

# 2018-2024年中国干红葡萄酒市场全景评估及战略咨询报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制  
[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

## 一、报告报价

《2018-2024年中国干红葡萄酒市场全景评估及战略咨询报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.chinairr.org/report/R07/R0701/201803/30-256885.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: [sales@chyxx.com](mailto:sales@chyxx.com)

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

报告目录：

第一章干红葡萄酒产品特性 16

第一节产品分类 16

第二节产品发展社会背景 17

第三节产品原理 21

第四节产业链概述 24

一、产业链模型介绍 24

二、干红葡萄酒产业链模型分析 27

第二章干红葡萄酒市场分析 28

第一节国际干红葡萄酒市场发展总体概况 28

一、国际现状分析 28

二、主要国家和地区情况 30

三、国际发展趋势分析 32

四、2013-2017年国际干红葡萄酒发展概况 33

第二节我国干红葡萄酒市场的发展状况 35

一、我国干红葡萄酒市场发展基本情况 35

二、干红葡萄酒市场的总体现状 37

三、干红葡萄酒行业发展中存在的问题 38

四、2013-2017年我国干红葡萄酒行业发展回顾 41

第三章干红葡萄酒行业所处生命周期 47

第一节生命周期 47

第二节干红葡萄酒行业技术变革与产品革新 49

一、技术变革可能会改变行业竞争格局 49

二、产品革新能力是竞争力的重要组成部分 50

第三节差异化 / 同质化分析 50

一、目前市场竞争对产品差异化提出更高要求 50

二、产品个性化是行业远离战火的武器 50

三、干红葡萄酒的个性化空间很大 51

#### 第四节进入 / 退出难度分析 51

##### 一 . 干红葡萄酒市场进入壁垒 51

##### 二 . 可以选择不同方式进入 52

#### 第四章中国干红葡萄酒销售状况分析 53

##### 第一节干红葡萄酒国内营销模式分析 53

##### 第二节干红葡萄酒国内分销商形态分析 53

##### 第三节干红葡萄酒国内销售渠道分析 54

##### 第四节干红葡萄酒行业国际化营销模式分析 55

##### 第五节干红葡萄酒重点销售区域分析 57

##### 第六节 2013-2017年市场供需现状分析 58

##### 第七节 2018-2024年行业发展前景预测 58

##### 第八节 2018-2024年行业投资质战略预测 59

#### 第五章干红葡萄酒的生产分析 60

##### 第一节行业生产规模及增长速度 60

##### 第二节产业地区分布情况 61

##### 第三节优势企业产品价格策略 61

##### 第四节行业生产所面临的几个问题 61

##### 第五节未来几年行业产量变化趋势 62

##### 第六节干红葡萄酒营销策略分析 62

##### 第七节干红葡萄酒行业广告与促销方式分析 63

###### 一、主要的广告媒体 63

###### 二、主要的广告媒体的优/缺点分析 63

#### 第六章干红葡萄酒市场渠道分析 77

##### 第一节渠道对行业至关重要 77

##### 第二节市场渠道格局 78

##### 第三节销售渠道形式 78

##### 第四节销售渠道要素对比 79

##### 第五节对竞争对手渠道策略的研究 81

## 第七章干红葡萄酒行业品牌分析 83

### 第一节品牌数量分析 83

### 第二节品牌推广策略分析 88

### 第三节品牌首要认知渠道分析 89

### 第四节消费者对干红葡萄酒品牌认知度宏观调查 90

### 第五节消费者对干红葡萄酒品牌偏好调查 90

## 第八章干红葡萄酒用户分析 92

### 第一节用户认知程度 92

### 第二节用户关注的因素 92

- 一、用户对干红葡萄酒不同功能各有需求 92
- 二、用户普遍关注干红葡萄酒质量 93
- 三、价格与用户心理预期已比较接近 93
- 四、产品设计与用户使用习惯尚有一定距离 94

