

中国葡萄酒行业市场深度分析及竞争格局与发展前景展望研究报告(2024-2029版)

报告简介

2022年，全球葡萄园面积预估730万公顷，略低于2021年(-0.4%)。自2017年以来，全球葡萄园面积趋于稳定，主要原因是中国葡萄园增长放缓，以及欧盟实施的葡萄种植政策。其中，摩尔多瓦、土耳其、西班牙、阿根廷和美国的葡萄园种植面积下降;而法国、印度、俄罗斯和巴西的葡萄园种植面积在增长;中国、意大利、智利、澳大利亚的葡萄园种植面积趋向稳定。2000年-2015年期间，中国的葡萄园面积显著扩张，直到最近几年才有所放缓。2022年，中国的葡萄园面积已位列全球第三位，达78.5万公顷，与2021年几乎持平。

2022年，全球葡萄酒产量258亿升，较2021年下降了1%。总的来说，全球葡萄酒产量已连续四年稳定在260亿升左右。2022年，意大利(49.8亿升)、法国(45.6亿升)、西班牙(35.7亿升)，这三国的产量占全球葡萄酒产量的51%。意大利的产量相对稳定，较2021年下降了1%，法国的产量较2021年增长了21%，西班牙的产量较2021年增长了1%。2022年全球葡萄酒消费量估算为232亿升，较2021年下降了1%。自2018年开始，全球葡萄酒消费量已经开始大幅下降，主要原因是中国的葡萄酒消费量下降。2020年受Covid-19大流行的影响，全球主要葡萄酒市场再次受冲击，下滑趋势加剧。

数据显示，2022年我国葡萄酒消费量预估为8.8亿升，同比下降16%。而2022年全球葡萄酒消费量估算为232亿升，中国葡萄酒消费量在国际市场中显著下滑，占比不足4%。在疫情压抑下，中国的葡萄酒市场大幅收缩，从其他消费来看，疫情开放后，有望释放了巨大的消费潜力。

2020年，我国葡萄酒产业规模以上企业130家，完成酿酒总产量41.33万千升，同比下降6%;完成销售收入100.21亿元，同比下降29.82%;实现利润总额2.59亿元，同比下降74.48%。从国家统计局公布的数据来看，2020年葡萄酒酿酒总产量下降趋势明显。葡萄酒规模性企业数量，对比白酒企业数量占1/10，但销售收入却下降到白酒营收的1/50。

中国作为全球第三大葡萄种植国家，葡萄园面积已达78.5万公顷，在发力葡萄酒产业上，拥有非常坚实的产业基础。2021年全国规模以上企业产量26.80万千升，同比下降29.08%;2022年，全国规上葡萄酒生产企业完成酿酒总产量21.37万千升，同比下降22.12%;销售收入91.92亿元，同比下降2.91%;实现利润3.40亿元，同比下降9.88%。2022年中国葡萄酒市场仍然呈现下跌态势，国产酒与进口酒双双下滑，分别下降22.1%和23.2%，延续了近几年的趋势。

当前，葡萄酒消费普及遭遇了瓶颈。由于在营销中过度强调葡萄酒是舶来品的文化属性，导致葡萄酒消费强调场景、仪式感，苛求品鉴方式和佐餐搭配，给消费者留下了高档但刻板的印象，特别是面对追求简单、轻松、新鲜的年轻消费群体，葡萄酒在多品类竞争中处于劣势，普及受阻。进口葡萄酒近年来也呈现出下降的态势，这也更加印证了葡萄酒在消费端遭遇了瓶颈。

中国葡萄酒在近几年消费升级、渠道下沉的发展中，市场呈现出“头部品牌集中化”与“中小品牌碎片化”并存的格局。经历新冠疫情的影响，短期消费降级在所难免，伴随着消费需求的持续下降与消费购买的更趋理性，经销商在商业选择层面也更加谨慎。葡萄酒市场将在较长一段时间持续下行，会导致大品牌集

