**2024-2029年中国葡萄酒行业品牌调研与竞争策略研究报告**

**报告简介**

2018年全国葡萄酒产量累计值为62.9万千升，比2017年总产量的100.1万千升减少了37.2万千升，暴跌37.16%。根据中国海关数据显示，2018年，受经济放缓和中美贸易战的影响，中国葡萄酒进口量出现2014年来首次下滑，进口量为67.9万千升，下降8.95%;进口额则出现一定程度增长，达28.2亿美元，增长1.1%。从“量跌价升”的现象可推测，随着国内消费升级的推进，目前中国进口葡萄酒结构主要以高端酒为主。

根据中国葡萄酒及烈酒进出口协会(CAWS)发布的2018年中国进口葡萄酒数据报告，2018年法国、澳大利亚和智利为我国葡萄酒三大进口来源国。其中法国的葡萄酒进口量达1.74亿升，同比下降21.06%;进口金额70.68亿人民币，同比下降3.08%。尽管法国进口量和进口额均较上年有所下降，与第二名澳大利亚的差距逐渐缩小，但其在中国进口葡萄酒市场上的地位依旧排名第一。

2018年七家葡萄酒企业的营业收入总和达到近80亿元，其中只有威龙股份和中葡股份两家企业营收出现下跌。张裕在2018年实现营收51.42亿元，同比增长4.25%，行业龙头位置稳固;通葡股份营收增速最高，达11.65%，营收10.27亿元达到上市以来新高;中葡股份下滑幅度最大，2018年营收实现3.42亿元，同比下滑14.77%，连续两年亏损的中葡股份股票实施退市风险，股票简称由“中葡股份”变为“\*ST中葡”。

伴随国内消费理性回归，众多国内葡萄酒企业将在质量保证的前提下，深挖产品更深层的精神文化价值，让高档酒成为名副其实的高端;当前葡萄酒行业步入精耕时代，国产葡萄酒想要突出重围，品牌细分化和大单品战略或许是破局之计。

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、国家工信部、国家商务部、国家发改委、国家市场监督管理总局、国务院发展研究中心、中国酒业协会、中国品牌网、、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，对中国葡萄酒行业及各子行业的发展状况、市场供需形势、进出口贸易等进行了分析，并重点分析了中国葡萄酒行业发展状况和特点，以及中国葡萄酒行业将面临的挑战、行业的发展策略等。报告还对国际葡萄酒行业发展态势作了详细分析，并对葡萄酒行业进行了趋向研判，是葡萄酒生产、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前葡萄酒行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

