

中国葡萄酒流通行业市场深度调研及前景趋势与投资研究报告(2026-2031版)

报告简介

从2012年到2021年，葡萄酒生产规模在收缩，进口葡萄酒数据也呈现出波动的态势。不过，葡萄酒消费作为中国消费者基础相对比较薄弱的品类，近年来依然保持着对新消费者的挖掘，以及产品品质的提升上。在行业生产端，市场集中度逐年提升，盈利能力稳步增强；在行业消费端，消费升级趋势明显，“少喝酒、喝好酒”已经成为消费共识。如今，在产业内外环境影响之下，中国酒业高质量发展大势已定。

从葡萄酒消费量来看，2012-

2019年我国葡萄酒消费量波动下降，但整体消费量高于我国葡萄酒产量，我国葡萄酒市场对于进口依赖较大。2019年，我国葡萄酒消费量约为11.13亿升，较2018年下滑18.10%。2021年，全国规模以上葡萄酒生产企业完成酿酒总产量26.80万千升，同比下降29.08%；累计完成销售收入90.27亿元，与2020年同期相比下降9.79%；累计实现利润总额3.27亿元，与2020年同期相比增长7.64%；亏损企业累计亏损额2.87亿元，比2020年同期下降28.98%。

截至目前，中国葡萄酒业已经经历了连续9年的产能下降。近5年来，各项主要指标更是一路下滑。中国酒业协会葡萄酒分会发布的报告表明，自2017年以来，中国葡萄酒在产能、销售额、利润各个方面都呈下滑趋势。2017年度，我国葡萄酒产能为67.91万千升，销售为318.83亿元，利润为33.83亿元。2021年，我国葡萄酒的产能比之2017年下降了60%，销售额下滑了71%，利润下滑了90%。

近些年，得益于国家经济和酒类市场的快速增长，加上企业的积累和奋斗，酒类流通行业涌现出一批年销售额过10亿元，上百家年销售额过亿元的龙头骨干企业，形成了行业发展的核心力量。随着酒类流通企业人员素质的提升，经营管理的升级，商业模式的更新，新理念、新技术的应用，酒类流通逐渐从传统落后的行业进入到现代化的发展轨道。但是当前酒类流通渠道层级过高，渠道区域性明显，行业结构相对分散落后，这在一定程度上造成了酒类价格较高，不利于监管。

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、国际葡萄与葡萄酒组织、中国酿酒工业协会、中国葡萄酒协会、中国副食流通协会、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

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 行业深度分析

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
- 五、葡萄酒在中国饮料酒产业的品类价值

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 中国葡萄酒行业市场供需形势及进出口分析

第一节 中国葡萄酒行业市场供需平衡分析

一、中国葡萄酒行业市场供给分析

1、中国葡萄种植面积及产量分析

2、中国葡萄酒产量分析

3、十大企业葡萄酒产量占比分析

二、中国葡萄酒行业市场需求分析

1、中国葡萄酒人均消费量分析

2、中国葡萄酒产品需求结构分析

3、中国葡萄酒地区需求差异分析

三、中国葡萄酒行业市场供需平衡分析

第二节 中国葡萄酒行业进出口分析

一、葡萄酒行业出口市场分析

1、行业出口整体情况

2、行业出口总额分析

3、行业出口产品结构

二、葡萄酒行业进口市场分析

1、葡萄酒进口整体情况

2、葡萄酒进口总额分析

3、葡萄酒进口产品结构

三、中国葡萄酒出口面临的挑战及对策

四、葡萄酒行业进出口前景及建议

第三部分 市场全景调研

第七章 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

第八章 中国葡萄酒流通交易模式透析

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、降低成木功能

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

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

第五节 自贸区葡萄酒流通现状分析

- 一、自贸区葡萄酒流通现状及特点
- 二、自贸区葡萄酒流通的优势
- 三、自贸区葡萄酒交易模式
- 四、自贸区葡萄酒流通量及市场规模
- 五、重点自贸区葡萄酒流通分析
 - 1、上海自贸区葡萄酒流通情况
 - 2、广东自贸区葡萄酒流通情况
 - 3、湖北自贸区葡萄酒流通情况
 - 4、四川自贸区葡萄酒流通情况
 - 5、重庆自贸区葡萄酒流通情况

第九章 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

第十一章 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

- 1、现有企业间竞争
- 2、潜在进入者分析
- 3、替代品威胁分析
- 4、供应商议价能力
- 5、客户议价能力
- 6、竞争结构特点总结

二、葡萄酒流通行业swot分析

- 1、葡萄酒流通行业优势分析
- 2、葡萄酒流通行业劣势分析
- 3、葡萄酒流通行业机会分析
- 4、葡萄酒流通行业威胁分析

第二节 葡萄酒流通行业竞争格局分析

- 一、企业竞争格局分析
- 二、市场竞争格局分析

三、产品竞争格局分析

第三节 葡萄酒流通行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

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

第十二章 葡萄酒流通行业领先企业经营分析

第一节 中国葡萄酒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

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

第五部分 投资前景展望

第十三章 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、疫情影响下中国葡萄酒流通市场前景分析

二、2026-2031年葡萄酒流通市场发展前景展望

三、2026-2031年中国进口葡萄酒市场前景展望

四、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、葡萄酒品质消费需求提升

2、葡萄酒产业结构调整加快

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年精品葡萄酒渠道发展趋势预测

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

第十四章 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、葡萄酒流通区域投资机会

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

第十五章 区块链+葡萄酒流通行业发展现状及投资前景分析

第一节 区块链行业发展概况

一、区块链+葡萄酒流通

二、区块链的定义

三、区块链的特点

四、区块链技术发展现状

五、区块链应用趋势

第二节 区块链+葡萄酒流通行业发展分析

一、区块链+葡萄酒流通发展背景

二、区块链对葡萄酒流通行业的影响

三、区块链+葡萄酒流通的核心价值

四、区块链技术解决葡萄酒流通行业痛点

五、疫情之下张裕&腾讯共建区块链溯源

第三节 区块链+葡萄酒流通行业应用案例分析

一、红酒链

二、wine chain

三、everledger

第四节 区块链+葡萄酒流通行业投资前景分析

一、区块链+葡萄酒流通行业投资价值分析

二、区块链+葡萄酒流通行业市场空间预测

三、区块链+葡萄酒流通行业投资收益预测

第六部分 发展战略研究

第十六章 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 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

第十七章 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、后疫情时代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：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年中国葡萄种植面积及产量分析
- 图表：2021-2026年中国市场的葡萄酒品类占比
- 图表：2021-2026年中国葡萄酒人均消费量分析

图表：2021-2026年中国葡萄酒行业出口总额分析

图表：2021-2026年中国葡萄酒行业出口产品结构

图表：2021-2026年中国葡萄酒行业进口总额分析

图表：2021-2026年中国葡萄酒行业进口产品结构

图表：2021-2026年上海外高桥保税区生产总值

图表：2021-2026年上海外高桥保税区财政收入

图表：2021-2026年武汉东湖综合保税区生产总值

图表：2021-2026年武汉东湖综合保税区财政收入

图表：2021-2026年宁波保税区生产总值

图表：2021-2026年宁波保税区财政收入

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年中国葡萄酒行业供给预测

图表：2026-2031年中国葡萄酒行业产量预测

图表：2026-2031年中国葡萄酒市场销量预测

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：305588

本文地址：<https://www.51baogao.cn/baogao/20221104/305588.shtml>

在线订购：[点击这里](#)