中度进程受阻，小品牌震荡中难以生存的现象，这反而对具有一定品牌基因或具备实力背景的企业，创造了崛起的新机会。

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、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、国际葡萄与葡萄酒组织(OIV)、中国酒业协会、中国酒类流通协会、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，对我国葡萄酒及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、竞争替代产品、发展趋势、新产品与技术等进行了分析，并重点分析了我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、企业的发展策略等。报告还对全球的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，是葡萄酒经营、生产企业，服务、投资机构等单位准确了解目前葡萄酒业发展动态，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 葡萄酒行业发展综述

第一节 葡萄酒行业定义

一、行业定义

二、产品成分及功效

三、行业发展历史

第二节 葡萄酒行业分类

一、按酒的颜色分类

二、按含糖量分类

三、按酿造方法分类

四、按酒精含量分类

五、其他分类方法

第三节 葡萄酒行业产业链分析

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、葡萄酒产品成本构成
- 2、葡萄品种构成分析
- 3、葡萄面积和产区分布
- 4、葡萄的质量及栽培特点
- 5、葡萄种植主要存在问题

五、行业下游产业链相关行业分析

- 1、葡萄酒下游行业分布
- 2、零售行业发展状况及影响
- 3、餐饮行业发展状况及影响

第二章 葡萄酒行业市场环境及影响分析 (pest)

第一节 葡萄酒行业政治法律环境(p)

- 一、行业管理体制分析
- 二、行业主要法律法规
- 三、葡萄酒行业标准
- 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
- 二、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 行业社会环境分析(s)

- 一、葡萄酒产业自然环境
- 二、葡萄酒产业消费环境

第四节 行业技术环境分析(t)

