

2018年中国葡萄酒市场分析报告- 行业运营态势与投资前景预测

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年中国葡萄酒市场分析报告-行业运营态势与投资前景预测》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/342737342737.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

根据有关数据显示，中国进口葡萄酒主要来自法国，百分比高达35%。紧随其后的有澳大利亚(17%)、西班牙(15.5%)、智利(12%)及意大利(4.2%)，其中澳大利亚及智利近年与中国达成自由贸易协议撤销葡萄酒关税，令两国葡萄酒进口量大幅提高。我国葡萄酒进口来源占比

资料来源：观研天下数据中心整理（YM）

预计中国将在未来三年取代英国，成为全球第二大葡萄酒市场，其销量预计将在2021年前增至230亿美元，仅次于美国。此调查由全球首屈一指的葡萄酒及烈酒展览商Vinexpo委托IWSR进行。调查还显示，在中美两国共同带动下，全球葡萄酒市场自2016年下滑后逐步复苏，并将于2021年前反弹回升至2012年的巅峰水平。

从2012年“八项规定”出台后，失控的公务消费被遏制，中国市场整体开始萎缩。中国葡萄酒消费量从2014年1.39亿箱下降至2015年的1.31亿箱，总体下降了5%。同时，洋葡萄酒涌入势头越发凶猛，在叠加作用下中国葡萄酒产业转而进入了寒冬期。

海关数据显示，过去三年间，中国进口葡萄酒总量翻了一倍，到2017年中国进口瓶装葡萄酒达到55.2万千升，同比增长14.62%。与之形成反差的是，在洋酒冲击下，中国企业产量节节下滑。2017年，中国葡萄酒产量达到100.1万千升，同比下降近12%，连续5年平均降幅约6%。在这场寒冬中，中国葡萄酒企业更是出现了大面积亏损。

长远来看，随着国人收入水平不断提高，会有越来越多消费者追求健康、时尚的生活方式，人们会更加青睐与消费潮流高度契合的葡萄酒，从而持续不断地扩大对优质葡萄酒的需求。

在葡萄酒人均饮酒量上，发达的欧洲国家仍位居前列，但随着欧洲消费结构的改变，人均饮酒量将下降。中国饮用葡萄酒的人数超过3,800人，预计2020年，中国葡萄酒人均饮酒量将从1.34升/年上升到1.53升/年，但与传统葡萄酒消费国相比，仍有很大差距——与法国相差28倍。

中国的静止葡萄酒中，红葡萄酒占88.8%，白葡萄酒和桃红葡萄酒分别为10.6%和0.6%。预计未来五年，红葡萄酒将增长45%，白葡萄酒增长28%，桃红葡萄酒增长18%。

中国葡萄酒市场有以下趋势：

(1) 中产阶级不断壮大，将拉动消费需求增长和优化升级。

(2) 年轻人和女性更偏向柔和的葡萄酒，而非强劲的葡萄酒。葡萄酒成为更年轻和时尚的饮品，受到这个群体欢迎。

(3) 渠道多元化发展。中国包括分销、互联网、餐饮（线下）在内的多种渠道发展形势良好，特别是拥有全球最活跃的互联网渠道。

(4) 由于中国的高税率等因素，消费者对商品价格更敏感，希望得到优惠，而互联网的销售优势将得到凸显。

(5) 中国消费者对健康越来越重视，因此低酒精度和有机葡萄酒形势看好。

(6) 即饮渠道，如餐厅、酒吧，在各大城市增加，促进葡萄酒在中国销售。

综上所述，未来我国葡萄酒消费前景非常看好。

观研天下发布的《2018年中国葡萄酒市场分析报告-行业运营态势与投资前景预测》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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析

师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2016-2018年中国葡萄酒行业发展概述

第一节 葡萄酒行业发展情况概述

- 一、葡萄酒行业相关定义
- 二、葡萄酒行业基本情况介绍
- 三、葡萄酒行业发展特点分析

第二节 中国葡萄酒行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、葡萄酒行业产业链条分析
- 三、中国葡萄酒行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国葡萄酒行业生命周期分析

- 一、葡萄酒行业生命周期理论概述
- 二、葡萄酒行业所属的生命周期分析

第四节 葡萄酒行业经济指标分析

- 一、葡萄酒行业的赢利性分析
- 二、葡萄酒行业的经济周期分析
- 三、葡萄酒行业附加值的提升空间分析

第五节 中国葡萄酒行业进入壁垒分析

- 一、葡萄酒行业资金壁垒分析
- 二、葡萄酒行业技术壁垒分析
- 三、葡萄酒行业人才壁垒分析
- 四、葡萄酒行业品牌壁垒分析
- 五、葡萄酒行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球葡萄酒行业市场发展现状分析

第一节 全球葡萄酒行业发展历程回顾

第二节 全球葡萄酒行业市场区域分布情况

第三节 亚洲葡萄酒行业地区市场分析

- 一、亚洲葡萄酒行业市场现状分析

- 二、亚洲葡萄酒行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲葡萄酒行业市场前景分析
- 第四节 北美葡萄酒行业地区市场分析
 - 一、北美葡萄酒行业市场现状分析
 - 二、北美葡萄酒行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美葡萄酒行业市场前景分析
- 第五节 欧盟葡萄酒行业地区市场分析
 - 一、欧盟葡萄酒行业市场现状分析
 - 二、欧盟葡萄酒行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧盟葡萄酒行业市场前景分析
- 第六节 2018-2024年世界葡萄酒行业分布走势预测
- 第七节 2018-2024年全球葡萄酒行业市场规模预测