## 第九章中国干红葡萄酒产品价格分析 95

### 第一节中国干红葡萄酒历年平均价格回顾 95

### 第二节中国干红葡萄酒当前市场价格 95

- 一、产品市场价格驱动因素分析 95
- 二、产品未来价格预测 97

### 第三节中国干红葡萄酒价格影响因素分析 97

- 一、我国总体经济环境走势分析 97
- 二、国家宏观调控政策分析 99
- 三、干红葡萄酒市场国家宏观发展规划调控影响 106

## 第十章行业运行状况分析 120

### 第一节行业情况背景 120

- 一、参与调查企业及其分布情况 120
- 二、典型企业介绍 120

### 第二节总体效益运行状况 121

- 一、总体销售效益 121
- 二、2013-2017年干红葡萄酒行业总体盈利能力 121

三、2013-2017年干红葡萄酒行业总体税收能力	122
四、2013-2017年干红葡萄酒行业市场总体产值能力	123
第三节不同地区行业效益状况对比	124
一、不同地区销售效益状况对比	124
二、不同地区行业盈利能力状况对比	125
三、不同地区行业税收能力状况对比	125
四、不同地区行业产值状况对比	126
第四节类型运行效益对比	126
一、行业不同类型销售效益状况对比	126
二、不同类型盈利能力状况对比	127
三、不同类型税收能力状况对比	128
四、不同类型产值状况对比	128
第五节规模运行效益对比	129
一、行业不同规模销售效益状况对比	129
二、不同规模盈利能力状况对比	129
三、不同规模税收能力状况对比	130
四、不同规模产值状况对比	131

## 第十一章干红葡萄酒国内重点生产厂家分析 132

### 第一节烟台路易斯特葡萄酒有限公司 132

- 一、企业基本概况 132
- 二、公司主要财务指标分析 132
- 三、企业成本费用指标 135

### 第二节河南南国葡萄酒业有限公司 138

- 一、企业基本概况 138
- 二、公司主要财务指标分析 139
- 三、企业成本费用指标 142

### 第三节燕山长城葡萄酿酒有限公司 145

- 一、企业基本概况 145
- 二、公司主要财务指标分析 146
- 三、企业成本费用指标 149

### 第四节烟台玫瑰庄园酒业有限公司 152

一、企业基本概况 152

二、公司主要财务指标分析 152

三、企业成本费用指标 155

第五节贵州茅台酒厂(集团)昌黎葡萄酒业有限公司 158

一、企业基本概况 158

二、公司主要财务指标分析 159

三、企业成本费用指标 162

第十二章 2018-2024年干红葡萄酒行业发展趋势及投资风险分析 166

第一节当前干红葡萄酒存在的问题 166

第二节干红葡萄酒未来发展预测分析 166

一、中国干红葡萄酒发展方向分析 166

二、2018-2024年中国干红葡萄酒行业发展规模 166

二、2018-2024年中国干红葡萄酒行业发展规模 167

三、2018-2024年中国干红葡萄酒行业投资发展趋势预测 167

第三节 2018-2024年中国干红葡萄酒行业投资风险分析 168

一、市场竞争风险 168

二、原材料压力风险分析 168

三、技术风险分析 168

四、政策和体制风险 169

五、外资进入现状及对未来市场的威胁 169

第十三章行业项目投资建议 170

第一节干红葡萄酒技术应用注意事项 170

第二节项目投资注意事项 171

第三节干红葡萄酒生产开发注意事项 173

第四节干红葡萄酒销售注意事项 174

第十四章2018-2024年中国干红葡萄酒行业发展预测分析 176

第一节 2018-2024年国内干红葡萄酒产业宏观预测 176

一、2018-2024年我国干红葡萄酒行业宏观预测 176

1、2018-2024年中国固定资产投资预测 176

2、2018-2024年中国国际贸易预测	176
二、2018-2024年干红葡萄酒工业发展展望	178
三、2018-2024年干红葡萄酒业发展状况预测分析	180
第二节 2018-2024年中国干红葡萄酒市场趋势分析	180
一、2013-2017年干红葡萄酒市场趋势总结	180
二、2018-2024年干红葡萄酒企业资本结构发展趋势分析	181
1、干红葡萄酒企业国内资本市场的运作建议	181
2、干红葡萄酒企业海外资本市场的运作建议	187
三、2018-2024年干红葡萄酒市场发展空间	187
四、2018-2024年干红葡萄酒市场战略	187
1、战略综合规划	187
2、技术开发战略	188
3、区域战略规划	188
4、产业战略规划	188
5、营销品牌战略	191
6、竞争战略规划	191

