

# 2021年中国葡萄酒市场调研报告- 市场运营现状与发展趋势研究

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国葡萄酒市场调研报告-市场运营现状与发展趋势研究》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/534692534692.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

葡萄酒是以鲜葡萄或葡萄汁为原料，经过全部或部分发酵酿造而成，且酒精含量介于10%-15%的酒精饮品。按色泽分类，葡萄酒可分为白葡萄酒、红葡萄酒、桃红葡萄酒。按含糖量分类，葡萄酒可分为干葡萄酒、半干葡萄酒、半甜葡萄酒、甜葡萄酒。按是否含二氧化碳分类，分为静态葡萄酒和气泡葡萄酒。按酿造方法分类，葡萄酒可分为天然葡萄酒、加强葡萄酒、加香葡萄酒和葡萄蒸馏酒；按酒精含量分类，葡萄酒可分为软饮料葡萄酒、起泡葡萄酒、加强葡萄酒/加度葡萄酒、加香料葡萄酒；按葡萄汁含量分类，葡萄酒可分为全汁葡萄酒和半汁葡萄酒；按葡萄来源分类，葡萄酒可分为家葡萄酒和山葡萄酒。

葡萄酒分类

分类标准

相应品种

按色泽分类

白葡萄酒、红葡萄酒、桃红葡萄酒

按含糖量分类

干葡萄酒、半干葡萄酒、半甜葡萄酒、甜葡萄酒

按是否含二氧化碳分类

静态葡萄酒、气泡葡萄酒

按酿造方法分类

天然葡萄酒、加强葡萄酒、加香葡萄酒、葡萄蒸馏酒

按酒精含量分类

软饮料葡萄酒、起泡葡萄酒、加强葡萄酒/加度葡萄酒、加香料葡萄酒

按葡萄汁含量分类

全汁葡萄酒、半汁葡萄酒

按葡萄来源分类

家葡萄酒、山葡萄酒 数据来源：公开资料整理

根据数据显示，2018年，我国葡萄酒行业市场规模为902.2亿元，较上年同比增长4.6%；2019年，我国葡萄酒行业市场规模为\*\*亿元，较上年同比增长\*\*%。

2015-2019年我国葡萄酒行业市场规模及增速 数据来源：公开资料整理

### 一、优势分析

(1) 葡萄酒消费习惯逐渐养成：伴随着全民健康意识和消费理念逐渐发生转变，科学饮酒、健康饮酒的理念逐渐被我国消费者所认同。与众多酒类产品相比，葡萄酒具有低酒精

度的特点，并且富含花青素、白藜芦醇、铜、锰、碘、维生素等多种对人体健康有益的微量元素及物质。在适量饮用的条件下，葡萄酒具有降血脂、预防癌症，开胃健脾、排毒养颜等功效，被誉为十大保健食品之一。随着居民消费水平的不断提高，居民对健康的诉求日益加深，葡萄酒将取代部分烈酒成为酒类消费新趋势。

（2）小产区模式兴起与发展：小产区模式是指在特定区域发展具有独特品种、特殊品质的特色产品。鉴于国外的发展经验，中国玛纳斯、秦皇岛等葡萄酒产区正逐步开展小产区模式的建设。随着消费者对高品质、差异化特色产品的需求与日俱增，风土、特色鲜明的小产区和小产地葡萄酒的优势逐步凸显，这种优势也正逐步得到更多消费者的认可和青睐，有助于促进行业进一步发展。

（3）小包装热潮来袭：传统的葡萄酒包装大部分为750毫升玻璃瓶，消费者打开一瓶葡萄酒，通常很少一次饮用完毕，开瓶后的葡萄酒需要妥善储藏，若储藏不当品质和味道就会发生变化，导致浪费。小瓶葡萄酒更便于外出携带，同时也提供给消费者更多选择，如根据自身酒量、饮用人数和场合等差异选择更适合的容量。近两年来，更多的国产葡萄酒企业注重产品结构的调整，187毫升、200毫升或375毫升的小瓶葡萄酒的推出，满足了消费者多样化的消费需求，推动行业进一步扩大市场。