一、葡萄酒生产概述

二、葡萄酒发酵工艺

三、葡萄酒贮藏工艺

四、葡萄酒生产工艺

五、葡萄酒酿造工艺

第三章 国际葡萄酒行业发展分析及经验借鉴

第一节 全球葡萄酒市场总体情况分析

一、全球葡萄酒种植面积分析

二、全球葡萄酒行业发展分析

三、全球葡萄酒产量分析

四、全球葡萄酒消费分析

五、全球葡萄酒供需情况分析

六、全球葡萄酒国际贸易分析

七、2023-2027年全球葡萄酒行业发展趋势

第二节 全球主要葡萄酒国家市场分析

一、欧洲

1、欧洲葡萄酒行业分析及发展前景

2、意大利葡萄酒行业分析及市场规模

3、西班牙葡萄酒行业分析及市场规模

4、法国葡萄酒行业分析及市场规模

5、德国葡萄酒行业分析及市场规模

6、英国葡萄酒行业分析及市场规模

二、美国

1、美国葡萄酒行业发展分析

2、美国葡萄酒市场规模分析

3、美国葡萄酒市场前景分析

三、日本

1、日本葡萄酒行业发展分析

2、日本葡萄酒市场规模分析

3、日本葡萄酒市场前景分析

四、南非

1、南非葡萄酒行业发展分析

2、南非葡萄酒市场规模分析

3、南非葡萄酒市场前景分析

五、巴西

1、巴西葡萄酒行业发展分析

2、巴西葡萄酒市场规模分析

3、巴西葡萄酒市场前景分析

六、阿根廷

1、阿根廷葡萄酒行业发展分析

2、阿根廷葡萄酒市场规模分析

3、阿根廷葡萄酒市场前景分析

七、智利

1、智利葡萄酒行业发展分析

2、智利葡萄酒市场规模分析

3、智利葡萄酒市场前景分析

八、澳大利亚

1、澳大利亚葡萄酒行业发展分析

2、澳大利亚葡萄酒市场规模分析

3、澳大利亚葡萄酒市场前景分析

第三节 全球重点葡萄酒酿造品牌在中国的发展分析

一、法国

1、销量及增速

2、成长性

3、未来趋势

二、意大利

1、销量及增速

2、成长性

3、未来趋势

三、西班牙

1、销量及增速

2、成长性

3、未来趋势

四、德国

1、销量及增速

2、成长性

3、未来趋势

五、美国

1、销量及增速

2、成长性

3、未来趋势

六、阿根廷

1、销量及增速

2、成长性

3、未来趋势

七、澳大利亚

1、销量及增速

2、成长性

3、未来趋势

第二部分 市场深度分析

第四章 中国葡萄酒行业运行现状分析

第一节 中国葡萄酒行业发展状况分析

一、中国葡萄酒行业发展阶段

二、中国葡萄酒行业发展总体概况

三、中国葡萄酒行业发展特点分析

四、中国葡萄酒行业商业模式分析

第二节 中国葡萄酒行业市场运行现状分析

一、中国葡萄酒行业市场规模

二、中国葡萄酒产品结构分析

三、中国葡萄酒行业产销分析

四、中国葡萄酒行业利润总额分析

第三节 中国葡萄酒企业发展分析

一、企业数量及增长分析

二、不同规模企业结构分析

三、不同所有制企业结构分析

第四节 中国葡萄酒市场价格走势分析

- 一、葡萄酒市场定价机制组成
- 二、葡萄酒市场价格影响因素
- 三、2019-2023年葡萄酒产品价格走势分析
- 四、2023-2027年葡萄酒产品价格走势预测
- 第五章 2023-2027年中国葡萄酒市场供需形势分析
 - 第一节 中国葡萄酒行业供给情况
 - 一、中国葡萄酒行业产能供给分析
 - 二、中国葡萄酒行业产品产量分析
 - 三、重点企业葡萄酒产能及占有份额
 - 第二节 中国葡萄酒行业需求情况
 - 一、葡萄酒行业需求市场分析
 - 二、葡萄酒行业客户结构分析
 - 三、葡萄酒行业需求的地区差异
 - 第三节 中国葡萄酒行业进出口分析
 - 一、葡萄酒进口市场分析
 - 二、葡萄酒出口市场分析
 - 第四节 中国葡萄酒行业供需情况分析 & 预测
 - 一、2019-2023年葡萄酒行业供需平衡情况分析
 - 二、2023-2027年葡萄酒行业供需平衡变化预测
 - 第五节 葡萄酒行业消费市场分析
 - 一、葡萄酒消费者分析
 - 1、葡萄酒消费群体分类
 - 2、不同收入水平消费者偏好调查
 - 3、不同年龄的消费者偏好调查

