

2018-2023年中国进口葡萄酒行业市场竞争现状分析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《2018-2023年中国进口葡萄酒行业市场竞争现状分析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/302201302201.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

发源地

在考古研究中，在欧洲保加利亚的古人遗迹中发现，大约在公元前3000至6000年，已开始以葡萄汁液进行酿酒，而古代诗人荷马亦在其Iliad及Odyssey两本著作中也提到色雷斯人（保加利亚的古人）的优良酿酒技术。所以有很多人认为保加利亚是葡萄酒的发源地。

历史考古

据外媒报道，科学家在对一批年代久远的陶罐进行研究分析后发现，人类可能早在8000年前就开始酿造葡萄酒，这比原先已知的最早开始酿造葡萄酒的时间还要早好几百年。

报道称，科学家表示，他们在格鲁吉亚首都第比利斯以南的两个遗址中，发现了残留葡萄酒化合物的陶罐，这些8000年前的陶罐成为人类酿造葡萄酒的“最早”证据。

在这批陶罐出土前，最早用于葡萄酒酿造的陶器是1968年在伊朗西北部发现的，这些陶器可追溯到大约7000年前。

研究人员认为，此次的发现是人类自己种植野生欧亚葡萄树，且把它们专用于酿酒的最早证据。研究人员称，这些葡萄酒的制法可能与现在的格鲁吉亚红酒制法类似，“先把葡萄压扁，再让葡萄的茎和种子一起发酵”。[2]

组织

国际葡萄与葡萄酒组织（OIV）是葡萄和以葡萄为基础的产品领域里的政府间科技组织，它根据1924年11月29日建立国际葡萄酒组织的国际协议而创立。根据成员国的决定，国际葡萄酒组织从1958年4月起使用“国际葡萄与葡萄酒组织”这个名称。

OIV有47个成员国：摩尔多瓦、阿尔及利亚、阿根廷、澳大利亚、奥地利、比利时、玻利维亚、巴西、保加利亚、智利、克罗地亚、塞浦路斯、捷克共和国、丹麦、芬兰、法国、格鲁吉亚、德国、希腊、匈牙利、以色列、意大利、黎巴嫩、卢森堡、马耳他、马其顿、墨西哥、摩尔多瓦、摩洛哥、荷兰、新西兰、挪威、秘鲁、葡萄牙、罗马尼亚、俄罗斯联邦、斯洛伐克、斯洛文尼亚、南非、西班牙、瑞典、瑞士、突尼斯、土耳其、英国、乌克兰、乌拉圭、南斯拉夫联邦共和国。

OIV还包括以下观察员（国家）：爱尔兰；地区或省：魁北克（加拿大）葡萄酒的品种很多，因葡萄的栽培、葡萄酒生产工艺条件的不同，产品风格各不相同。

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。以酿造方式来说，可以分为葡萄酒、气泡葡萄酒、加烈葡萄酒和加味葡萄酒四类。

一般按酒的颜色深浅、含糖量多少、含不含二氧化碳及采用的酿造方法来分类，国外也有采用以产地、原料名称来分类的。按照国际葡萄酒组织的规定，葡萄酒只能是破碎或未破碎的新鲜葡萄果实或汁完全或部分酒精发酵后获得的饮料，其酒精度一般在8.5°到16.2°之间；按照我国最新的葡萄酒标准GB15037-2006规定，葡萄酒是以鲜葡萄或葡萄汁为原料，经全部或部分发酵酿制而成的，酒精度不低于7.0%的酒精饮品。

按酒的颜色

1. 白葡萄酒：用白葡萄或皮红肉白的葡萄分离发酵制成。酒的颜色微黄带绿，近似无色或浅黄、禾秆黄、金黄。凡深黄、土黄、棕黄或褐黄等色，均不符合白葡萄酒的色泽要求。

2. 红葡萄酒：采用皮红肉白或皮肉皆红的葡萄经葡萄皮和汁混合发酵而成。酒色呈自然深宝石红、宝石红、紫红或石榴红，凡黄褐、棕褐或土褐颜色，均不符合红葡萄酒的色泽要求。

