

# 2024-2030年中国葡萄酒市 场研究与投资战略研究报告

## 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

《2024-2030年中国葡萄酒市场研究与投资战略研究报告》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/R0701/202408/26-623529.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

葡萄酒是以葡萄为原料酿造的一种果酒。其酒精度高于啤酒而低于白酒。营养丰富，保健作用明显。有人认为，葡萄酒是最健康最卫生的饮料之一。它能调整新陈代谢的性能，促进血液循环，防止胆固醇增加。还具有利尿、激发肝功能和防止衰老的功效。也是医治心脏病的辅助剂，可预防坏血病、贫血、脚气病、消化不良和眼角膜炎等疾病。常饮葡萄酒患心脏病率减少，血脂和血管硬化降低。

产业研究报告网发布的《2024-2030年中国葡萄酒市场研究与投资战略研究报告》共十七章。首先介绍了葡萄酒行业市场发展环境、葡萄酒整体运行态势等，接着分析了葡萄酒行业市场运行的现状，然后介绍了葡萄酒市场竞争格局。随后，报告对葡萄酒做了重点企业经营状况分析，最后分析了葡萄酒行业发展趋势与投资预测。您若想对葡萄酒产业有个系统的了解或者想投资葡萄酒行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章&emsp;葡萄酒概况

1.1&emsp;葡萄酒相关介绍

1.1.1&emsp;葡萄酒的概念

1.1.2&emsp;葡萄酒的由来与发展

1.1.3&emsp;葡萄酒类别和酿造过程

1.1.4&emsp;葡萄酒酿造技术的发展

1.1.5&emsp;葡萄酒与健康

1.2&emsp;葡萄酒的分类

1.2.1&emsp;按颜色分类

1.2.2&emsp;按含二氧化碳压力分类

1.2.3&emsp;按含糖量分类

1.2.4&emsp;按酿造方法分类

1.2.5&emsp;按饮用方式分类

第二章&emsp;2023-2029年全球葡萄酒行业发展分析

- 2.1&emsp;2023-2029年全球葡萄酒行业发展概述
  - 2.1.1&emsp;产业发展特点
  - 2.1.2&emsp;产业发展格局
  - 2.1.3&emsp;未来发展前景
- 2.2&emsp;2023-2029年全球葡萄酒行业生产情况
  - 2.2.1&emsp;葡萄种植面积
  - 2.2.2&emsp;全球产量规模
  - 2.2.3&emsp;全球生产格局
  - 2.2.4&emsp;主要国家生产规模
  - 2.2.5&emsp;生产企业格局
- 2.3&emsp;2023-2029年全球葡萄酒消费情况
  - 2.3.1&emsp;全球消费形势
  - 2.3.2&emsp;全球消费格局
- 2.4&emsp;2023-2029年全球葡萄酒贸易市场分析
  - 2.4.1&emsp;国际贸易概况
  - 2.4.2&emsp;进口市场情况
  - 2.4.3&emsp;出口市场格局
- 2.5&emsp;2023-2029年全球葡萄酒拍卖市场发展分析
  - 2.5.1&emsp;市场发展规模
  - 2.5.2&emsp;市场现状特征
  - 2.5.3&emsp;市场行情动态
- 2.6&emsp;世界葡萄酒未来发展趋势预测
  - 2.6.1&emsp;全球市场展望
  - 2.6.2&emsp;市场发展趋势
  - 2.6.3&emsp;未来行业变化
  - 2.6.4&emsp;市场需求预测
- 2.7&emsp;全球葡萄酒行业对中国的影响及启示
  - 2.7.1&emsp;对定价机制的影响
  - 2.7.2&emsp;对葡萄种植的影响
  - 2.7.3&emsp;对酿造技术的影响
  - 2.7.4&emsp;对葡萄酒文化与营销的影响

