

2018-2024年中国红酒产业市场竞争格局研究与投资价值前景评估报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018-2024年中国红酒产业市场竞争格局研究与投资价值前景评估报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，以及我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市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/jiulei/310618310618.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

红酒是葡萄酒的一种，并不一定特指红葡萄酒。红酒的成分相当简单，是经自然发酵酿造出来的果酒，含有最多的是葡萄汁，葡萄酒有许多分类方式。以成品颜色来说，可分为红葡萄酒、白葡萄酒及粉红葡萄酒三类。其中红葡萄酒又可细分为干红葡萄酒、半干红葡萄酒、半甜红葡萄酒和甜红葡萄酒，白葡萄酒则细分为干白葡萄酒、半干白葡萄酒、半甜白葡萄酒和甜白葡萄酒。粉红葡萄酒也叫桃红酒、玫瑰红酒。杨梅酿制的叫做杨梅红酒。

健康饮酒潮流，红酒健康价值得到普遍认同

红酒目前在国内还不是主流的饮用酒水，白酒和啤酒还占有很大的消费比重，但红酒凭借着出色的营养功效和健康价值，接受度正日渐提高。在饮用红酒的消费者中，因为其美容、保健功效而选择红酒的消费者比重较大。

红酒的营养功效与健康价值 资料来源：公开资料整理

由于存在认知偏差，红酒只要打上“进口”二字便会得到消费者另眼相待。国产红酒，尤其是龙头的性价比和质量其实远超大众认知。据葡萄酒商业观察报道，张裕参与评选的红酒，评分可以达到二级庄的标准，但进口二级庄的红酒其实售价可以达到几千元，张裕的售价仅为100多元。张裕解百纳至今已经销售近4.9亿瓶（根据葡萄酒商业观察数据，全世界能卖4亿瓶的红酒品牌仅美国一家，澳大利亚一家，帝亚吉欧拥有一家）。国内精品酒庄的出品已经很好，但消费者的认知存在偏见。随着消费者教育的加深，廉价贴牌红酒势必会被性价比更高的国产品牌酒挤出市场，中低端红酒市场依然会逐步向品牌化演变。

观研天下发布的《2018-2024年中国红酒产业市场竞争格局研究与投资价值前景评估报告》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，以及我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市场调研分析。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。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资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。

【报告大纲】

第一章 红酒行业相关基础概述及研究机构

1.1 红酒的定义及分类

1.1.1 红酒的界定

1.1.2 红酒的品鉴

1.1.3 红酒产品分类

1.2 红酒行业特点分析

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年中国红酒行业市场发展环境分析

2.1 中国红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GDP

2、消费价格指数CPI、PPI

3、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 中国红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 7718-2011）

4、《预包装饮料酒标签通则》（GB 10344-2005）

5、《食品安全国家标准 蒸馏酒及其配制酒》（GB 2757-2012）

2.2.3 政策环境对行业的影响分析

2.3 中国红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

2.3.2 社会环境对行业的影响分析

2.4 中国红酒行业技术环境分析

2.4.1 红酒酿造工艺分析

1、酿造工艺流程分析

2、中国红酒行业新工艺研究

2.4.2 地理环境对红酒品质的影响分析

第三章 中国红酒行业上、下游产业链分析

3.1 红酒行业产业链概述

3.1.1 产业链定义

3.1.2 红酒行业产业链

3.2 红酒行业上游-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 红酒行业下游-经销商情况分析

3.3.1 红酒经销商发展现状

3.3.2 红酒经销商规模情况

3.3.3 红酒经销商区域分布

3.4 红酒行业消费者消费情况分析

3.4.1 居民人均红酒消费情况

3.4.2 红酒消费者地域分布情况

3.4.3 消费升级下的红酒消费市场

3.4.4 红酒消费者品牌忠诚度分析

章 国际红酒行业市场发展分析

4.1 2014-2017年国际红酒行业发展现状

4.1.1 国际红酒行业发展现状

4.1.2 国际红酒行业发展规模

4.2 2014-2017年国际红酒市场研究

4.2.1 国际红酒市场需求特点

4.2.2 国际红酒市场需求结构

4.2.3 国际红酒市场需求规模

4.3 2014-2017年国际区域红酒行业研究

4.3.1 欧洲

4.3.2 美国

4.3.3 日韩

4.4 国际著名红酒品牌分析

4.4.1 罗曼尼-康帝(Romane Conti)

4.4.2 梅洛(Merlot)

4.4.3 Le Pin

4.4.4 Pauillac

4.4.5 瓦朗德鲁酒庄

4.5 2018-2024年国际红酒行业发展展望

4.5.1 国际红酒行业发展趋势

4.5.2 国际红酒行业规模预测

4.5.3 国际红酒行业发展机会

第五章 2014-2017年中国红酒行业发展概述

5.1 中国红酒行业发展状况分析

5.1.1 中国红酒行业发展阶段

5.1.2 中国红酒行业发展总体概况

5.1.3 中国红酒行业发展特点分析

5.2 2014-2017年红酒行业发展现状

5.2.1 2014-2017年中国红酒行业发展热点

5.2.2 2014-2017年中国红酒行业发展现状

5.2.3 2014-2017年中国红酒企业发展分析

5.3 中国红酒行业细分市场概况

5.3.1 甜起泡酒市场

1、甜起泡酒市场现状分析

2、甜起泡酒市场规模分析

3、甜起泡酒市场分析

5.3.2 干起泡酒市场

- 1、干起泡酒市场现状分析
- 2、干起泡酒市场规模分析
- 3、干起泡酒市场前景分析

5.3.3 白葡萄酒市场

- 1、白葡萄酒市场现状分析
- 2、白葡萄酒市场规模分析
- 3、白葡萄酒市场前景分析

5.4 红酒企业市场份额分析

5.5 红酒行业市场集中度分析

5.6 中国红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 红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 中国红酒行业发展问题及对策建议