3. 桃红葡萄酒：用带色的红葡萄带皮发酵或分离发酵制成。酒色为淡红、桃红、橘红或玫瑰色。凡色泽过深或过浅均不符合桃红葡萄酒的要求。这一类葡萄酒在风味上具有新鲜感和明显的果香，含单宁不宜太高。玫瑰香葡萄、黑比诺、佳利酿、法国蓝等品种都适合酿制桃红葡萄酒。另红、白葡萄酒按一定比例勾兑也可算是桃红葡萄酒。

按含糖量

1. 干葡萄酒：含糖量低于4g/L，品尝不出甜味，具有洁净、幽雅、香气和谐的果香和酒香。

2. 半干葡萄酒：含糖量在4~12g/L，微具甜感，酒的口味洁净、幽雅、味觉圆润，具有和谐愉悦的果香和酒香。

3. 半甜葡萄酒：含糖量在12~45g/L，具有甘甜、爽顺、舒愉的果香和酒香。

4. 甜葡萄酒：含糖量大于45g/L，具有甘甜、醇厚、舒适、爽顺的口味，具有和谐的果香和酒香。

三、按二氧化碳含否

1. 静酒不含有自身发酵或人工添加CO₂的葡萄酒叫静酒，即静态葡萄酒。

2. 起泡酒和汽酒含有一定量CO₂气体的葡萄酒，又分为两类：

起泡酒：所含CO₂是用葡萄酒加糖再发酵产生的。在法国香槟地区生产的起泡酒叫香槟酒，在世界上享有盛名。其他地区生产的同类型产品按国际惯例不得叫香槟酒，一般叫起泡酒。

汽酒：用人工的方法将CO₂添加到葡萄酒中叫汽酒，因CO₂作用使酒更具有清新、愉快、爽怡的味感。

按酿造方法

1. 天然葡萄酒：完全采用葡萄原料进行发酵，发酵过程中不添加糖分和酒精，选用提高原料含糖量的方法来提高成品酒精含量及控制残余糖量。

2. 加强葡萄酒：发酵成原酒后用添加白兰地或脱臭酒精的方法来提高酒精含量，叫加强干葡萄酒。既加白兰地或酒精，又加糖以提高酒精含量和糖度的叫加强甜葡萄酒，我国叫浓甜葡萄酒。

3. 加香葡萄酒：采用葡萄原酒浸泡芳香植物，再经调配制成，属于开胃型葡萄酒，如味美思、丁香葡萄酒、桂花陈酒；或采用葡萄原酒浸泡药材，精心调配而成，属于滋补型葡萄酒，如人参葡萄酒。

4. 葡萄蒸馏酒：采用优良品种葡萄原酒蒸馏，或发酵后经压榨的葡萄皮渣蒸馏，或由

葡萄浆经葡萄汁分离机分离得的皮渣加糖水发酵后蒸馏而得。一般再经细心调配的叫白兰地，不经调配的叫葡萄烧酒。

按酒精含量

1. 软饮料葡萄酒(或无泡酒)：分红、白二色。这类酒被称为桌酒(TABLE WINE)，酒精含量为14度以下。

2. 起泡葡萄酒(SPARKING)：产地有香槟(CHAMPAGNE)、布根地/勃艮第(BURGUNDY)、英塞儿(MOSELLE)、美国等，酒精含量不超过14度。

3. 加强葡萄酒/加度葡萄酒(FORTIFIED)：种类有些厘/雪莉(SHERRY)、钵堤/波特(PORT)、马得拉(MADEIRA)、马沙拉(MARSALA)、马拉加(MALAGA)等，酒精含量 14-24度。