## 第三章&emsp;2023-2029年中国酒行业发展分析

### 3.1&emsp;中国酒行业发展因素分析

#### 3.1.1&emsp;经济平稳运行

#### 3.1.2&emsp;居民消费升级

#### 3.1.3&emsp;信息技术进步

#### 3.1.4&emsp;法规标准不完善

### 3.2&emsp;中国酒行业发展规模

#### 3.2.1&emsp;产量规模

#### 3.2.2&emsp;进出口规模

#### 3.2.3&emsp;销售规模

#### 3.2.4&emsp;企业规模

### 3.3&emsp;中国酒行业运行分析

#### 3.3.1&emsp;行业经营效益

#### 3.3.2&emsp;行业发展结构

#### 3.3.3&emsp;市场价格走势

### 3.4&emsp;中国酒行业发展特征现状

#### 3.4.1&emsp;行业总体向好

#### 3.4.2&emsp;供给水平明显提升

#### 3.4.3&emsp;营销模式不断创新

#### 3.4.4&emsp;国际化进程加快

## 第四章&emsp;2023-2029年中国葡萄酒行业发展分析

### 4.1&emsp;中国葡萄酒行业发展概况

#### 4.1.1&emsp;行业发展优劣势

#### 4.1.2&emsp;产业链分析

#### 4.1.3&emsp;产区化发展分析

#### 4.1.4&emsp;产业国际竞争力

### 4.2&emsp;2023-2029年中国葡萄酒行业运行现状

#### 4.2.1&emsp;行业经营情况

#### 4.2.2&emsp;地区销售水平

#### 4.2.3&emsp;行业增长态势

### 4.3&emsp;2023-2029年全国葡萄酒产量分析

- 4.3.1&emsp;2023-2029年全国葡萄酒产量趋势
- 4.3.2&emsp;2018年全国葡萄酒产量情况
- 4.3.3&emsp;2023年全国葡萄酒产量情况
- 4.3.4&emsp;2023年全国葡萄酒产量情况
- 4.4&emsp;2023-2029年中国葡萄酒消费市场分析
  - 4.4.1&emsp;消费习惯改变
  - 4.4.2&emsp;人均消费规模
  - 4.4.3&emsp;市场销售规模
- 4.5&emsp;2023-2029年中国国产葡萄酒行业特征现状分析
  - 4.5.1&emsp;酒庄酒成重要趋势
  - 4.5.2&emsp;企业市场敏锐度提高
  - 4.5.3&emsp;产品结构更加多元化
  - 4.5.4&emsp;企业品牌意识加强
  - 4.5.5&emsp;本土产区时代来临
- 4.6&emsp;中国葡萄酒市场消费行为分析
  - 4.6.1&emsp;市场消费风向分析
  - 4.6.2&emsp;消费群体属性分析
  - 4.6.3&emsp;消费行为调查分析
  - 4.6.4&emsp;消费行为影响因素
  - 4.6.5&emsp;终端市场消费特点
- 4.7&emsp;中国葡萄酒工业存在的问题
  - 4.7.1&emsp;产业制约因素
  - 4.7.2&emsp;工艺技术落后
  - 4.7.3&emsp;行业规范缺失
  - 4.7.4&emsp;进口产品冲击
- 4.8&emsp;中国葡萄酒工业发展的对策
  - 4.8.1&emsp;合理进行规划布局
  - 4.8.2&emsp;推动环境协调发展
  - 4.8.3&emsp;健全质量认证体系
  - 4.8.4&emsp;建立科技支撑体系
  - 4.8.5&emsp;产业可持续发展建议