**报告目录**

**第一章 中国葡萄酒行业发展现状**

第一节 中国葡萄酒行业发展环境

一、国内经济形势

二、国内政策规划

三、国内社会环境

1、人口结构

2、消费升级

3、居民支出

四、国际贸易环境

第二节 中国葡萄酒行业发展现状

一、葡萄酒行业发展概况

二、葡萄酒行业发展特点

三、葡萄酒行业市场规模

四、葡萄酒行业产销规模

第三节 中国葡萄酒行业进出口分析

一、进出口综述

二、进口分析

三、出口分析

四、进出口前景预测

第四节 中国葡萄酒行业前景展望

一、葡萄酒行业生命周期

二、葡萄酒行业驱动因素

三、葡萄酒行业发展前景

**第二章 中国葡萄酒市场品牌发展态势**

第一节 中国葡萄酒行业市场格局

一、行业竞争格局

二、企业竞争格局

三、行业整体竞争力

第二节 中国葡萄酒行业品牌状况

一、市场品牌现状

二、市场品牌格局

三、市场品牌特点

四、市场品牌规模

五、品牌在市场中的份额占比

第三节 中国葡萄酒行业消费者分析

一、消费群体

二、消费态度

三、消费能力

四、消费行为变化

五、消费需求趋向

六、对品牌的认知

七、品牌忠诚度

第四节 国外葡萄酒行业品牌现状

一、国外葡萄酒行业品牌现状

二、国外葡萄酒行业品牌影响力

三、中外葡萄酒行业品牌对比

第五节 中国葡萄酒品牌国际化现状与对策分析

**第三章 中国葡萄酒市场品牌经营情况**

第一节 中国葡萄酒行业品牌产品情况

一、品牌定位

二、产品风味

三、地域分布

四、不同类型葡萄酒品牌情况

1、红葡萄酒

2、白葡萄酒

第二节 中国葡萄酒行业品牌成本与利润情况

一、品牌成本分析

1、生产成本

2、人工成本

3、运营成本

4、其它成本

二、品牌利润分析

1、品牌价格情况

2、品牌利润情况

第三节 中国葡萄酒行业电商渠道品牌情况

一、主要电商平台

二、销售规模

三、前十品牌

四、电商平台对品牌产品的意义

第四节 中国葡萄酒行业线下品牌情况

一、主要销售点

二、销售规模

三、前十品牌

**第四章 中国葡萄酒行业低中高端各品牌市场现状**

第一节 低端品牌市场分析

一、低端品牌市场定位

二、低端品牌产品风味

三、低端品牌市场现状

四、低端品牌市场价格

五、低端品牌产销规模

六、低端品牌格局分布

第二节 中端品牌市场分析

一、中端品牌市场定位

二、中端品牌产品风味

三、中端品牌市场现状

四、中端品牌市场价格

五、中端品牌产销规模

六、中端品牌格局分布

第三节 高端品牌市场分析

一、高端品牌市场定位

二、高端品牌产品风味

三、高端品牌市场现状

四、高端品牌市场价格

五、高端品牌产销规模

六、高端品牌格局分布

**第五章 中国葡萄酒行业市场品牌营销分析**

第一节 品牌营销环境

一、互联网环境

二、电商环境

三、电视媒体环境

四、社区物业环境

第二节 品牌营销渠道与模式分析

一、营销渠道

1、渠道构成

2、销售贡献比率

3、覆盖率

4、销售渠道效果

5、价值流程结构

6、渠道建设方向

二、销售模式

1、代理制模式

2、经销制模式

3、直销模式

4、买断经营模式

5、特许经营模式

三、进口葡萄酒运作模式

1、传统代理型模式

2、保税区运营模式

3、产业链运营模式

4、酒类电子商务模式

四、葡萄酒营销模式创新

1、由经销制转向改进的代销制

2、销售渠道的通路精耕

3、电子商务渠道的应用

第三节 品牌营销存在的问题

一、销售渠道存在的问题

二、营销方面存在的问题

三、品牌推广的营销策略

1、广告策略

2、公关策略

3、促销策略

4、终端策略

5、网络策略

6、店铺营销

**第六章 中国葡萄酒行业主要品牌分析**

第一节 张裕changyu

一、所属企业

二、市场定位

三、市场价格

四、产销规模

五、产品风味

六、品牌形象

七、品牌价值

八、品牌忠诚度

第二节 长城葡萄酒greatwall

一、所属企业

二、市场定位

三、市场价格

四、产销规模

五、产品风味

六、品牌形象

七、品牌价值

八、品牌忠诚度

第三节 王朝dynasty

一、所属企业

二、市场定位

三、市场价格

四、产销规模

五、产品风味

六、品牌形象

七、品牌价值

八、品牌忠诚度

第四节 威龙granddragon

一、所属企业

二、市场定位

三、市场价格

四、产销规模

五、产品风味

六、品牌形象

七、品牌价值

八、品牌忠诚度

第五节 莫高mogao

一、所属企业

二、市场定位

三、市场价格

四、产销规模

五、产品风味

六、品牌形象

七、品牌价值

八、品牌忠诚度

第六节 尼雅niya

一、所属企业

二、市场定位

三、市场价格

四、产销规模

五、产品风味

六、品牌形象

七、品牌价值

八、品牌忠诚度

第七节 通化tonhwa

一、所属企业

二、市场定位

三、市场价格

四、产销规模

五、产品风味

六、品牌形象

七、品牌价值

八、品牌忠诚度

第八节 龙徽dragonseal

一、所属企业

二、市场定位

三、市场价格

四、产销规模

五、产品风味

六、品牌形象

七、品牌价值

八、品牌忠诚度

第九节 云南红

一、所属企业

二、市场定位

三、市场价格

四、产销规模

五、产品风味

六、品牌形象

七、品牌价值

八、品牌忠诚度

第十节 香格里拉shangeri-la

一、所属企业

二、市场定位

三、市场价格

四、产销规模

五、产品风味

六、品牌形象

七、品牌价值

八、品牌忠诚度

**第七章 中国葡萄酒行业品牌企业策略**

第一节 中国葡萄酒行业品牌的重要性

一、葡萄酒行业品牌化趋势

二、葡萄酒行业品牌的重要性

三、葡萄酒实施品牌战略的意义

第二节 中国葡萄酒行业品牌的机遇与挑战

一、品牌渗透加强的主要驱动因素

二、中国葡萄酒行业品牌的机遇

三、中国葡萄酒行业品牌的挑战

第三节 中国葡萄酒行业品牌竞争能力的提升

一、品牌定位和管理能力

1、选准机会战场

2、明确品牌价值和风格定位

3、高效实现品牌传播

二、商品和供应链协同能力

**图表目录**

图表：国内经济形势

图表：国内政策规划

图表：中国人口结构

图表：中国消费升级

图表：中国居民支出

图表：中国葡萄酒行业发展概况

图表：中国葡萄酒行业市场规模

图表：中国葡萄酒行业产销规模

图表：中国葡萄酒行业进口分析

图表：中国葡萄酒行业出口分析

图表：中国葡萄酒行业进出口前景预测

图表：中国葡萄酒行业市场品牌现状

图表：中国葡萄酒行业市场品牌格局

图表：中国葡萄酒行业市场品牌定位

图表：中国葡萄酒行业品牌在市场中的份额占比

图表：中国葡萄酒行业品牌消费群体

图表：中国葡萄酒行业品牌消费态度

图表：中国葡萄酒行业品牌消费能力

图表：中国葡萄酒行业品牌消费行为变化

图表：中国葡萄酒行业品牌消费需求趋向

图表：中国葡萄酒行业消费者对品牌的认知

图表：中国葡萄酒行业低端品牌产销规模

图表：中国葡萄酒行业中端品牌产销规模

图表：中国葡萄酒行业高端品牌产销规模

图表：中国葡萄酒行业奢侈品牌产销规模

**把握投资 决策经营！**  
**咨询订购 请拨打 400-886-7071 邮件 kf@51baogao.cn**  
本文地址：https://www.51baogao.cn/sc/20190530/120998.shtml

[在线订购>>](https://www.51baogao.cn/sc/20190530/120998.shtml)