4. 加香料葡萄酒(AROMATIZED)：有意大利和法国产的红、白威末酒(VERMOUTH)，以及有奎宁味的葡萄酒等，酒精含量15.5~20度。

其他方法

山葡萄又名野葡萄，是葡萄科落叶藤本。山葡萄喜生于针阔混交林缘及杂木林缘，在长白山海拔200-1300米间经常可见，主要分布于安图、抚松、长白等长白山区各县。果熟季节，串串圆圆晶莹的紫葡萄掩映在红艳可爱的秋叶之中，甚为迷人。山葡萄含丰富的蛋白质、碳水化合物、矿物质和多种维生素，生食味酸甜可口，富含浆汁，是美味的山间野果。山葡萄是酿造葡萄酒的原料，所酿的葡萄酒酒色深红艳丽，风味品质甚佳，是一种良好的饮料。

中国实行节俭政策之前，葡萄酒消费主要集中在高端市场，用昂贵葡萄酒送礼是中国人打通“关系”的途径之一。经过三年来的政策环境变化后，葡萄酒开始走入“亲民时代”，大众消费成为主流，酿酒商和分销商已经逐渐把营销的焦点从政府官员转移到普通消费者。

2014年以来，受市场复苏和“零关税”政策的双重刺激，进口酒市场呈现出迅猛增长的态势，已然成为酒业的又一个风口。2015年全年，我国酒类累计进口量为582,793.29千升，同比增长42.40%，进口额37.35亿美元，同比增长29.70%，两项增长指标均创下了2013年探底之后的一个新高。进口酒市场中，啤酒、葡萄酒的进口数量和金额均大幅增长，只有烈

酒的进口金额同比下降，但降幅趋缓。无论从进口量还是进口金额来看，葡萄酒都是进口酒类中最大的品种，进口量占比为29.93%，进口金额占比为52.85%。

我国酒类进口统计数据 资料来源：公开资料整理

观研天下（Insight&Info Consulting Ltd）发行的报告书《2018-2023年中国进口葡萄酒行业市场竞争现状分析与投资价值前景评估报告》主要研究行业市场经济特性（产能、产量、供需），投资分析（市场现状、市场结构、市场特点等以及区域市场分析）、竞争分析（行业集中度、竞争格局、竞争对手、竞争因素等）、工艺技术发展状况、进出口分析、渠道分析、产业链分析、替代品和互补品分析、行业的主导驱动因素、政策环境、重点企业分析（经营特色、财务分析、竞争力分析）、商业投资风险分析、市场定位及机会分析、以及相关的策略和建议。

公司多年来已为上万家企事业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者提供了专业的行业分析报告。我们的客户涵盖了中石油天然气集团公司、德勤会计师事务所、华特迪士尼公司、华为技术有限公司等上百家世界行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。我们的行业分析报告内容可以应用于多种项目规划制订与专业报告引用，如项目投资计划、地区与企业发展战略、项目融资计划、地区产业规划、商业计划书、招商计划书、招股说明书等等。

第一部分 产业环境透视

第一章 进口葡萄酒流通行业发展综述

第一节 进口葡萄酒流通行业定义及分类

一、行业定义

二、行业主要产品分类

三、行业特性及在国民经济中的地位

第二节 进口葡萄酒流通行业研究分析

一、研究目的

二、研究目标及分析方法

第三节 中国进口葡萄酒流通行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒 / 退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、行业及其主要子行业成熟度分析