5.8.1 中国红酒行业发展制约因素

5.8.2 中国红酒行业存在问题分析

5.8.3 中国红酒行业发展对策建议

章 中国红酒行业运行指标分析及预测

6.1 中国红酒行业企业数量分析

6.1.1 2014-2017年中国红酒行业企业数量情况

6.1.2 2014-2017年中国红酒行业企业竞争结构

6.2 中国红酒行业生产成本构成分析

6.3 2014-2017年中国红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 中国红酒行业市场规模分析及预测

6.4.1 2014-2017年中国红酒行业市场规模分析

6.4.2 2018-2024年中国红酒行业市场规模预测

6.5 中国红酒行业市场供需分析及预测

6.5.1 中国红酒行业市场供给分析

1、2014-2017年中国红酒行业供给规模分析

2、2018-2024年中国红酒行业供给规模预测

6.5.2 中国红酒行业市场需求分析

1、2014-2017年中国红酒行业需求规模分析

2、2018-2024年中国红酒行业需求规模预测

第七章 中国互联网+红酒行业发展现状及前景

7.1 互联网给红酒行业带来的冲击和变革分析

7.1.1 互联网时代红酒行业大环境变化分析

7.1.2 互联网给红酒行业带来挑战及机遇分析

7.1.3 互联网时代红酒营销模式变革分析

7.1.4 互联网时代红酒销售渠道变革分析

7.2 中国互联网+红酒行业市场发展现状分析

7.2.1 中国互联网+红酒行业投资布局分析

1、中国互联网+红酒行业投资切入方式

2、中国互联网+红酒行业投资规模分析

3、中国互联网+红酒行业投资业务布局

7.2.2 红酒行业目标客户互联网渗透率分析

7.2.3 中国互联网+红酒行业市场规模分析

7.2.4 中国互联网+红酒行业竞争格局分析

1、中国互联网+红酒行业参与者结构

2、中国互联网+红酒行业竞争者类型

3、中国互联网+红酒行业市场占有率

7.2.5 中国红酒垂直电商平台分析

1、酒仙网

2、酒美网

3、网酒网

4、酒库网

5、

7.2.6 中国红酒企业互联网战略案例分析

7.3 中国互联网+红酒行业市场发展前景分析

7.3.1 中国互联网+红酒行业市场增长动力分析

7.3.2 中国互联网+红酒行业市场发展瓶颈剖析

7.3.3 中国互联网+红酒行业市场发展趋势分析

章 中国红酒行业消费市场调查

8.1 红酒市场消费需求分析

8.1.1 红酒市场的消费需求变化

8.1.2 红酒行业的需求情况分析

8.1.3 红酒品牌市场消费需求分析

8.2 红酒消费市场状况分析

8.2.1 红酒行业消费特点

8.2.2 红酒行业消费结构分析

8.2.3 红酒行业消费的市场变化

8.2.4 红酒市场的消费方向

8.3 红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 红酒行业品牌忠诚度调查

8.3.5 消费者的消费理念调研

章 中国红酒行业市场竞争格局分析

9.1 中国红酒行业竞争格局分析

9.1.1 红酒行业区域分布格局

9.1.2 红酒行业企业规模格局

9.1.3 红酒行业企业性质格局

9.2 中国红酒行业竞争五力分析

9.2.1 红酒行业上游议价能力

9.2.2 红酒行业下游议价能力

9.2.3 红酒行业新进入者威胁

9.2.4 红酒行业替代产品威胁

9.2.5 红酒行业现有企业竞争

9.3 中国红酒行业竞争SWOT分析

- 9.3.1 红酒行业优势分析（S）
- 9.3.2 红酒行业劣势分析（W）
- 9.3.3 红酒行业机会分析（O）
- 9.3.4 红酒行业威胁分析（T）
- 9.4 中国红酒行业竞争策略建议

第十章 中国红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年中国红酒行业发展趋势与投资机会研究

11.1 2018-2024年中国红酒行业市场发展潜力分析

11.1.1 中国红酒行业市场空间分析

11.1.2 中国红酒行业竞争格局变化

11.1.3 中国红酒行业互联网+前景

11.2 2018-2024年中国红酒行业发展趋势分析

11.2.1 中国红酒行业品牌格局趋势

11.2.2 中国红酒行业渠道分布趋势

11.2.3 中国红酒行业市场趋势分析

11.2.4 中国红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年中国红酒行业投资机会与建议

11.3.1 中国红酒行业投资前景展望

11.3.2 中国红酒行业投资机会分析

11.3.3 中国红酒行业投资建议分析

第十二章 2018-2024年中国红酒行业投资分析与风险规避

12.1 中国红酒行业关键成功要素分析

- 12.2 中国红酒行业投资壁垒分析
- 12.3 中国红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 中国红酒行业融资渠道与策略
 - 12.4.1 红酒行业融资渠道分析
 - 12.4.2 红酒行业融资策略分析

第十三章 2018-2024年中国红酒行业盈利模式与投资战略规划分析

- 13.1 国外红酒行业投资现状及经营模式分析
 - 13.1.1 境外红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 中国红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 红酒行业商业模式创新分析
- 13.3 中国红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：红酒行业特点

图表：红酒行业生命周期

图表：红酒行业产业链分析

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：中国红酒消费年龄段变化分析

图表：中国红酒饮用场所分析

图表：中国红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

(GYFSWLP)

图表详见报告正文

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随着时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiulei/310618310618.html>