

2018-2024年中国干红葡萄酒市场全景调查与发展前景报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2018-2024年中国干红葡萄酒市场全景调查与发展前景报告》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/R0701/201806/21-264849.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

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

干红葡萄酒是指葡萄酒在酿造后，酿酒原料（葡萄汁）中的糖分完全转化成酒精，残糖量小于或等于4.0g/L的红葡萄酒。

2016年12月全国葡萄酒产量为13.3万千升，较上年同期减少2.9%。2016年，12月份葡萄酒的产量最多。葡萄酒产量为连续第4年减少。2016年，在全国葡萄酒产量减少的同时，进口量却得到了增加，据最新海关数据显示，2016年，中国进口葡萄酒总量约为6.38亿升，同比增长15%；总额约为23.64亿美元，同比增长16.3%；平均价格为3.71美元/升，同比增长1%。2016年2月至12月我国葡萄酒产量统计

时间	葡萄酒产量_当期值(万千升)		葡萄酒产量_同比增长(%)		葡萄酒产量_累计值(万千升)	葡萄酒产量_累计增长(%)
2016年12月	13.3	-2.9	-2.1	113.7	-0.6	16.4
2016年11月	12.3	-2.9	-2.1	101.4	-0.6	16.4
2016年10月	10.2	-2.9	-2.1	89.1	-0.6	16.4
2016年9月	9.6	-2.9	-2.1	78.9	-0.6	16.4
2016年8月	6	-2.9	-2.1	69	-0.6	16.4
2016年7月	9.9	-2.9	-2.1	59	-0.6	16.4
2016年6月	4.1	-2.9	-2.1	4.1	-0.6	16.4
2016年5月	4.9	-2.9	-2.1	4.9	-0.6	16.4
2016年4月	14.1	-2.9	-2.1	4.6	-0.6	16.4
2016年3月	33.3	-2.9	-2.1	4.1	-0.6	16.4
2016年2月	10.1	-2.9	-2.1	26.7	-0.6	16.4

2016年12月全国葡萄酒的产量为13.3万千升，达到全年的顶峰，但与2015年同期相比，其产量仍然下降了将近3%。

中国产业研究报告网发布的《2018-2024年中国干红葡萄酒市场全景调查与发展前景报告》依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值

！

中国产业研究报告网是国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：第一章 干红葡萄酒行业相关基础概述及研究机构1.1 干红葡萄酒的定义及分类1.1.1 干红葡萄酒的界定1.1.2 干红葡萄酒的品鉴1.1.3 干红葡萄酒产品分类1.2 干红葡萄酒行业特点分析1.2.1 市场特点分析1.2.2 行业经济特性1.2.3 行业发展周期分析1.2.4 行业进入风险1.2.5 行业成熟度分析 第二章 2017年中国干红葡萄酒行业市场发展环境分析2.1 中国干红葡萄酒行业经济环境分析2.1.1 中国经济运行情况1、国民经济运行情况GDP2、消费价格指数CPI、PPI3、全国居民收入情况4、恩格尔系数5、工业发展形势6、酿酒工业发展现状2.1.2 经济环境对行业的影响分析2.2 中国干红葡萄酒行业政策环境分析2.2.1 行业监管环境1、中国轻工业联合会2、国家酒类及饮料质量监督检验中心2.2.2 行业政策分析1、《中华人民共和国食品安全法》2、《食品标识管理规定》3、《食品安全国家标准预包装食品标签通则》（GB 7718­2011）4、《预包装饮料酒标签通则》（GB 10344­2005）5、《食品安全国家标准蒸馏酒及其配制酒》（GB 2757­2012）2.2.3 政策环境对行业的影响分析2.3 中国干红葡萄酒行业社会环境分析2.3.1 行业社会环境1、人口环境分析2、饮酒文化分析3、消费升级分析4、个性化消费分析5、饮酒低度化趋势分析6、消费升级发展趋势分析7、大众消费趋势分析2.3.2 社会环境对行业的影响分析2.4 中国干红葡萄酒行业技术环境分析2.4.1 干红葡萄酒酿造工艺分析1、酿造工艺流程分析2、中国干红葡萄酒行业新工艺研究2.4.2 地理环境对干红葡萄酒品质的影响分析 第三章 中国干红葡萄酒行业上、下游产业链分析3.1 干红葡萄酒行业产业链概述3.1.1 产业链定义3.1.2 干红葡萄酒行业产业链3.2 干红葡萄酒行业上游-葡萄种植产业发展分析3.2.1 葡萄种植产业发展现状3.2.2 葡萄产业供给分析3.2.3 葡萄供给价格分析3.2.4 主要葡萄供给区域分析3.3 干红葡萄酒行业下游-经销商情况分析3.3.1 干红葡萄酒经销商发展现状3.3.2 干红葡萄酒经销商规模情况3.3.3 干红葡萄酒经销商区域分布3.4 干红葡萄酒行业消费者消费情况分析3.4.1 居民人均干红葡萄酒消费情况3.4.2 干红葡萄酒消费者地域分布情况3.4.3 消费升级下的干红葡萄酒消费市场3.4.4 干红葡萄酒消费者品牌忠诚度分析 第四章 国际干红葡萄酒行业市场发展分析4.1 2014-2017年国际干红葡萄酒行业发展现状4.1.1 国际干红葡萄酒行业发展现状4.1.2 国际干红葡萄酒行业发展规模4.2 2014-2017年国际干红葡萄酒市场需求研究4.2.1 国际干红葡萄酒市场需求特点4.2.2 国际干红葡萄酒市场需求结构4.2.3 国际干红葡萄酒市场需求规模4.3 2014-2017年国际区域干红葡萄酒行业研究4.3.1 欧洲4.3.2 美国4.3.3 日韩4.4 国际著名干红葡萄酒品牌分析4.4.1 罗曼尼-康帝(Romane Conti)4.4.2 梅洛(Merlot)4.2.3 Le Pin4.2.4 Pauillac4.2.5 瓦朗德鲁酒庄4.5 2018-2024年国际干红葡萄酒行业发展展望4.5.1 国际干红葡萄酒行业发展趋势4.5.2 国际干