第四节 进口葡萄酒流通行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

三、行业产业链上游相关行业调研

1、进口葡萄酒流通产品成本构成

2、葡萄酒行业发展状况及影响

3、酒庄行业发展状况及影响

4、酿酒行业发展状况及影响

四、行业中下游分析

1、进口葡萄酒流通中下游企业分布

2、物流行业发展状况及影响

3、批发零售行业发展状况及影响

4、电子商务行业发展状况及影响

五、我国葡萄酒行业发展问题分析

1、产区发展缺乏统一科学规划

2、酿酒葡萄基地建设明显滞后

3、行业科技创新能力相对不足

4、葡萄酒产品质量良莠不齐

5、葡萄酒文化发展较为迟缓

第二章 进口葡萄酒流通行业市场环境及影响分析（PEST）

第一节 进口葡萄酒流通行业政治法律环境（P）

一、行业管理体制分析

二、行业主要法律法规

1、《中华人民共和国反倾销条例》

2、《中华人民共和国反补贴条例》

三、进口葡萄酒流通行业标准

1、《酒类流通管理办法》

2、世界主要葡萄酒分级标准

3、《酒类行业流通服务规范》

4、我国葡萄酒新国家标准

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

1、中国GDP分析

2、固定资产投资

3、城镇人员从业状况

4、恩格尔系数分析

二、2018-2023年中国宏观经济发展预测

第三节 行业社会环境分析（S）

一、人口环境状况

二、教育、科学技术和文化

三、卫生和社会服务

四、资源、环境和安全生产

五、中国城镇化率

六、居民的各种消费观念和习惯

第三章 国际进口葡萄酒流通行业发展分析及经验借鉴

第一节 全球进口葡萄酒流通市场总体情况分析

一、全球进口葡萄酒流通行业的发展特点

二、2015-2017年全球进口葡萄酒流通市场结构

三、2015-2017年全球进口葡萄酒流通行业发展分析

四、2015-2017年全球进口葡萄酒流通市场区域分布

五、2015-2017年国际重点葡萄酒品牌分析

第二节 全球主要国家（地区）市场调研

一、法国

1、法国葡萄酒行业发展概况

2、2015-2017年法国葡萄酒市场结构及产销情况

3、2018-2023年法国葡萄酒行业趋势预测分析

二、意大利

1、意大利葡萄酒行业发展概况

2、2015-2017年意大利葡萄酒市场结构及产销情况

三、阿根廷

1、阿根廷葡萄酒行业发展概况

2、2015-2017年阿根廷葡萄酒市场结构及产销情况

四、智利

1、智利葡萄酒行业发展概况

2、2015-2017年智利葡萄酒市场结构及产销情况

五、其他国家地区

1、西班牙

2、南非

3、加拿大

第四章 中国进口葡萄酒流通行业的国际比较分析

第一节 中国进口葡萄酒流通行业的国际比较分析

一、中国进口葡萄酒流通行业竞争力指标分析

二、中国进口葡萄酒流通行业经济指标国际比较分析

三、进口葡萄酒流通行业国际竞争力比较

1、生产要素

2、需求条件

3、推动因素

第二节 全球葡萄酒流通行业市场需求分析

一、市场规模现状

二、需求结构分析

第三节 全球葡萄酒流通行业市场供给分析

一、国外生产规模现状

二、国外葡萄酒庄园规模分布

第二部分 行业运行分析

第五章 我国进口葡萄酒流通行业运行现状分析

第一节 我国进口葡萄酒流通行业发展状况分析

一、我国进口葡萄酒流通行业发展阶段

二、我国进口葡萄酒流通行业发展总体概况

三、我国进口葡萄酒流通行业发展特点分析

四、我国进口葡萄酒流通行业商业模式分析

第二节 2015-2017年进口葡萄酒流通行业发展现状

一、2015-2017年我国进口葡萄酒流通行业市场规模

二、2015-2017年行业关税及调整情况分析

三、2015-2017年中国进口葡萄酒流通企业发展分析

第三节 2015-2017年中国葡萄酒进口供应链运营分析

一、葡萄酒进口供应链运营模式概述

1、葡萄酒进口供应链运营模式发展演变

- 2、葡萄酒进口供应链运营模式发展规模
- 3、葡萄酒进口供应链运营模式的市场竞争结构
- 二、葡萄酒进口供应链运营模式服务体系
 - 1、葡萄酒进口供应链运营模式服务流程
 - 2、葡萄酒进口供应链运营模式服务环节
- 三、葡萄酒进口供应链运营模式分析
- 四、葡萄酒进口供应链运营模式投资壁垒和前景分析
- 第四节 我国进口葡萄酒流通市场价格走势分析
 - 一、进口葡萄酒流通市场定价机制组成
 - 二、进口葡萄酒流通市场价格影响因素
 - 三、进口葡萄酒流通产品价格走势分析
- 第五节 葡萄酒行业主要产品市场调研
 - 一、行业主要产品市场调研
 - 二、行业产品市场热点分析
 - 1、年份葡萄酒市场发展状况分析
 - 2、庄园葡萄酒市场发展状况分析