## 第十五章干红葡萄酒行业投资风险预警 192 (ZY LII)

### 第一节影响干红葡萄酒行业发展的主要因素 192

一、2017年影响干红葡萄酒行业运行的有利因素	192
二、2017年影响干红葡萄酒行业运行的稳定因素分析	192
三、2017年影响干红葡萄酒行业运行的不利因素分析	193
四、2017年我国干红葡萄酒行业发展面临的挑战分析	194
五、2017年我国干红葡萄酒行业发展面临的机遇分析	194

### 第二节干红葡萄酒行业专家投资风险预警 195

一、2018-2024年干红葡萄酒行业市场风险及控制策略	195
二、2018-2024年干红葡萄酒行业政策风险及控制策略	195
三、2018-2024年干红葡萄酒行业经营风险及控制策略	196
四、2018-2024年干红葡萄酒行业技术风险及控制策略	196
五、2018-2024年干红葡萄酒同业竞争风险及控制策略	196
六、2018-2024年干红葡萄酒行业其他风险及控制策略	197 (ZY LII)



## 图表目录：

图表 1 产业链形成模式示意图	25
图表 2 干红葡萄酒的产业链结构图	27
图表 3 干红葡萄酒产业行业所处生命周期示意图	47
图表 4 行业生命周期、战略及其特征	48
图表 5 2011-2016年我国干红葡萄酒市场供需现状分析	58
图表 6 2018-2024年干红葡萄酒行业投资方向预测	59
图表 7 2011-2016年我国干红葡萄酒生产规模分析	60
图表 8 2016年干红葡萄酒产业地区分布情况	61
图表 9 2018-2024年干红葡萄酒行业产量预测	62
图表 10 消费者对干红葡萄酒品牌认知度宏观调查	90
图表 11 消费者对干红葡萄酒的品牌偏好调查	90
图表 12 不同收入水平消费者偏好调查	92
图表 13 2017年1-6月我国干红葡萄酒市场不同因素的价格影响力对比	96
图表 14 2016年gdp初步核算数据	97
图表 15 2011-2016年gdp环比增长速度	97
图表 16 2017年1季度gdp初步核算数据	98
图表 17 2017年1季度gdp环比增长速度	98
图表 18 参与调查企业分布情况	120
图表 19 2012-2016年我国干红葡萄酒行业销售收入增长分析	121
图表 20 2012-2016年我国干红葡萄酒行业利润增长分析	121
图表 21 2012-2016年我国干红葡萄酒行业总体税收分析	122
图表 22 2012-2016年我国干红葡萄酒行业总体产值分析	123
图表 23 2016年中国干红葡萄酒制品行业不同地区行业销售收入所占比重	124
图表 24 2016年中国干红葡萄酒制品行业不同地区行业利润所占比重	125
图表 25 2016年中国干红葡萄酒制品行业不同地区行业税收所占比重	125
图表 26 2016年中国干红葡萄酒制品行业不同地区行业产值所占比重	126
图表 27 2016年中国干红葡萄酒制品行业不同类型销售收入所占比重分析	126
图表 28 2016年中国干红葡萄酒行业不同类型利润状况对比分析	127
图表 29 2016年中国干红葡萄酒行业不同类型税收状况对比分析	128
图表 30 2016年干红葡萄酒行业不同类型产值状况对比分析	128

略&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R07/R0701/201803/30-256885.html>