红葡萄酒行业规模预测4.5.3 国际干红葡萄酒行业发展机会 第五章 2014-2017年中国干红葡萄酒行业发展概述5.1 中国干红葡萄酒行业发展状况分析5.1.1 中国干红葡萄酒行业发展阶段5.1.2 中国干红葡萄酒行业发展总体概况5.1.3 中国干红葡萄酒行业发展特点分析5.2 2014-2017年干红葡萄酒行业发展现状5.2.1 2014-2017年中国干红葡萄酒行业发展热点5.2.2 2014-2017年中国干红葡萄酒行业发展现状5.2.3 2014-2017年中国干红葡萄酒企业发展分析5.3 中国干红葡萄酒行业细分市场概况5.3.1 白干红葡萄酒市场1、白干红葡萄酒市场现状分析2、白干红葡萄酒市场规模分析3、白干红葡萄酒市场前景分析5.3.2 红干红葡萄酒市场1、红干红葡萄酒市场现状分析2、红干红葡萄酒市场规模分析3、红干红葡萄酒市场前景分析5.3.3 桃红干红葡萄酒市场1、桃红干红葡萄酒市场现状分析2、桃红干红葡萄酒市场规模分析3、桃红干红葡萄酒市场前景分析5.4 重点干红葡萄酒企业市场份额分析5.5 干红葡萄酒行业市场集中度分析5.6 中国干红葡萄酒终端市场运作分析5.6.1 产品选择和客户管理5.6.2 公关和培训5.6.3 促销和客户服务5.6.4 激励政策5.6.5 物流管控5.6.6 理货管理和回款管理5.7 干红葡萄酒市场同质化竞争严重5.7.1 品牌泛滥弱化品牌形象5.7.2 价格体系混乱导致终端价格竞争激烈5.7.3 包装雷同及包装浮夸5.7.4 市场发展方向与居民消费需求脱节5.8 中国干红葡萄酒行业发展问题及对策建议5.8.1 中国干红葡萄酒行业发展制约因素5.8.2 中国干红葡萄酒行业存在问题分析5.8.3 中国干红葡萄酒行业发展对策建议 第六章 中国干红葡萄酒行业运行指标分析及预测6.1 中国干红葡萄酒行业企业数量分析6.1.1 2014-2017年中国干红葡萄酒行业企业数量情况6.1.2 2014-2017年中国干红葡萄酒行业企业竞争结构6.2 中国干红葡萄酒行业生产成本构成分析6.3 2014-2017年中国干红葡萄酒行业财务指标总体分析6.3.1 行业盈利能力分析6.3.2 行业偿债能力分析6.3.3 行业营运能力分析6.3.4 行业发展能力分析6.3.5 财务指标总体情况分析6.4 中国干红葡萄酒行业市场规模分析及预测6.4.1 2014-2017年中国干红葡萄酒行业市场规模分析6.4.2 2018-2024年中国干红葡萄酒行业市场规模预测6.5 中国干红葡萄酒行业市场供需分析及预测6.5.1 中国干红葡萄酒行业市场供给分析1、2014-2017年中国干红葡萄酒行业供给规模分析2、2018-2024年中国干红葡萄酒行业供给规模预测6.5.2 中国干红葡萄酒行业市场需求分析1、2014-2017年中国干红葡萄酒行业需求规模分析2、2018-2024年中国干红葡萄酒行业需求规模预测 第七章 中国互联网+干红葡萄酒行业发展现状及前景7.1 互联网给干红葡萄酒行业带来的冲击和变革分析7.1.1 互联网时代干红葡萄酒行业大环境变化分析7.1.2 互联网给干红葡萄酒行业带来挑战及机遇分析7.1.3 互联网时代干红葡萄酒营销模式变革分析7.1.4 互联网时代干红葡萄酒销售渠道变革分析7.2 中国互联网+干红葡萄酒行业市场发展现状分析7.2.1 中国互联网+干红葡萄酒行业投资布局分析1、中国互联网+干红葡萄酒行业投资切入方式2、中国互联网+干红葡萄酒行业投资规模分析3、中国互联网+干红葡萄酒行业投资业务布局7.2.2 干红葡萄酒行业目标客户互联网渗透率分析7.2.3 中国互联网+干红葡萄酒行业市场规模分析7.2.4 中国互联网+干红葡萄酒行业竞争格局分析1、中国互