## 第五章&nbsp;2023-2029年中国葡萄酒所属产业进出口分析

### 5.1&nbsp;2023-2029年中国葡萄酒所属行业进口状况

#### 5.1.1&nbsp;进口关税调整

#### 5.1.2&nbsp;总体进口规模分析

#### 5.1.3&nbsp;进口国家分布格局

#### 5.1.4&nbsp;进口区域分布格局

### 5.2&nbsp;2023-2029年中国进口葡萄酒行业分析

#### 5.2.1&nbsp;进口葡萄酒行业发展特征

#### 5.2.2&nbsp;进口葡萄酒市场价格分析

#### 5.2.3&nbsp;进口葡萄酒的主要渠道

#### 5.2.4&nbsp;进口葡萄酒的消费特点

#### 5.2.5&nbsp;进口葡萄酒市场发展趋势

### 5.3&nbsp;中国葡萄酒出口形势分析

#### 5.3.1&nbsp;葡萄酒出口存在的问题

#### 5.3.2&nbsp;促进葡萄酒出口的建议

#### 5.3.3&nbsp;葡萄酒出口价格需调整

### 5.4&nbsp;中国鲜葡萄酿造的酒所属行业进出口统计数据分析

#### 5.4.1&nbsp;中国鲜葡萄酿造的酒所属行业进出口总量数据分析

#### 5.4.2&nbsp;2023-2029年主要贸易国鲜葡萄酿造的酒所属行业进出口情况分析

#### 5.4.3&nbsp;2023-2029年主要省市鲜葡萄酿造的酒进所属行业出口情况分析

### 5.5&nbsp;中国葡萄汽酒所属行业进出口统计数据分析

#### 5.5.1&nbsp;中国葡萄汽酒所属行业进出口总量数据分析

#### 5.5.2&nbsp;2023-2029年主要贸易国葡萄汽酒所属行业进出口情况分析

#### 5.5.3&nbsp;2023-2029年主要省市葡萄汽酒所属行业酒进出口情况分析

## 第六章&nbsp;2023-2029年葡萄酒行业竞争情况分析

### 6.1&nbsp;2023-2029年我国葡萄酒市场竞争动态分析

#### 6.1.1&nbsp;市场竞争格局

#### 6.1.2&nbsp;主要参与主体

#### 6.1.3&nbsp;市场集中度

#### 6.1.4&nbsp;企业竞争优势

### 6.2&nbsp;重点企业经营对比

- 6.2.1&nbsp;收入水平
- 6.2.2&nbsp;利润水平
- 6.3&nbsp;重点企业竞争策略分析
  - 6.3.1&nbsp;张裕
  - 6.3.2&nbsp;长城
  - 6.3.3&nbsp;威龙
  - 6.3.4&nbsp;中葡
  - 6.3.5&nbsp;莫高
  - 6.3.6&nbsp;通化
- 6.4&nbsp;中国葡萄酒品牌的“立体”竞争能力浅析
  - 6.4.1&nbsp;产品组合力
  - 6.4.2&nbsp;渠道终端力
  - 6.4.3&nbsp;营销传播力
  - 6.4.4&nbsp;价值增值力
  - 6.4.5&nbsp;国际市场力
- 6.5&nbsp;中国葡萄酒行业竞争力构建分析
  - 6.5.1&nbsp;构建中国葡萄酒竞争力新纬度
  - 6.5.2&nbsp;产业链竞争时代的企业战略
  - 6.5.3&nbsp;本土企业提升竞争优势的途径
  - 6.5.4&nbsp;葡萄酒经销商打造竞争力策略
  - 6.5.5&nbsp;中小型酒厂提升竞争力的措施

## 第七章&nbsp;2023-2029年中国主要葡萄酒细分市场发展分析

- 7.1&nbsp;红葡萄酒
  - 7.1.1&nbsp;消费市场概述
  - 7.1.2&nbsp;市场消费格局
- 7.2&nbsp;白葡萄酒
  - 7.2.1&nbsp;白葡萄酒市场回顾
  - 7.2.2&nbsp;白葡萄酒市场现状
- 7.3&nbsp;桃红葡萄酒
  - 7.3.1&nbsp;全球市场销量
  - 7.3.2&nbsp;中国市场发展分析