4、葡萄酒消费观念分析

二、葡萄酒消费市场分析

1、葡萄酒行业消费特点

2、葡萄酒消费市场分析

3、葡萄酒消费结构分析

4、葡萄酒消费市场变化

三、葡萄酒行业产品的品牌市场调查

1、消费者对行业品牌认知度宏观调查

2、消费者对行业产品的品牌偏好调查

3、消费者对行业品牌的首要认知渠道

4、消费者经常购买的品牌调查

5、葡萄酒行业品牌忠诚度调查

6、葡萄酒行业品牌市场占有率调查

7、消费者的消费理念调研

四、2023-2027年葡萄酒消费趋势分析

1、2023-2027年葡萄酒市场消费潜力分析

2、2023-2027年葡萄酒行业消费趋势分析

第三部分 市场全景调研

第六章 葡萄酒行业上游原料供应分析

第一节 酿酒葡萄发展综述

一、葡萄栽培历史沿革

二、酿酒葡萄品种介绍

三、气候对葡萄种植的影响

四、葡萄树龄对葡萄酒的影响

五、酿酒用葡萄基本架式

第二节 国外酿酒葡萄的分布及生产

一、全球酿酒葡萄的主要种植区

二、欧洲各国酿酒用葡萄分析

三、美国纳帕谷酿酒用葡萄分析

第三节 中国酿酒葡萄的种植及培育

一、酿酒葡萄的分布与面积

二、中国酿酒葡萄品种构成

三、中国酿酒葡萄的质量

四、中国酿酒葡萄栽培的特点

第四节 中国十大葡萄酒产区分析

一、东北产地

二、渤海湾产地

三、沙城产地

四、黄河三角洲产地

五、山西产地

六、银川产地

七、武威产地

八、吐鲁番产地

九、黄河故道产地

十、云南高原产地

第七章 中国葡萄酒子行业市场分析预测

第一节 行业主要产品市场分析预测

一、红葡萄酒市场分析预测

- 1、红葡萄酒特性
- 2、红葡萄酒市场分析
- 3、红葡萄酒零售总量
- 4、红葡萄酒细分产品分析
 - (1)干红葡萄酒市场分析
 - (2)半干红葡萄酒市场分析
 - (3)甜红葡萄酒市场分析
 - (4)半甜红葡萄酒市场分析
- 5、红葡萄酒市场前景预测

二、白葡萄酒市场分析预测

- 1、白葡萄酒特性
- 2、白葡萄酒市场分析
- 3、白葡萄酒零售总量
- 4、白葡萄酒细分产品分析
 - (1)干白葡萄酒市场分析
 - (2)半干白葡萄酒市场分析
 - (3)甜白葡萄酒市场分析
 - (4)半甜白葡萄酒市场分析
- 5、白葡萄酒市场前景预测

第二节 行业热点产品市场分析预测

一、年份葡萄酒市场分析预测

- 1、年份葡萄酒发展概况
- 2、国外年份葡萄酒市场行情
- 3、国内年份葡萄酒市场热点

4、年份葡萄酒市场前景预测

二、庄园葡萄酒市场分析预测

1、庄园葡萄酒发展概况

2、庄园葡萄酒项目建设情况

3、酒庄酒发展建议及策略

4、庄园葡萄酒市场前景预测

第三节 行业等级产品市场分析预测

一、高端葡萄酒市场分析预测

1、高端葡萄酒市场概述

2、高端葡萄酒消费比例

3、高端葡萄酒消费形势

4、高端葡萄酒市场前景预测

二、中低端葡萄酒市场分析预测

1、中低端葡萄酒市场概述

2、中低端葡萄酒消费比例

3、中低端葡萄酒消费形势

4、中低端葡萄酒市场前景预测

第四节 行业国别产品市场分析预测

一、国产葡萄酒市场分析预测

1、国产葡萄酒市场现状

2、国产葡萄酒市场份额

3、国产葡萄酒市场供需分析

4、国产葡萄酒市场前景预测

二、进口葡萄酒市场分析预测

- 1、进口葡萄酒市场现状
- 2、进口葡萄酒市场份额
- 3、进口葡萄酒市场供需分析
- 4、进口葡萄酒市场前景预测

第五节 行业其他产品市场分析预测

- 一、冰葡萄酒市场分析预测
- 二、山葡萄酒市场分析预测
- 三、起泡葡萄酒市场分析预测
- 四、桃红葡萄酒市场分析预测
- 五、新型葡萄酒市场分析预测

第八章 中国葡萄酒行业营销趋势及策略分析

第一节 葡萄酒行业主要销售模式分析

- 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 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

第四节 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、子品牌/副品牌开发策略分析

四、商务/政务宴会推广策略分析

五、文化营销传播策略分析

第五节 葡萄酒品牌营销策略分析

一、葡萄酒品牌的价值分析

二、中国葡萄酒品牌营销误区

三、中国葡萄酒副品牌的开发策略

四、葡萄酒高端产品品牌策略分析

五、国产葡萄酒品牌的营销策略分析

第六节 未来葡萄酒营销环境分析

一、产业链条全球化

二、资本运营频繁化

三、体验会所普遍化

四、产品开发规范化

第四部分 竞争格局分析

第九章 2023-2027年葡萄酒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、葡萄酒行业竞争结构分析

二、葡萄酒行业swot分析

1、葡萄酒行业优势分析

2、葡萄酒行业劣势分析

3、葡萄酒行业机会分析

4、葡萄酒行业威胁分析

三、现阶段国产葡萄酒的竞争优势

第二节 葡萄酒行业竞争格局分析

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 葡萄酒行业并购重组分析

一、跨国公司在华投资兼并与重组分析

二、本土企业投资兼并与重组分析

三、行业投资兼并与重组趋势分析

第五节 葡萄酒市场竞争策略分析

一、成本领先战略

二、差异化战略

三、专一化战略

第十章 葡萄酒行业领先企业经营形势分析

第一节 烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品结构分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业品牌发展分析
- 五、企业销售渠道及网络
- 六、企业产业布局分析

