

中国红酒市场现状分析与盈利空间研究报告（2014-2019）

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《中国红酒市场现状分析与盈利空间研究报告（2014-2019）》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/194658194658.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

2013年中国的葡萄酒进口市场容量为1.3千万箱，而2012年只有1650万箱。中国葡萄酒进口市场容量将在五年内达到5千万箱（12瓶750ml，下同），十年内达到1亿箱。进口葡萄酒比例达到了16%，进口量在过去四年内增长了60%。葡萄酒专业水平的增长未跟上市场的增长，如分销与管理方面的不足。这导致了走私酒和假酒泛滥。自2006年以来，葡萄酒进口商的数量增至三倍，仍不能完全满足市场的需求。估计中国的葡萄酒进口商和经销商共有2万个左右。成熟的商家奋力游说政府加强法律法规，以整顿鱼龙混杂的市场。中国政府也认识到假酒等问题的严重性，预计这两年内会有所行动。特别是学习美国等国家的税法，以葡萄酒的进口量征税，而不是进口额。

2013年中国葡萄酒销量赶超英国，成为全球第五大葡萄酒消费国。大陆和香港地区葡萄酒消费量上升21.5%。就消费额来看，三年内，中国葡萄酒将超过英国，成为仅次于美国的全球第二大葡萄酒消费国。从品种来看，中国人一边倒地倾向于红酒：他们消费的葡萄酒当中有90%都是红酒。由于这种偏好的存在，中国的红酒消费数量排到了世界第五。中国红酒市场零售规模为600亿-700亿元，到2013年将超过900亿元。不过，考虑到每年数量庞大的“水货”，中国红酒市场规模实际已经超过1000亿元，5年后有望翻一番，达到2000亿元。可以预见的是，未来中国葡萄酒市场将实现从百亿级向千亿级的时代跨越，打造具有鲜明特色的优质产品成为葡萄酒企业面临的挑战。未来中国葡萄酒市场将呈现出产区资源全球化、葡萄酒文化本土化、消费高端化三大趋势。

第一章 2013-2014年中国红酒行业发展概述

第一节 红酒行业发展情况概述

一、红酒的基本情况介绍

二、红酒的发展特点分析

第二节 红酒行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、红酒行业产业链分析

第三节 红酒行业生命周期分析

一、行业生命周期理论概述

二、红酒行业所属的生命周期分析

第四节 红酒行业经济指标分析

一、红酒行业的赢利性分析

二、红酒行业附加值的提升空间分析

三、红酒行业进入壁垒与退出机制分析

第二章 2013-2014年世界红酒行业市场发展现状分析

第一节 全球红酒行业发展历程回顾

第二节2013-2014年全球红酒行业市场规模分析

第三节2013-2014年全球红酒行业市场区域分布情况

第四节 2013-2014年红酒行业亚洲地区主要市场分析

第五节2013-2014年红酒行业欧盟主要国家市场分析

第六节2013-2014年红酒行业北美地区主要市场分析

第七节 2014-2019年世界红酒发展走势预测

第八节 2014-2019年全球红酒行业市场规模预测

第三章 2013-2014年中国红酒产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、我国GDP历史变动轨迹分析