第六章 我国进口葡萄酒流通行业整体运行指标分析

第一节 2015-2017年中国进口葡萄酒流通行业总体规模分析

- 一、企业数量规模分析
- 二、人员规模状况分析
- 三、行业资产规模分析
- 四、行业市场规模分析

第二节 2015-2017年中国进口葡萄酒行业销售情况分析

- 一、我国进口葡萄酒行业销售量
- 二、我国进口葡萄酒行业销售收入
- 三、我国进口葡萄酒行业利润总额

第三节 2015-2017年中国进口葡萄酒流通行业财务指标总体分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

第七章 进口葡萄酒流通行业进口结构及面临的机遇与挑战

第一节 进口葡萄酒流通行业进出口市场调研

一、进口葡萄酒流通行业进口综述

- 1、中国进口葡萄酒流通进口地区分布状况
- 2、中国进口葡萄酒流通进口的贸易方式及经营企业分析
- 3、中国进口葡萄酒流通进口政策与国际化经营

二、进口葡萄酒流通行业进口市场调研

- 1、2015-2017年行业进口整体情况
- 2、2015-2017年行业进口产品结构
- 3、2015-2017年行业进口统计

第二节 中国进口葡萄酒流通进口面临的挑战及对策

- 一、中国进口葡萄酒流通进口面临的挑战
- 二、中国进口葡萄酒流通行业未来进口展望
- 三、葡萄酒进口前景及建议

第八章 2015-2017年中国进口葡萄酒电子商务运营模式研究

第一节 进口葡萄酒电子商务运营现状与价值

- 一、葡萄酒进口电子商务应用现状
- 二、葡萄酒进口电子商务价值链构成

第二节 葡萄酒进口电子商务细分市场

- 一、葡萄酒进口电子商务细分市场概况
- 二、葡萄酒进口垂直型电子商务市场
- 三、葡萄酒进口水平型电子商务市场

第三部分 市场细分分析

第九章 2015-2017年中国葡萄酒进口保税区交易模式透析

第一节 葡萄酒进口保税区建设及发展分析

一、葡萄酒进口保税区宏观环境分析

- 1、政府支持与政策环境分析
- 2、区域经济环境分析
- 3、区域消费环境分析

二、葡萄酒进口保税区功能属性分析

- 1、集中展示功能
- 2、实体商贸功能
- 3、电子交易功能
- 4、分货流通功能
- 5、业务简化功能

6、降低成本功能

7、酒文化推广功能

三、葡萄酒进口保税区运营特点分析

1、葡萄酒进口保税区运营流程及合作方式

2、葡萄酒进口保税区主要客户群体及流通区域

3、葡萄酒进口保税区交易方式与交易成本

4、国内典型葡萄酒进口保税区市场规模分析

第二节 葡萄酒进口保税区交易模式分析

一、葡萄酒进口保税区交易模式优劣分析