第二节 中法合营王朝葡萄酒有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品结构分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业品牌发展分析
- 五、企业销售渠道及网络
- 六、企业产业布局分析

第三节 通化葡萄酒股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品结构分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业品牌发展分析
- 五、企业销售渠道及网络
- 六、企业产业布局分析

第四节 威龙葡萄酒股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品结构分析
- 三、企业经营情况分析

四、企业品牌发展分析

五、企业销售渠道及网络

六、企业产业布局分析

第五节 甘肃莫高实业发展股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品结构分析

三、企业经营情况分析

四、企业品牌发展分析

五、企业销售渠道及网络

六、企业产业布局分析

第六节 甘肃皇台酒业股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品结构分析

三、企业经营情况分析

四、企业品牌发展分析

五、企业销售渠道及网络

六、企业产业布局分析

第七节 中国长城葡萄酒有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品结构分析

三、企业经营情况分析

四、企业品牌发展分析

五、企业销售渠道及网络

六、企业产业布局分析

第八节 中信国安葡萄酒业股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品结构分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业品牌发展分析
- 五、企业销售渠道及网络
- 六、企业产业布局分析

第九节 贵州茅台酒厂(集团)昌黎葡萄酒业有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品结构分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业品牌发展分析
- 五、企业销售渠道及网络
- 六、企业产业布局分析

第十节 北京丰收葡萄酒有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品结构分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业品牌发展分析
- 五、企业销售渠道及网络
- 六、企业产业布局分析