二、我国消费价格指数CPI、PPI分析

三、我国外汇储备情况分析

四、我国财政收入情况统计分析

五、工业发展形势（季度更新）

六、我国进出口总额统计分析

七、我国社会集资规模统计分析

八、全国居民收入情况统计分析

九、我国固定资产投资情况统计分析

十、2014-2015年中国宏观经济环境预测分析

第三节 中国红酒行业政策环境分析

第四节 中国红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

第四章中国进口红酒消费者市场分析

第一节 红酒消费者分析

一、红酒消费群体分类

二、不同收入水平消费者偏好调查

三、不同年龄的消费者偏好调查

四、红酒消费观念分析

第二节 红酒消费市场分析

一、2013年红酒行业消费特点

二、2014年红酒消费的市场变化

三、2014-2019年红酒消费潜力分析

第三节 红酒行业产品的品牌市场调查

一、消费者对行业品牌认知度宏观调查

二、消费者对行业产品的品牌偏好调查

三、消费者对行业品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

第四节 2014年中国消费者口感分析

第五节 2013年中国不同客户购买相关的态度及影响分析

第五章 2013-2014年中国红酒市场格局分析

第一节 2013-2014年中国红酒行业竞争现状分析

第二节 2013-2014年中国红酒行业集中度分析

一、2013-2014年中国红酒行业市场集中度分析

二、2013-2014年中国红酒行业企业集中度分析

三、2013-2014年中国红酒行业区域集中度分析

第三节 2013-2014年中国红酒行业存在的问题

第六章 第一节 2012-2013年中国红酒行业进口分析

一、进口总额

二、进口总量

三、细分产品进口分析

第二节 2012-2013年中国红酒行业进口价格走势分析

一、进口价格走势

二、未来进口价格走势预测

第三节 中国红酒行业进口数据分析

一、2012年红酒进口数据统计

二、2013年红酒进口数据统计

第四节 中国红酒进口市场分析

一、2012年红酒进口市场分析

二、2013年红酒进口市场分析

三、2014-2019年红酒进口市场容量分析

第五节 中国进口红酒发展分析

第七章 2013-2014年中国红酒行业竞争情况

第二节 2013-2014年中国红酒行业竞争结构分析

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

第三节2013-2014年中国红酒行业SWOT分析

一、2013-2014年中国红酒行业优势分析

二、2013-2014年中国红酒行业劣势分析

三、2013-2014年中国红酒行业机会分析

四、2013-2014年中国红酒行业威胁分析

第四节 2013-2014年中国红酒行业竞争力优势分析

一、2013-2014年中国红酒行业整体竞争力评价

二、2013-2014年中国红酒行业竞争力评价结果分析

三、2013-2014年中国红酒行业竞争优势评价及构建建议

第八章2013年中国红酒行业重点生产企业分析

第一节 上海建发酒业有限公司

一、公司概况

二、公司经营情况

三、公司发展战略

第二节 ASCFineWine (圣皮尔精品葡萄酒)

一、公司概况

二、公司经营情况

三、公司发展战略

第三节 桃乐丝 (TorresChina) 中国

一、公司概况

二、公司经营情况

三、公司发展战略

第四节 米柯尼斯 (Mercuris) 上海有限公司

一、公司概况

二、公司经营情况

三、公司发展战略

第五节 summergate美夏

一、公司概况

二、公司经营情况

三、公司发展战略

第六节 富隆酒业 (Aussino)

一、公司概况

二、公司经营情况

三、公司发展战略

第七节 名特 (Montrose)

一、公司概况

二、公司发展战略

第八节 由东往西 (EMW)

一、公司概况

二、公司竞争力分析

第九节 鑒法世家 (BeijingLabelFranceWineCo.Ltd.)

一、公司概况

二、公司竞争力分析

第十节 张裕 (烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司)

一、公司概况

二、公司发展战略

第九章2014-2019年中国红酒行业发展前景分析与预测

第一节2014-2019年中国红酒行业未来发展前景分析

一、2014-2019年中国红酒行业国内投资环境分析

二、2014-2019年中国红酒行业市场机会分析

三、2014-2019年中国红酒行业投资增速预测

第二节2014-2019年中国红酒行业未来发展趋势预测

第三节2014-2019年中国红酒行业市场发展预测

一、2014-2019年中国红酒行业市场规模预测

二、2014-2019年中国红酒行业市场规模增速预测

三、2014-2019年中国红酒行业产值规模预测

四、2014-2019年中国红酒行业产值增速预测

第四节2014-2019年中国红酒行业供需情况预测

一、2014-2019年中国红酒行业供需平衡预测

二、2014-2019年中国红酒行业产量规模预测

三、2014-2019年中国红酒行业产量增速预测

四、2014-2019年中国红酒行业需求规模预测

五、2014-2019年中国红酒行业需求增速预测

第五节2014-2019年中国红酒行业盈利走势预测

一、2014-2019年中国红酒行业毛利润同比增速预测

二、2014-2019年中国红酒行业利润总额同比增速预测

第六节2014-2019年中国红酒行业价格走势预测

第十章 2014-2019年中国红酒行业投资风险与营销分析

第一节2014-2019年中国红酒行业进入壁垒分析

- 一、2014-2019年中国红酒行业技术壁垒分析
- 二、2014-2019年中国红酒行业规模壁垒分析
- 三、2014-2019年中国红酒行业品牌壁垒分析
- 四、2014-2019年中国红酒行业其他壁垒分析

第三节 2014-2019年中国红酒行业投资风险分析

- 一、2014-2019年中国红酒行业政策风险分析
- 二、2014-2019年中国红酒行业技术风险分析
- 三、2014-2019年中国红酒行业竞争风险分析
- 四、2014-2019年中国红酒行业其他风险分析

第十一章 2014-2019年中国红酒行业发展策略及投资建议

第一节2014-2019年中国红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

第一节2014-2019年中国红酒行业发展策略分析

- 一、坚持产品创新的领先战略
- 二、坚持品牌建设的引导战略
- 三、坚持工艺技术创新的支持战略
- 四、坚持市场营销创新的决胜战略
- 五、坚持企业管理创新的保证战略

第三节 观研天下专家投资建议

- 一、2014-2019年中国红酒行业投资区域分析
- 二、2014-2019年中国红酒行业投资产品分析

图表详见正文•••••

特别说明：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，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiulei/194658194658.html>