7.3.3&emsp;生产企业经营建议

7.4&emsp;起泡葡萄酒

7.4.1&emsp;消费市场概述

7.4.2&emsp;市场消费特征

7.4.3&emsp;市场增长因素

7.4.4&emsp;市场发展前景

7.5&emsp;冰葡萄酒

7.5.1&emsp;冰葡萄酒市场概述

7.5.2&emsp;产业发展概况

7.5.3&emsp;市场发展空间

## 第八章&emsp;2023-2029年葡萄酒年份酒市场分析

8.1&emsp;葡萄酒年份解读

8.1.1&emsp;葡萄酒年份的含义

8.1.2&emsp;葡萄酒年份的内涵

8.1.3&emsp;葡萄酒年份的评价

8.1.4&emsp;葡萄酒年份的理解

8.2&emsp;国外年份葡萄酒市场行情

8.2.1&emsp;德国

8.2.2&emsp;新西兰

8.2.3&emsp;法国波尔多

8.2.4&emsp;法国勃艮第

8.2.5&emsp;法国罗讷河谷

8.3&emsp;中国市场年份酒状况

8.3.1&emsp;我国年份酒检测及管理标准欠缺

8.3.2&emsp;山东蓬莱首制年份葡萄酒管理办法

8.3.3&emsp;河北昌黎产区年份葡萄酒研究突破

## 第九章&emsp;2023-2029年葡萄酒原材料供应市场分析

9.1&emsp;主要酿酒葡萄品种分析

9.1.1&emsp;红葡萄品种

9.1.2&emsp;白葡萄品种

- 9.1.3&emsp;冰葡萄酒
- 9.2&emsp;酿酒葡萄综述
  - 9.2.1&emsp;葡萄栽培历史沿革
  - 9.2.2&emsp;酿酒葡萄品种介绍
  - 9.2.3&emsp;气候对葡萄种植的影响
  - 9.2.4&emsp;葡萄树龄对葡萄酒的影响
- 9.3&emsp;中外酿酒葡萄生产分布
  - 9.3.1&emsp;全球酿酒葡萄主要种植区
  - 9.3.2&emsp;全球葡萄园种植面积状况
  - 9.3.3&emsp;中国葡萄主要产区分布
  - 9.3.4&emsp;中国酿酒葡萄生产分布
  - 9.3.5&emsp;中国主要葡萄产区介绍
- 9.4&emsp;中国九大葡萄产地介绍
  - 9.4.1&emsp;东北产地
  - 9.4.2&emsp;渤海湾产地
  - 9.4.3&emsp;沙城产地
  - 9.4.4&emsp;清徐产地
  - 9.4.5&emsp;银川产地
  - 9.4.6&emsp;武威产地
  - 9.4.7&emsp;吐鲁番产地
  - 9.4.8&emsp;黄河故道产地
  - 9.4.9&emsp;云南高原产地
- 9.5&emsp;2023-2029年我国酿酒葡萄主要产区生产现状
  - 9.5.1&emsp;新疆
  - 9.5.2&emsp;陕西
  - 9.5.3&emsp;河北
  - 9.5.4&emsp;山东
  - 9.5.5&emsp;云南
  - 9.5.6&emsp;河南
- 9.6&emsp;2023-2029年中国葡萄酒原料供应模式分析
  - 9.6.1&emsp;自种酿酒葡萄模式
  - 9.6.2&emsp;收购酿酒葡萄模式