第三章 中国葡萄酒产业发展环境分析

- 第一节 我国宏观经济环境分析
 - 一、中国GDP增长情况分析
 - 二、工业经济发展形势分析
 - 三、社会固定资产投资分析
 - 四、全社会消费品葡萄酒总额
 - 五、城乡居民收入增长分析
 - 六、居民消费价格变化分析
 - 七、对外贸易发展形势分析
- 第二节 中国葡萄酒行业政策环境分析
 - 一、行业监管体制现状
 - 二、行业主要政策法规
- 第三节 中国葡萄酒产业社会环境发展分析
 - 一、人口环境分析
 - 二、教育环境分析
 - 三、文化环境分析
 - 四、生态环境分析
 - 五、消费观念分析

第四章 中国葡萄酒行业运行情况

- 第一节 中国葡萄酒行业发展状况情况介绍
 - 一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国葡萄酒行业市场规模分析

第三节 中国葡萄酒行业供应情况分析

第四节 中国葡萄酒行业需求情况分析

第五节 中国葡萄酒行业供需平衡分析

第六节 中国葡萄酒行业发展趋势分析

第五章 中国葡萄酒所属行业运行数据监测

第一节 中国葡萄酒所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国葡萄酒所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国葡萄酒所属行业财务指标分析

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

第六章 2016-2018年中国葡萄酒市场格局分析

第一节 中国葡萄酒行业竞争现状分析

一、中国葡萄酒行业竞争情况分析

二、中国葡萄酒行业主要品牌分析

第二节 中国葡萄酒行业集中度分析

一、中国葡萄酒行业市场集中度分析

二、中国葡萄酒行业企业集中度分析

第三节 中国葡萄酒行业存在的问题

第四节 中国葡萄酒行业解决问题的策略分析

第五节 中国葡萄酒行业竞争力分析

一、生产要素

- 二、需求条件
- 三、支援与相关产业
- 四、企业战略、结构与竞争状态
- 五、政府的作用

第七章 2016-2018年中国葡萄酒行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国葡萄酒行业消费特点

第二节 中国葡萄酒行业消费偏好分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节 葡萄酒行业成本分析

第四节 葡萄酒行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、渠道因素
- 四、其他因素

第五节 中国葡萄酒行业价格现状分析

第六节 中国葡萄酒行业平均价格走势预测

- 一、中国葡萄酒行业价格影响因素
- 二、中国葡萄酒行业平均价格走势预测
- 三、中国葡萄酒行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国葡萄酒行业区域市场现状分析

第一节 中国葡萄酒行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地葡萄酒市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区葡萄酒市场规模分析
- 四、华东地区葡萄酒市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区葡萄酒市场规模分析

四、华中地区葡萄酒市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区葡萄酒市场规模分析

第九章 2016-2018年中国葡萄酒行业竞争情况

第一节 中国葡萄酒行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国葡萄酒行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节 中国葡萄酒行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 葡萄酒行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

第十一章 2018-2024年中国葡萄酒行业发展前景分析与预测

第一节 中国葡萄酒行业未来发展前景分析

- 一、葡萄酒行业国内投资环境分析
- 二、中国葡萄酒行业市场机会分析
- 三、中国葡萄酒行业投资增速预测

第二节 中国葡萄酒行业未来发展趋势预测

第三节 中国葡萄酒行业市场发展预测

- 一、中国葡萄酒行业市场规模预测
- 二、中国葡萄酒行业市场规模增速预测
- 三、中国葡萄酒行业产值规模预测
- 四、中国葡萄酒行业产值增速预测
- 五、中国葡萄酒行业供需情况预测

第四节 中国葡萄酒行业盈利走势预测

- 一、中国葡萄酒行业毛利润同比增速预测
- 二、中国葡萄酒行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国葡萄酒行业投资风险与营销分析

第一节 葡萄酒行业投资风险分析

- 一、葡萄酒行业政策风险分析
- 二、葡萄酒行业技术风险分析
- 三、葡萄酒行业竞争风险
- 四、葡萄酒行业其他风险分析

第二节 葡萄酒行业企业经营发展分析及建议

- 一、葡萄酒行业经营模式
- 二、葡萄酒行业销售模式
- 三、葡萄酒行业创新方向

第三节 葡萄酒行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章2018-2024年中国葡萄酒行业发展策略及投资建议

第一节 中国葡萄酒行业品牌战略分析

- 一、葡萄酒企业品牌的重要性
- 二、葡萄酒企业实施品牌战略的意义
- 三、葡萄酒企业品牌的现状分析
- 四、葡萄酒企业的品牌战略
- 五、葡萄酒品牌战略管理的策略

第二节中国葡萄酒行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国葡萄酒行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2018-2024年中国葡萄酒行业发展策略及投资建议

第一节中国葡萄酒行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国葡萄酒行业定价策略分析

第三节中国葡萄酒行业营销渠道策略

- 一、葡萄酒行业渠道选择策略
- 二、葡萄酒行业营销策略

第四节中国葡萄酒行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国葡萄酒行业重点投资区域分析
- 二、中国葡萄酒行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiulei/342737342737.html>