1、葡萄酒进口保税区交易模式优势分析

2、葡萄酒进口保税区交易模式劣势分析

二、葡萄酒进口保税区交易模式核心吸引力分析

1、区域经济活跃程度的内在吸引力分析

2、税收优惠政策扶持的直接吸引力分析

3、其他因素吸引力分析

三、葡萄酒进口保税区交易模式投资壁垒和前景分析

第三节 世界主要葡萄酒交易中心建设和运营经验

一、伦敦葡萄酒交易中心建设和运营经验

二、香港葡萄酒交易中心建设和运营经验

三、国内葡萄酒保税区交易成功经验

1、创新监管模式

2、高效政府服务

3、通关及其他优惠政策

4、通关咨询验放制度

5、综合交易展览会发展

第四节 主要葡萄酒进口保税区建设和运营指标分析

一、上海外高桥保税区建设情况及发展分析

1、上海外高桥保税区生产总值

2、上海外高桥保税区财政收入

3、上海外高桥保税区进出口情况

4、上海外高桥保税区物流情况

5、上海外高桥保税区葡萄酒进口数量

二、厦门象屿保税区建设情况及发展分析

1、厦门象屿保税区生产总值

2、厦门象屿保税区财政收入

- 3、厦门象屿保税区进出口情况
- 4、厦门象屿保税区物流情况
- 5、厦门象屿保税区市场建设和运营情况
- 三、宁波保税区建设情况及发展分析
 - 1、宁波保税区生产总值
 - 2、宁波保税区财政收入
 - 3、宁波保税区进出口情况
 - 4、宁波保税区物流情况
 - 5、宁波保税区进口葡萄酒市场建设和运营情况
- 四、广州保税区建设情况及发展分析
 - 1、广州保税区进口葡萄酒市场建设和运营情况
 - 2、引进会员企业数量
 - 3、会员企业注册资金
 - 4、保税区海关反馈的进口数量
- 五、深圳保税区建设情况及发展分析
 - 1、深圳保税区生产总值
 - 2、深圳保税区进出口情况
 - 3、深圳保税区进口葡萄酒市场建设和运营情况
- 六、珠海保税区建设情况及发展分析
 - 1、珠海保税区进出口情况
 - 2、珠海保税区物流情况
 - 3、珠海保税区进口葡萄酒市场建设和运营情况
- 七、烟台保税区建设情况及发展分析
 - 1、烟台保税区进出口情况
 - 2、烟台保税区物流情况

第十章 2015-2017年中国葡萄酒进口联盟组织酒业推广模式分析

第一节 葡萄酒进口联盟组织酒业推广模式解读

一、葡萄酒进口联盟组织酒业推广模式概述

- 1、葡萄酒进口联盟组织酒业推广模式的含义
- 2、葡萄酒进口联盟组织酒业推广模式的主要作用与价值
- 3、葡萄酒进口联盟组织酒业推广模式的构成主体
- 4、葡萄酒进口联盟组织酒业推广模式优劣势分析
- 5、葡萄酒进口联盟组织酒业推广模式投资壁垒分析