### 9.6.3&nbsp;采购葡萄原酒模式

## 第十章&nbsp;2023-2029年葡萄酒酿制工艺分析

### 10.1&nbsp;葡萄酒生产工艺步骤

#### 10.1.1&nbsp;采摘选料

#### 10.1.2&nbsp;去梗破皮

#### 10.1.3&nbsp;酒精发酵

#### 10.1.4&nbsp;浸皮搅拌

#### 10.1.5&nbsp;苹果酸-乳酸发酵

#### 10.1.6&nbsp;陈酿

#### 10.1.7&nbsp;换桶过滤

#### 10.1.8&nbsp;调配

#### 10.1.9&nbsp;瓶内陈年

#### 10.1.10&nbsp;贴标上市

### 10.2&nbsp;葡萄酒发酵工艺介绍

#### 10.2.1&nbsp;浸提发酵法

#### 10.2.2&nbsp;热浸提发酵法

#### 10.2.3&nbsp;二氧化碳浸渍法

#### 10.2.4&nbsp;旋转发酵罐法

#### 10.2.5&nbsp;连续发酵法

#### 10.2.6&nbsp;锥底罐发酵法

### 10.3&nbsp;主要品种葡萄酒酿造工艺介绍

#### 10.3.1&nbsp;红葡萄酒酿造工艺介绍

#### 10.3.2&nbsp;白葡萄酒酿造工艺介绍

#### 10.3.3&nbsp;国内冰酒生产工艺开发

#### 10.3.4&nbsp;起泡葡萄酿制方法

## 第十一章&nbsp;2023-2029年葡萄酒庄园建设发展分析

### 11.1&nbsp;2023-2029年中国庄园葡萄酒发展状况

#### 11.1.1&nbsp;葡萄酒产业的“庄园”现象

#### 11.1.2&nbsp;兴起庄园投资建设热潮

#### 11.1.3&nbsp;庄园运动带来的变局

- 11.1.4&emsp;酒庄酒促进高端市场发展
- 11.1.5&emsp;我国酒庄葡萄酒产业现状
- 11.1.6&emsp;我国推出葡萄酒庄酒标准
- 11.2&emsp;中国部分地区葡萄酒庄园发展分析
  - 11.2.1&emsp;山东庄园葡萄酒管理规范实施
  - 11.2.2&emsp;甘肃庄园葡萄酒业发展规划分析
  - 11.2.3&emsp;新疆和硕县政策促进葡萄酒庄发展
  - 11.2.4&emsp;房山区酒庄葡萄酒产业优势及模式
- 11.3&emsp;2023-2029年葡萄酒庄园旅游市场发展分析
  - 11.3.1&emsp;国外酒庄旅游开发模式
  - 11.3.2&emsp;中国酒庄旅游发展现状
  - 11.3.3&emsp;中国酒庄旅游存在的问题

## 第十二章&emsp;2023-2029年中国葡萄酒电商市场发展分析

- 12.1&emsp;2023-2029年中国酒类电商发展分析
  - 12.1.1&emsp;酒类电商平台类型
  - 12.1.2&emsp;酒类电商交易规模
  - 12.1.3&emsp;电商平台竞争格局
  - 12.1.4&emsp;不同酒类交易份额
  - 12.1.5&emsp;酒类电商存在的问题
- 12.2&emsp;2023-2029年中国葡萄酒电商市场发展格局
  - 12.2.1&emsp;电商市场渗透率
  - 12.2.2&emsp;平台竞争格局
  - 12.2.3&emsp;品牌竞争格局
  - 12.2.4&emsp;企业布局动态
- 12.3&emsp;2023-2029年中国葡萄酒跨境电商市场发展分析
  - 12.3.1&emsp;跨境电商市场规模
  - 12.3.2&emsp;跨境电商对市场的影响
  - 12.3.3&emsp;市场面临的问题
  - 12.3.4&emsp;未来发展前景分析

## 第十三章&emsp;2023-2029年葡萄酒营销分析

- 13.1&nbsp;葡萄酒市场销售模式分析
  - 13.1.1&nbsp;经销模式
  - 13.1.2&nbsp;直销模式
  - 13.1.3&nbsp;电商模式
- 13.2&nbsp;国内外葡萄酒营销分析
  - 13.2.1&nbsp;品牌化运营方式剖析
  - 13.2.2&nbsp;“精准营销”模式分析
  - 13.2.3&nbsp;进口葡萄酒开展微博营销
  - 13.2.4&nbsp;葡萄酒行业营销模式亮点
  - 13.2.5&nbsp;葡萄酒企业细分市场营销
  - 13.2.6&nbsp;国内外葡萄酒营销文化差异
- 13.3&nbsp;葡萄酒营销渠道分析
  - 13.3.1&nbsp;中国葡萄酒市场运营模式
  - 13.3.2&nbsp;第三方独立营销商和营销网络
  - 13.3.3&nbsp;葡萄酒供应链模式剖析
  - 13.3.4&nbsp;葡萄酒专卖店模式分析
  - 13.3.5&nbsp;葡萄酒“全渠道”创新模式
  - 13.3.6&nbsp;国内电商营销平台建设加快
  - 13.3.7&nbsp;夜场在区域市场开发中的作用
  - 13.3.8&nbsp;红酒分渠道亟待解决的问题
  - 13.3.9&nbsp;进口葡萄酒商超渠道营销思路
- 13.4&nbsp;主要葡萄酒品牌市场营销策略
  - 13.4.1&nbsp;张裕公司的体验营销策略
  - 13.4.2&nbsp;王朝公司的营销策略解析
  - 13.4.3&nbsp;中粮探索高端营销模式
  - 13.4.4&nbsp;中粮君顶尝试跨界营销
- 13.5&nbsp;品牌营销策略分析
  - 13.5.1&nbsp;葡萄酒品牌的价值分析
  - 13.5.2&nbsp;中国葡萄酒品牌营销误区
  - 13.5.3&nbsp;中国葡萄酒副品牌的开发策略
  - 13.5.4&nbsp;葡萄酒高端产品品牌策略分析
  - 13.5.5&nbsp;二三线葡萄酒品牌的营销路径