我国葡萄酒行业优势 数据来源：公开资料整理

## 二、劣势分析

（1）葡萄酒产品同质化严重：我国酿酒葡萄品种单一化导致葡萄酒风格同质化，与葡萄酒个性化和多样化的产品属性不相符，也使得中国地域广、气候复杂多样的特色优势难以发挥，不利于中国葡萄酒行业的持续发展。根据数据显示，红葡萄品种所酿的葡萄酒占整个葡萄酒市场的80%，白葡萄品种约占20%。红葡萄品种中，主要以赤霞珠品种为主，其占比达60%，其次是梅鹿辄。

葡萄酒原料品种占比情况 数据来源：公开资料整理

（2）食品安全问题屡禁不止：当前部分葡萄酒生产商急功近利，未能按照工艺要求操作、质量标准加工生产或采用质次价低的原料进行生产，严重影响产品质量。此外，少数商家为了获取暴利，在市面上销售假酒，对葡萄酒行业的发展造成了严重的负面影响，影响葡萄酒行业健康发展。

葡萄酒行业食品安全乱象一览

时间

## 事件

2017年12月

大连市公安局侦破了一起特大生产销售假冒红酒案件，其中以生产和销售奔富、拉菲系列假冒红酒居多，涉案15个省，涉案人员69人，涉案金额3亿余元。

2018年1月

国家质检总局对北京等14个省、自治区、直辖市79家企业生产的93种葡萄酒产品进行抽检，合格产品82种，产品抽样合格率为88.2%。抽检存在的问题主要有酒精度不符合标准要求、标签标识不规范、违规使用食品添加剂等。

2018年10月

吉林省市场监督管理厅对酒类等4类120批次样品进行抽检，发现吉林市昌邑区多又惠超市销售的标称吉林市東津食品有限公司生产的紫情人葡萄酒（葡萄酒）不合格：酒精度检出值4.5%vol，标准规定为6.0至8.0%vol；苯甲酸及其钠盐（以苯甲酸计）检出值0.130g/kg，标准规定为不得检出；糖精钠（以糖精计）检出值0.0146g/kg，标准规定为不得检出。

数据来源：公开资料整理

### 三、 机遇分析

（1）中国工信部、商务部、中国酒业协会等部门相继出台了一系列相关政策推动葡萄酒行业发展。如2012年6月，工信部制定《葡萄酒行业准入条件》，设置葡萄酒行业准入条件，规范葡萄酒行业发展，加强行业管理，防止盲目投资和低水平重复建设，引导企业合理布局。

## 我国葡萄酒行业相关政策

颁布日期

政策名称

制定部门

主要内容及影响

2005.09

《葡萄酒及果酒生产许可证审查细则》

国家质检总局

对葡萄酒生产企业的基本生产流程及关键控制环节、必备的生产资源、产品相关标准、原辅材料要求、检验及判定原则等作了规定

2005.11

《酒类流通管理办法》

商务部

规定包括酒类批发、零售、储运在内的酒类流通实行经营者登记备案制度和随附单制度。该

《办法》的发布对中国酒类管理走上法制化、规范化的道路具有重大意义

2006.12

《中华人民共和国国家标准葡萄酒》（GB15037-2006）

国家质检总局、国家标准委

对酿酒葡萄种植、葡萄酒生产到贮存、运输各过程的管理标准进行规范

2007.07

《国务院关于加强食品等产品安全监督管理的特别规定》

国务院

规定酒类销售者必须建立并执行进货检查验收制度，审验供货商的经营资格，验明产品合格证明和产品标识；必须建立产品进货台账；进口产品应当符合中国国家技术规范的强制性要求以及中国与出口国（地区）签订的协议规定的检验要求

2008.12

《中华人民共和国国家环境保护标准清洁生产标准——葡萄酒制造业》（HJ452-2008）

环境保护部

规定了葡萄酒制造企业在达到国家和地方污染物排放标准的基础上，根据当前的行业技术、装备水平和管理现状进行清洁生产的一般要求

2012.06

《葡萄酒行业准入条件》

工信部

设置葡萄酒行业准入条件，规范葡萄酒行业发展，加强行业管理，防止盲目投资和低水平重复建设，引导企业合理布局

2013.04

《酒类行业流通服务规范》

商务部

规定了酒类流通的术语和定义，界定了酒类流通的服务和流程，提出了销售全过程的质量控制重点，对宣传推介会以及服务规范提出了要求

2014.08

《中华人民共和国工业产品生产许可证管理条例实施办法》

国家质检总局

对酒类等直接关系人体健康的加工食品等一系列重要工业产品实行生产许可证制度管理

数据来源：公开资料整理

（2）近五年来进口葡萄酒大量涌入中国市场，加速了葡萄酒文化的传播和消费者的培育，从而拓宽了葡萄酒市场的空间。品鉴会、会所、俱乐部、酒庄体验、西餐会、品酒会等各式各样的体验式活动向消费者展示葡萄酒文化，传播葡萄酒知识，展示葡萄酒的魅力，为葡萄酒行业营造良好的消费环境和氛围。

