与网络

7、企业竞争优势分析

8、企业发展动态分析

三、福建酩悦酒业有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业经营范围分析

3、企业经营情况分析

4、企业产品结构分析

5、企业主要客户分析

6、企业销售渠道与网络

7、企业竞争优势分析

8、企业发展动态分析

四、卡思黛乐酒业(中国)有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业经营范围分析

3、企业经营情况分析

4、企业产品结构分析

5、企业主要客户分析

6、企业销售渠道与网络

7、企业竞争优势分析

8、企业发展动态分析

五、厦门建发国际酒业集团有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业经营范围分析

3、企业经营情况分析

4、企业产品结构分析

5、企业主要客户分析

6、企业销售渠道与网络

7、企业竞争优势分析

8、企业发展动态分析

六、保乐力加(中国)贸易有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业经营范围分析

3、企业经营情况分析

4、企业产品结构分析

5、企业主要客户分析

6、企业销售渠道与网络

7、企业竞争优势分析

8、企业发展动态分析

七、上海自贸区红酒交易中心股份有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业经营范围分析

3、企业经营情况分析

4、企业产品结构分析

5、企业主要客户分析

6、企业销售渠道与网络

7、企业竞争优势分析

8、企业发展动态分析

八、酒侬文化发展(北京)有限责任公司

1、企业发展概况分析

2、企业经营范围分析

3、企业经营情况分析

4、企业产品结构分析

5、企业主要客户分析

6、企业销售渠道与网络

7、企业竞争优势分析

8、企业发展动态分析

九、厦门优传供应链有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业经营范围分析

3、企业经营情况分析

4、企业产品结构分析

5、企业主要客户分析

6、企业销售渠道与网络

7、企业竞争优势分析

8、企业发展动态分析

十、山东宝真国际酒业有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业经营范围分析

3、企业经营情况分析

4、企业产品结构分析

5、企业主要客户分析

6、企业销售渠道与网络

7、企业竞争优势分析

8、企业发展动态分析

十一、广州龙程酒业有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业经营范围分析

3、企业经营情况分析

4、企业产品结构分析

5、企业主要客户分析

6、企业销售渠道与网络

7、企业竞争优势分析

8、企业发展动态分析

十二、上海万客易酒文化传播有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业经营范围分析

3、企业经营情况分析

4、企业产品结构分析

5、企业主要客户分析

6、企业销售渠道与网络

7、企业竞争优势分析

8、企业发展动态分析

十三、北京德龙宝真国际酒业有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业经营范围分析

3、企业经营情况分析

4、企业产品结构分析

5、企业主要客户分析

6、企业销售渠道与网络

7、企业竞争优势分析

8、企业发展动态分析

十四、广州酒饮国际贸易有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业经营范围分析

3、企业经营情况分析

4、企业产品结构分析

5、企业主要客户分析

6、企业销售渠道与网络

7、企业竞争优势分析

8、企业发展动态分析

十五、中粮酒业有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业经营范围分析

3、企业经营情况分析

4、企业产品结构分析

5、企业主要客户分析

6、企业销售渠道与网络

7、企业竞争优势分析

8、企业发展动态分析

十六、上海卡斯特酒业有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业经营范围分析

3、企业经营情况分析

4、企业产品结构分析

5、企业主要客户分析

6、企业销售渠道与网络

7、企业竞争优势分析

8、企业发展动态分析

十七、上海桃乐丝葡萄酒贸易有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业经营范围分析

3、企业经营情况分析

4、企业产品结构分析

5、企业主要客户分析

6、企业销售渠道与网络

7、企业竞争优势分析

8、企业发展动态分析

十八、欢乐颂(天津)葡萄酒文化传播有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业经营范围分析

3、企业经营情况分析

4、企业产品结构分析

5、企业主要客户分析

6、企业销售渠道与网络

7、企业竞争优势分析

8、企业发展动态分析

十九、广州骏德酒业股份有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业经营范围分析

3、企业经营情况分析

4、企业产品结构分析

5、企业主要客户分析

6、企业销售渠道与网络

7、企业竞争优势分析

8、企业发展动态分析

二十、珠海经济特区全达实业有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业经营范围分析

3、企业经营情况分析

4、企业产品结构分析

5、企业主要客户分析

6、企业销售渠道与网络

7、企业竞争优势分析

8、企业发展动态分析

第五部分 发展前景展望

【要想在如今竞争激烈的市场上站稳脚跟，应紧随市场的脚步向前发展，那么未来葡萄酒流通行业发展前景怎样?有什么样的变化趋势?投资机会在哪里?】

第十五章 葡萄酒流通行业前景及趋势预测

第一节 2026-2031年葡萄酒流通市场发展前景

一、2026-2031年葡萄酒流通市场发展潜力

二、2026-2031年葡萄酒流通市场发展前景展望

三、2026-2031年葡萄酒流通细分行业发展前景分析

第二节 2026-2031年葡萄酒流通市场发展趋势预测

一、2026-2031年葡萄酒流通行业发展趋势

1、品质消费需求提升

2、葡萄酒业结构调整加快

二、2026-2031年葡萄酒流通市场规模预测

1、葡萄酒流通行业市场容量预测

2、葡萄酒流通行业销售收入预测

三、2026-2031年中国葡萄酒市场变化趋势

1、葡萄酒消费处于加快扩张期

2、做好品质和品牌加强与消费者沟通

3、全渠道模式将成为渠道主流

四、2026-2031年进口葡萄酒流通市场变化趋势

1、日益大众化

2、更多零关税冲击

3、进口品类未来将多元化

五、2026-2031年细分市场发展趋势预测

第三节 2026-2031年中国葡萄酒行业供需预测

一、2026-2031年中国葡萄酒行业供给预测

二、2026-2031年中国葡萄酒行业产量预测

三、2026-2031年中国葡萄酒市场销量预测

四、2026-2031年中国葡萄酒行业需求预测

五、2026-2031年中国葡萄酒行业供需平衡预测

第十六章 葡萄酒流通行业投资机会与风险防范

第一节 葡萄酒流通行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

四、葡萄酒流通行业投资现状分析

第二节 2026-2031年葡萄酒流通行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、葡萄酒流通行业投资机遇