- 13.6&emsp;葡萄酒包装策略
  - 13.6.1&emsp;国外葡萄酒包装概况
  - 13.6.2&emsp;螺旋盖包装葡萄酒受青睐
  - 13.6.3&emsp;葡萄酒非主流包装的市场动向
  - 13.6.4&emsp;中国葡萄酒包装期待变革
  - 13.6.5&emsp;中国葡萄酒包装发展趋势预测
- 13.7&emsp;葡萄酒其它营销策略分析
  - 13.7.1&emsp;葡萄酒企业营销模式探析
  - 13.7.2&emsp;葡萄酒专卖店的营销战略
  - 13.7.3&emsp;量产葡萄酒的营销策略
  - 13.7.4&emsp;酒类商品的节日营销策略分析
  - 13.7.5&emsp;葡萄酒促销策略分析
  - 13.7.6&emsp;中国葡萄酒业营销的八点建议
- 13.8&emsp;未来我国葡萄酒营销环境分析
  - 13.8.1&emsp;产业链条全球化
  - 13.8.2&emsp;资本运营频繁化
  - 13.8.3&emsp;体验会所普遍化
  - 13.8.4&emsp;产品开发规范化

## 第十四章&emsp;2023-2029年中国葡萄酒区域产业发展分析

- 14.1&emsp;山东烟台
  - 14.1.1&emsp;产业优势条件
  - 14.1.2&emsp;经济运行现状
  - 14.1.3&emsp;发展特征分析
  - 14.1.4&emsp;特色小镇建设
  - 14.1.5&emsp;打造区域品牌
  - 14.1.6&emsp;发展战略建议
  - 14.1.7&emsp;产业发展规划
- 14.2&emsp;河北
  - 14.2.1&emsp;产业优势条件
  - 14.2.2&emsp;总体发展现状
  - 14.2.3&emsp;昌黎产区分析

- 14.2.4&emsp;怀来产区分析
- 14.2.5&emsp;发展对策建议
- 14.2.6&emsp;人才培养建议
- 14.2.7&emsp;产业发展规划
- 14.3&emsp;宁夏
- 14.3.1&emsp;产业发展概述
- 14.3.2&emsp;产业发展成就
- 14.3.3&emsp;组建产业研究院
- 14.3.4&emsp;产业战略动态
- 14.3.5&emsp;产业发展建议
- 14.3.6&emsp;产业发展规划
- 14.4&emsp;甘肃
- 14.4.1&emsp;产业发展动力
- 14.4.2&emsp;产业发展回顾
- 14.4.3&emsp;产业发展现状
- 14.4.4&emsp;产业发展优势
- 14.4.5&emsp;武威地区分析
- 14.4.6&emsp;产业发展规划
- 14.4.7&emsp;主要发展措施
- 14.5&emsp;新疆
- 14.5.1&emsp;产业总体现状
- 14.5.2&emsp;昌吉发展分析
- 14.5.3&emsp;巴州发展分析
- 14.5.4&emsp;吐鲁番发展分析
- 14.5.5&emsp;未来初步规划
- 14.5.6&emsp;发展对策建议
- 14.6&emsp;云南
- 14.6.1&emsp;产业优势条件
- 14.6.2&emsp;葡萄酒电商
- 14.6.3&emsp;产业发展现状
- 14.6.4&emsp;主要发展不足
- 14.6.5&emsp;未来发展潜力