联网+干红葡萄酒行业参与者结构2、中国互联网+干红葡萄酒行业竞争者类型3、中国互联网+干红葡萄酒行业市场占有率7.2.5 中国干红葡萄酒电商平台分析1、酒仙网2、酒美网3、网酒网4、酒库网5、19196、京东7、天猫8、亚马逊7.2.6 中国干红葡萄酒企业互联网战略案例分析7.3 中国互联网+干红葡萄酒行业市场前景分析7.3.1 中国互联网+干红葡萄酒行业市场增长动力分析7.3.2 中国互联网+干红葡萄酒行业市场发展瓶颈剖析7.3.3 中国互联网+干红葡萄酒行业市场发展趋势分析 第八章 中国干红葡萄酒行业消费市场调查8.1 干红葡萄酒市场消费需求分析8.1.1 干红葡萄酒市场的消费需求变化8.1.2 干红葡萄酒行业的需求情况分析8.1.3 干红葡萄酒品牌市场消费需求分析8.2 干红葡萄酒消费市场状况分析8.2.1 干红葡萄酒行业消费特点8.2.2 干红葡萄酒行业消费结构分析8.2.3 干红葡萄酒行业消费的市场变化8.2.4 干红葡萄酒市场的消费方向8.3 干红葡萄酒行业产品的品牌市场调查8.3.1 消费者对行业品牌认知度宏观调查8.3.2 消费者对行业产品的品牌偏好调查8.3.3 消费者对行业品牌的首要认知渠道8.3.4 干红葡萄酒行业品牌忠诚度调查8.3.5 消费者的消费理念调研 第九章 中国干红葡萄酒行业市场竞争格局分析9.1 中国干红葡萄酒行业竞争格局分析9.1.1 干红葡萄酒行业区域分布格局9.1.2 干红葡萄酒行业企业规模格局9.1.3 干红葡萄酒行业企业性质格局9.2 中国干红葡萄酒行业竞争五力分析9.2.1 干红葡萄酒行业上游议价能力9.2.2 干红葡萄酒行业下游议价能力9.2.3 干红葡萄酒行业新进入者威胁9.2.4 干红葡萄酒行业替代产品威胁9.2.5 干红葡萄酒行业现有企业竞争9.3 中国干红葡萄酒行业竞争SWOT分析9.3.1 干红葡萄酒行业优势分析（S）9.3.2 干红葡萄酒行业劣势分析（W）9.3.3 干红葡萄酒行业机会分析（O）9.3.4 干红葡萄酒行业威胁分析（T）9.4 中国干红葡萄酒行业竞争策略建议 第十章 中国干红葡萄酒行业领先企业竞争力分析10.1 烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司10.1.1 企业发展基本情况10.1.2 企业经营情况分析10.1.3 企业发展战略分析10.2 中粮华夏长城干红葡萄酒有限公司10.2.1 企业发展基本情况10.2.2 企业经营情况分析10.2.3 企业发展战略分析10.3 王朝葡萄酿酒有限公司10.3.1 企业发展基本情况10.3.2 企业经营情况分析10.3.3 企业发展战略分析10.4 威龙干红葡萄酒股份有限公司10.4.1 企业发展基本情况10.4.2 企业经营情况分析10.4.3 企业发展战略分析10.5 甘肃莫高实业发展股份有限公司10.5.1 企业发展基本情况10.5.2 企业经营情况分析10.5.3 企业发展战略分析10.6 中信国安干红葡萄酒业股份有限公司10.6.1 企业发展基本情况10.6.2 企业经营情况分析10.6.3 企业发展战略分析10.7 通化干红葡萄酒股份有限公司10.7.1 企业发展基本情况10.7.2 企业经营情况分析10.7.3 企业发展战略分析10.8 北京龙徽酿酒有限公司10.8.1 企业发展基本情况10.8.2 企业经营情况分析10.8.3 企业发展战略分析10.9 云南高原干红葡萄酒有限公司10.9.1 企业发展基本情况10.9.2 企业经营情况分析10.9.3 企业发展战略分析10.10 香格里拉酒业股份有限公司10.10.1 企业发展基本情况10.10.2 企业经营情况分析10.10.3 企业发展战略分析 第十一章 2018-2024年中国干红葡萄酒行业发展趋势与投资机会研究11.1 2018-2024年中国干红葡萄酒行业市场发展潜力分析11.1.1 中国