第三节 葡萄酒流通行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、供求风险及防范

三、宏观经济波动风险及防范

四、关联产业风险及防范

五、产品结构风险及防范

六、其他风险及防范

第四节 中国葡萄酒流通行业投资建议

一、葡萄酒流通行业未来发展方向

二、葡萄酒流通行业主要投资建议

三、中国葡萄酒流通企业融资分析

第六部分 发展战略研究

【葡萄酒流通面临哪些困境?在转型升级、发展战略、管理经营、投融资方面需要注意哪些问题?】

第十七章 葡萄酒流通行业面临的困境及对策

第一节 葡萄酒流通行业面临的困境及对策

一、葡萄酒流通行业面临的困境

1、产业管理困境

2、酿酒原料困境

3、产区品牌困境

4、文化推广困境

5、自律诚信困境

6、进口酒冲击困境

二、葡萄酒流通行业面临的困境解决对策

1、科学规划葡萄酒产业布局

2、加强标准化原料基地建设

3、积极实施品牌引领战略

4、强化科研技术标准工作

5、培育葡萄酒文化氛围

6、着力完善葡萄酒产业链条

7、加大财政金融扶持力度

8、规范葡萄酒生产经营秩序

第二节 葡萄酒流通企业面临的困境及对策

一、重点葡萄酒流通企业面临的困境及对策

二、中小葡萄酒流通企业发展困境及策略分析

三、国内葡萄酒流通企业的出路分析

第三节 中国葡萄酒流通行业存在的问题及对策

一、中国葡萄酒流通行业存在的问题

1、酿酒葡萄种植基础薄弱

2、技术人才匮乏

3、市场监管不严

4、产品品质普遍不高

5、产品市场定位不准

6、局部发展过热

7、品种结构单一

二、葡萄酒流通行业发展的建议对策

1、竞争性战略联盟

2、加强人才培养

3、规范市场秩序及完善制度

4、加强品质监管

5、合理定位

6、因地制宜，结合发展

7、个性化、差异化选种

三、市场的重点客户战略实施

1、实施重点客户战略的必要性

2、合理确立重点客户

3、重点客户战略管理

4、重点客户管理功能

第十八章 葡萄酒流通行业投资战略及建议

第一节 葡萄酒流通行业投资战略研究

一、2021-2026年葡萄酒流通企业投资战略

二、2026-2031年葡萄酒流通行业投资战略

三、2026-2031年葡萄酒流通产业链投资战略

第二节 中道泰和葡萄酒流通行业发展建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录

图表：进口葡萄酒流通行业生命周期

图表：2021-2026年法国葡萄酒出口量

图表：2021-2026年法国葡萄酒出口金额

图表：2021-2026年意大利葡萄酒出口量

图表：2021-2026年意大利葡萄酒出口金额

图表：2021-2026年西班牙葡萄酒出口量

图表：2021-2026年西班牙葡萄酒出口金额

图表：2021-2026年智利葡萄酒产量

图表：2021-2026年智利葡萄酒出口量

图表：2021-2026年智利葡萄酒出口金额

图表：2021-2026年阿根廷葡萄酒产量

图表：2021-2026年阿根廷葡萄酒出口量

图表：2021-2026年阿根廷葡萄酒出口金额

图表：2021-2026年南非葡萄酒产量

图表：2021-2026年南非葡萄酒出口量

图表：2021-2026年南非葡萄酒出口金额

图表：2021-2026年加拿大葡萄酒产量

图表：2021-2026年加拿大葡萄酒出口量

图表：2021-2026年进口葡萄酒行业主营业务成本

图表：2021-2026年国产葡萄酒行业主营业务成本

图表：2021-2026年进口葡萄酒市场价格走势

图表：2021-2026年进口葡萄酒行业主营业务成本

图表：2021-2026年国产葡萄酒行业主营业务成本

图表：2021-2026年进口葡萄酒行业进口数据

图表：2021-2026年中国葡萄酒产量分析

图表：2021-2026年中国葡萄酒零售量分析

图表：2021-2026年中国葡萄酒零售额分析

图表：2021-2026年中国葡萄酒市场结构分析

图表：2021-2026年中国葡萄酒利润总额分析

图表：2021-2026年中国葡萄酒规模以上企业数量分析

图表：2021-2026年中国葡萄酒行业不同规模企业结构分析

图表：2026-2031年中国葡萄酒营业收入增长趋势预测

图表：2026-2031年中国葡萄酒行业形态分布比例趋势

图表：2026-2031年中国葡萄酒行业税收增长趋势预测

图表：2026-2031年葡萄酒行业净资产增长趋势预测

图表：2026-2031年葡萄酒行业毛利率变化趋势预测

图表：2026-2031年葡萄酒行业资产负债比例增长预测

图表：2026-2031年葡萄酒行业资产总额趋势预测

图表：2026-2031年中国葡萄酒行业市场规模预测

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费)　Emai：kf@51baogao.cn

报告编号：101918

本文地址：https://www.51baogao.cn/bg/20180902/101918.shtml

在线订购：点击这里