#### 14.6.6&nbsp;产业战略方向

### 第十五章&nbsp;国际葡萄酒生产企业经营状况

#### 15.1&nbsp;星座公司（ConstellationBrands,Inc.）

##### 15.1.1&nbsp;企业发展概况

##### 15.1.2&nbsp;企业经营状况分析

#### 15.2&nbsp;帝亚吉欧公司（Diageopl c）

##### 15.2.1&nbsp;企业发展概况

##### 15.2.2&nbsp;企业经营状况分析

#### 15.3&nbsp;保乐力加集团（PernodRicardGroup）

##### 15.3.1&nbsp;企业发展概况

##### 15.3.2&nbsp;企业经营状况分析

#### 15.4&nbsp;拉菲罗斯柴尔德集团（DBR）

##### 15.4.1&nbsp;企业发展概况

##### 15.4.2&nbsp;企业经营状况分析

#### 15.5&nbsp;酩悦&bull;轩尼诗 - 路易&bull;威登集团（LVMH）

##### 15.5.1&nbsp;企业发展概况

##### 15.5.2&nbsp;企业经营状况分析

### 第十六章&nbsp;国内葡萄酒生产企业经营状况

#### 16.1&nbsp;中粮酒业有限公司

##### 16.1.1&nbsp;企业发展概况

##### 16.1.2&nbsp;中粮长城发展综述

##### 16.1.3&nbsp;产品销售状况分析

##### 16.1.4&nbsp;中粮长城战略布局

#### 16.2&nbsp;烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司

##### 16.2.1&nbsp;企业发展概况

##### 16.2.2&nbsp;经营效益分析

##### 16.2.3&nbsp;业务经营分析

##### 16.2.4&nbsp;财务状况分析

#### 16.3&nbsp;甘肃莫高实业发展股份有限公司

##### 16.3.1&nbsp;企业发展概况



- 16.3.2&emsp;经营效益分析
- 16.3.3&emsp;业务经营分析
- 16.3.4&emsp;财务状况分析
- 16.4&emsp;中法合营王朝葡萄酒有限公司
  - 16.4.1&emsp;企业发展概况
  - 16.4.2&emsp;企业经营状况
  - 16.4.3&emsp;产品营销网络
  - 16.4.4&emsp;经营亟待改善
- 16.5&emsp;中国通天酒业集团有限公司
  - 16.5.1&emsp;企业发展概况
  - 16.5.2&emsp;企业经营状况
  - 16.5.3&emsp;销售网络拓展
  - 16.5.4&emsp;企业战略动向
- 16.6&emsp;中信国安葡萄酒业股份有限公司
  - 16.6.1&emsp;企业发展概况
  - 16.6.2&emsp;经营效益分析
  - 16.6.3&emsp;业务经营分析
  - 16.6.4&emsp;财务状况分析

## 第十七章&emsp;葡萄酒业投资及前景预测（ ）

- 17.1&emsp;中国葡萄酒行业投资状况
  - 17.1.1&emsp;投资模式分析
  - 17.1.2&emsp;行业投资态势
  - 17.1.3&emsp;投资机会分析
  - 17.1.4&emsp;行业投资潜力
  - 17.1.5&emsp;西部地区投资机遇
- 17.2&emsp;葡萄酒产业投资建议
  - 17.2.1&emsp;行业投资要领
  - 17.2.2&emsp;产业投资若干建议
  - 17.2.3&emsp;投资市场选择建议
  - 17.2.4&emsp;行业个性化发展建议
  - 17.2.5&emsp;产业差异化经营策略

17.3&nbsp;中国葡萄酒行业前景展望

17.3.1&nbsp;消费规模预测

17.3.2&nbsp;发展前景展望

17.3.3&nbsp;消费趋势展望

17.3.4&nbsp;品牌化趋势

17.3.5&nbsp;区域市场潜力

17.3.6&nbsp;“十三五”发展趋势

17.4&nbsp;中国葡萄酒行业发展趋势展望

17.4.1&nbsp;“大单品”时代来临

17.4.2&nbsp;流通模式发展趋势

17.4.3&nbsp;“电商+连锁”模式

17.4.4&nbsp;葡萄酒教育市场兴起

17.4.5&nbsp;“IP”意识崛起

17.4.6&nbsp;注重线下互动渠道兴起

17.4.7&nbsp;场景营销成重要手段

17.4.8&nbsp;资本助力“生态消费”

17.5&nbsp;2024-2030年中国葡萄酒行业预测分析

17.5.1&nbsp;影响因素分析

17.5.2&nbsp;葡萄酒销售收入预测

17.5.3&nbsp;葡萄酒利润总额预测

17.5.4&nbsp;葡萄酒产量预测

附录：

附录一：葡萄酒行业准入条件

附录二：中国葡萄酿酒技术规范

附录三：葡萄酒标准GB15037-2006

附录四：国家行业标准之山葡萄酒

附录五：葡萄酒生产管理办法

附录六：酒类广告管理办法

附录七：葡萄酒酒庄酒证明商标（第5504363号）使用管理规则

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R07/R0701/202408/26-623529.html>