第五部分 发展前景展望

第十一章 2023-2027年葡萄酒行业前景及趋势预测

第一节 2023-2027年葡萄酒市场发展前景

一、2023-2027年葡萄酒市场发展潜力分析

二、2023-2027年葡萄酒市场发展前景展望

三、2023-2027年葡萄酒细分行业发展前景

1、红葡萄酒发展前景分析

2、进口葡萄酒发展前景分析

3、年份葡萄酒发展前景分析

第二节 2023-2027年葡萄酒市场发展趋势预测

一、2023-2027年葡萄酒行业发展趋势

二、2023-2027年葡萄酒市场规模预测

三、2023-2027年细分市场发展趋势预测

四、国产葡萄酒品牌市场发展趋势分析

五、后疫情时代葡萄酒市场发展趋势

第三节 2023-2027年中国葡萄酒行业供需预测

一、2023-2027年中国葡萄酒行业供给预测

二、2023-2027年中国葡萄酒行业产量预测

三、2023-2027年中国葡萄酒市场销量预测

四、2023-2027年中国葡萄酒行业需求预测

五、2023-2027年中国葡萄酒行业供需平衡预测

第十二章 2023-2027年葡萄酒行业投资特性及风险防范

第一节 葡萄酒行业投资特性分析

一、葡萄酒行业进入壁垒分析

二、葡萄酒行业盈利因素分析

三、葡萄酒行业盈利模式分析

第二节 葡萄酒行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、兼并重组情况分析

三、葡萄酒行业投资现状分析

第三节 葡萄酒投资渠道分析

一、购买葡萄酒债券

二、葡萄酒经纪人服务

三、葡萄酒基金

四、期酒

五、个人收藏

第四节 2023-2027年葡萄酒行业投资机会

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、葡萄酒行业投资机遇

第五节 2023-2027年葡萄酒行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、其他风险及防范

第六节 中国葡萄酒行业投资建议

一、葡萄酒行业未来发展方向

二、葡萄酒行业主要投资建议

三、中国葡萄酒企业融资分析

第六部分 发展战略研究

第十三章 葡萄酒行业案例分析研究

第一节 葡萄酒行业电子商务案例分析

一、酒类电商案例分析

二、葡萄酒营销案例

三、进口葡萄酒企业电子商务运营探究

四、“互联网+”时代下葡萄酒跨境电商案例

第二节 葡萄酒行业经营管理案例分析

一、传统的专业销售商：骏德

二、葡萄酒体验式实体店：送酒侠

三、国家或产区酒业联盟推广：朗歌国际

四、国际葡萄酒资源整合运营平台：大周酒业

五、机会贸易：葡萄酒经销商

六、单一品牌运营：castel系列产品代理商

七、品牌平台运营：建发酒业

八、进口酒商服务平台：杭州永裕

第三节 葡萄酒行业营销案例分析

一、张裕葡萄酒营销环境分析

二、张裕swot分析

三、张裕营销目标及定位

四、张裕营销策略存在的问题

五、张裕葡萄酒公司营销策略

第十四章 葡萄酒行业投资战略及发展建议

第一节 对中国葡萄酒品牌的战略思考

- 一、葡萄酒品牌的重要性
- 二、葡萄酒实施品牌战略的意义
- 三、葡萄酒企业品牌的现状分析
- 四、中国葡萄酒企业的品牌战略
- 五、葡萄酒品牌战略管理的策略

第二节 葡萄酒经营策略分析

- 一、葡萄酒市场细分策略
- 二、葡萄酒市场创新策略
- 三、品牌定位与品类规划
- 四、葡萄酒新产品差异化战略

第三节 葡萄酒行业投资战略研究

- 一、2023-2027年葡萄酒行业投资战略
- 二、2023-2027年葡萄酒子行业投资战略
- 三、2023-2027年葡萄酒经营者投资战略

第四节 中国葡萄酒行业研究结论及发展建议

- 一、葡萄酒行业研究结论及建议
- 二、葡萄酒子行业研究结论及建议
- 三、中道泰和葡萄酒行业发展建议
 - 1、行业发展策略建议
 - 2、行业投资方向建议
 - 3、行业投资方式建议

图表目录

图表：葡萄酒行业生命周期

- 图表：葡萄酒行业产业链结构
- 图表：2019-2023年全球葡萄园面积变化情况
- 图表：2019-2023年全球葡萄酒产量变化
- 图表：2019-2023年全球葡萄酒消费量变化趋势
- 图表：2019-2023年全球主要葡萄酒消费国及人均消费量
- 图表：2019-2023年全球葡萄酒出口量变化
- 图表：全球主要葡萄酒出口国(按出口值)
- 图表：全球主要葡萄酒进口国(按进口量)
- 图表：2019-2023年全球葡萄酒行业市场规模
- 图表：2019-2023年中国葡萄酒行业市场规模
- 图表：2019-2023年葡萄酒行业工业销售产值
- 图表：2019-2023年葡萄酒行业利润总额
- 图表：2019-2023年葡萄酒行业主营业务收入
- 图表：2019-2023年葡萄酒行业产量分析
- 图表：2019-2023年葡萄酒行业需求分析
- 图表：2019-2023年葡萄酒行业进口数据
- 图表：2019-2023年葡萄酒行业出口数据
- 图表：葡萄酒销售渠道一览
- 图表：2019-2023年葡萄酒市场消费总额
- 图表：2023-2027年全球葡萄酒产量预测
- 图表：2023-2027年中国葡萄酒产量预测
- 图表：2023-2027年中国葡萄产量预测
- 图表：2023-2027年葡萄酒工业销售产值预测
- 图表：2023-2027年葡萄酒工业产成品预测

图表：2023-2027年葡萄酒工业总资产预测

图表：2023-2027年葡萄酒工业负债预测

图表：2023-2027年葡萄酒工业主营业务收入预测

图表：2023-2027年葡萄酒市场消费能力预测

图表：2023-2027年红葡萄酒零售容量预测

图表：2023-2027年白葡萄酒零售容量预测

图表：2023-2027年葡萄酒市场消费总额预测

把握投资 决策经营！

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

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/baogao/20230921/461933.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)