干红葡萄酒行业市场空间分析11.1.2 中国干红葡萄酒行业竞争格局变化11.1.3 中国干红葡萄酒行业互联网+前景11.2 2018-2024年中国干红葡萄酒行业发展趋势分析11.2.1 中国干红葡萄酒行业品牌格局趋势11.2.2 中国干红葡萄酒行业渠道分布趋势11.2.3 中国干红葡萄酒行业市场趋势分析11.2.4 中国干红葡萄酒行业发展新契机分析1、新消费2、新市场3、新零售4、新渠道5、新传播11.3 2018-2024年中国干红葡萄酒行业投资机会与建议11.3.1 中国干红葡萄酒行业投资前景展望11.3.2 中国干红葡萄酒行业投资机会分析11.3.3 中国干红葡萄酒行业投资建议分析 第十二章 2018-2024年中国干红葡萄酒行业投资分析与风险规避12.1 中国干红葡萄酒行业关键成功要素分析12.2 中国干红葡萄酒行业投资壁垒分析12.3 中国干红葡萄酒行业投资风险与规避12.3.1 宏观经济风险与规避12.3.2 行业政策风险与规避12.3.3 上游市场风险与规避12.3.4 市场竞争风险与规避12.3.5 技术风险分析与规避12.3.6 下游需求风险与规避12.4 中国干红葡萄酒行业融资渠道与策略12.4.1 干红葡萄酒行业融资渠道分析12.4.2 干红葡萄酒行业融资策略分析 第十三章 2018-2024年中国干红葡萄酒行业盈利模式与投资战略规划分析13.1 国外干红葡萄酒行业投资现状及经营模式分析13.1.1 境外干红葡萄酒行业成长情况调查13.1.2 经营模式借鉴13.1.3 行业投资新趋势动向13.2 中国干红葡萄酒行业商业模式探讨13.2.1 行业主要商业模式分析13.2.2 干红葡萄酒行业商业模式创新分析13.3 中国干红葡萄酒行业投资发展战略规划13.3.1 战略优势分析13.3.2 战略机遇分析13.3.3 战略规划目标13.3.4 战略措施分析13.4 最优投资路径设计13.4.1 投资对象13.4.2 投资模式13.4.3 预期财务状况分析13.4.4 风险资本退出方式 第十四章 研究结论及建议14.1 研究结论14.2 专家建议14.2.1 行业发展策略建议14.2.2 行业投资方向建议14.2.3 行业投资方式建议 图表目录图表：干红葡萄酒行业特点图表：干红葡萄酒行业生命周期图表：干红葡萄酒行业产业链分析图表：中国GDP增长情况图表：中国CPI增长情况图表：中国人口数量及其构成图表：中国干红葡萄酒消费年龄段变化分析图表：中国干红葡萄酒饮用场所分析图表：中国干红葡萄酒不同年龄段饮用时机分析图表：中国工业增加值及其增长速度图表：中国城镇居民可支配收入情况

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R07/R0701/201806/21-264849.html>