二、葡萄酒进口联盟组织酒业推广模式的发展

1、葡萄酒进口联盟组织酒业推广模式的多元化发展

2、进口葡萄酒集群推广有助于产业化发展

第二节 葡萄酒进口联盟组织酒业推广模式的主要活动和服务

一、国际葡萄酒联盟组织酒业推广的活动方式和服务

二、国内葡萄酒联盟组织酒业推广的活动方式和服务

三、葡萄酒联盟组织酒业推广的主要活动方式

1、葡萄酒品鉴会

2、葡萄酒课程

3、国际酒企商务考察

4、酒类/葡萄酒展会

5、其他葡萄酒联盟组织推广方式

第十一章 行业主要产品营销模式及策略

第一节 葡萄酒行业流通主要销售模式分析

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 葡萄酒营销模式创新分析

一、由经销制转向改进的代销制

二、销售渠道的通路精耕

三、电子商务渠道的应用

第四节 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

第五节 高端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、商务/政务宴会推广策略分析

四、文化营销传播策略分析

五、子品牌/副品牌开发策略分析

第六节 葡萄酒企业文化营销模式分析

一、广告宣传策略分析

二、事件营销策略分析

三、包装设计策略分析

四、产区营销策略分析

五、工业旅游策略分析

六、渠道培训策略分析

第十二章 进口葡萄酒流通行业区域市场调研

第一节 中国进口葡萄酒流通重点区域市场评估

一、行业总体区域结构特征及变化

二、行业区域集中度分析

三、行业区域分布特点分析

四、行业规模指标区域分布分析

五、行业效益指标区域分布分析

第二节 进口葡萄酒流通区域市场调研

一、华东地区

二、华北地区

三、华南地区

四、华中地区

五、西北地区

六、西南地区

七、东北地区

第三节 进口葡萄酒流通区域市场前景及趋势

第四部分 市场竞争格局

第十三章 2015-2017年进口葡萄酒流通行业竞争形势分析

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、进口葡萄酒流通行业竞争结构分析

1、现有企业间竞争

2、潜在进入者分析

- 3、替代品威胁分析
- 4、供应商议价能力
- 5、客户议价能力
- 6、竞争结构特点总结
- 二、进口葡萄酒流通行业企业间竞争格局分析
 - 1、不同地域企业竞争格局
 - 2、不同规模企业竞争格局
 - 3、不同所有制企业竞争格局
- 三、进口葡萄酒流通行业集中度分析
 - 1、市场集中度分析
 - 2、企业集中度分析
 - 3、区域集中度分析
- 四、进口葡萄酒流通行业SWOT分析
 - 1、进口葡萄酒流通行业优势分析
 - 2、进口葡萄酒流通行业劣势分析
 - 3、进口葡萄酒流通行业机会分析
 - 4、进口葡萄酒流通行业威胁分析
- 第二节 中国进口葡萄酒流通行业竞争格局综述
 - 一、进口葡萄酒流通行业竞争概况
 - 二、中国进口葡萄酒流通行业竞争力分析
 - 三、中国进口葡萄酒流通产品竞争力优势分析
 - 四、进口葡萄酒流通行业主要企业竞争力分析
- 第三节 中国进口葡萄酒流通行业竞争格局分析
 - 一、国外进口葡萄酒流通竞争分析
 - 二、我国进口葡萄酒流通市场竞争分析

- 第十四章 2015-2017年进口葡萄酒流通行业领先企业经营形势分析
 - 第一节 中国进口葡萄酒流通企业总体发展状况分析
 - 一、进口葡萄酒流通企业主要类型
 - 二、进口葡萄酒流通企业主要品牌排名分析
 - 第二节 中国领先进口葡萄酒流通企业经营形势分析
 - 一、北京洲际好年贸易有限公司
 - 1、企业基本情况介绍
 - 2、企业产品结构分析
 - 3、企业经营情况分析

4、企业投资前景探究

二、捷成洋行有限公司

1、企业基本情况介绍

2、企业产品结构分析

3、企业经营情况分析

4、企业投资前景探究

三、广州市百富酒业有限公司

1、企业基本情况介绍

2、企业产品结构分析

3、企业经营情况分析

4、企业投资前景探究

四、广州龙程酒业有限公司

1、企业基本情况介绍

2、企业产品结构分析

3、企业经营情况分析

4、企业投资前景探究

五、上海购酒网电子商务有限公司

1、企业基本情况介绍

2、企业产品结构分析

3、企业经营情况分析

4、企业投资前景探究

六、上海科乐克葡萄酒业有限公司

1、企业基本情况介绍

2、企业产品结构分析

3、企业经营情况分析

4、企业投资前景探究

七、深圳市鑫品卓科技有限公司

1、企业基本情况介绍

2、企业产品结构分析

3、企业经营情况分析

4、企业投资前景探究

八、上海万客易酒文化传播有限公司

1、企业基本情况介绍

2、企业产品结构分析

3、企业经营情况分析

4、企业投资前景探究

九、厦门优传供应链有限公司

1、企业基本情况介绍

2、企业产品结构分析

3、企业经营情况分析

4、企业投资前景探究

十、上海卡斯特酒业有限公司

1、企业基本情况介绍

2、企业产品结构分析

3、企业经营情况分析

4、企业投资前景探究

第十五章 研究结论及投资建议

第一节 进口葡萄酒流通行业研究结论及建议

第二节 进口葡萄酒流通行业投资建议

一、行业投资策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表详见正文（FSWJP）

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，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiulei/302201302201.html>