(3) 原材料生产是葡萄酒制造的核心环节，原材料已成为葡萄酒行业竞争的关键。虽然目前我国葡萄酒原材料种植基地面积在不断增长，但总体而言，优质、风格独特的葡萄酒原材料种植基地较少。因此，葡萄酒企业纷纷通过资本的力量“跑马圈地”，通过收购国外酒庄打通上游原材料资源，并整合全球营销渠道，为全球消费者提供各具特色的葡萄酒产品。如2013年到2018年，张裕先后收购了法国富郎多干邑酒庄、西班牙里奥哈爱欧公爵酒庄、法国波尔多蜜合花酒庄、智利卡萨布兰卡谷魔狮酒庄、澳大利亚歌浓酒庄五个酒庄。

#### 四、威胁分析

(1) 2012年和2015年，我国先后分别对新西兰和智利进口葡萄酒实施零关税，新西兰和智利进口葡萄酒仅需缴纳10%的消费税和16%的增值税。2018年起，格鲁吉亚进口葡萄酒也加入零关税队伍。2018年5月，我国进口葡萄酒总税收从48.2%下降至46.9%。2019年1月起，根据中澳自贸协定，我国进口澳大利亚葡萄酒的关税降至零。

关税优惠政策的实施，促使进口葡萄酒大量进入国内市场，导致进口葡萄酒的竞争进入白热化阶段。同时，进口葡萄酒凭借价格、品质、口味等优势不断抢占国产葡萄酒市场份额。尽管近两年来葡萄酒进口量和金额有所下降，但进口葡萄酒仍对国产葡萄酒的发展造成较大的冲击。

根据数据显示，2019年，我国葡萄酒进口量为662294千升，较上年同比下降9.2%；2020年，我国葡萄酒进口量为471360千升，较上年同比下降28.8%。

2015-2020年我国葡萄酒进口量及增速 数据来源：公开资料整理

根据数据显示，2019年，我国葡萄酒进口金额达到3536.4百万美元，较上年同比下降9.7%；2020年，我国葡萄酒进口金额达到2832.1百万美元，较上年同比下降19.9%。

2015-2020年我国葡萄酒进口金额及增速 数据来源：公开资料整理（zlj）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国葡萄酒市场调研报告-市场运营现状与发展趋势研究》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。

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家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 2017-2020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
- 四、葡萄酒行业经营模式
  - 1、生产模式
  - 2、采购模式
  - 3、销售模式
- 五、葡萄酒行业需求主体分析

#### 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、产业链运行机制
  - 1、沟通协调机制
  - 2、风险分配机制
  - 3、竞争协调机制



#### 四、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 2017-2020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 欧洲葡萄酒行业地区市场分析

#### 一、欧洲葡萄酒行业市场现状分析

#### 二、欧洲葡萄酒行业市场规模与市场需求分析

#### 三、欧洲葡萄酒行业市场前景分析

### 第六节 2021-2026年世界葡萄酒行业分布走势预测

### 第七节 2021-2026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 我国葡萄酒行业细分市场分析

- 一、细分市场一
- 二、细分市场二
- 三、其它细分市场

#### 第六节 中国葡萄酒行业供需平衡分析

#### 第七节 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 2017-2020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影响因素分析

#### 二、中国葡萄酒行业市场集中度分析

### 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 中国葡萄酒行业钻石模型分析

#### 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 2017-2020年中国葡萄酒行业需求特点与动态分析

### 第一节 中国葡萄酒行业消费市场动态情况

### 第二节 中国葡萄酒行业消费市场特点分析

#### 一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 葡萄酒行业成本结构分析

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 2017-2020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 中国华东地区葡萄酒市场分析

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

四、华南地区葡萄酒市场规模预测

第九章 2017-2020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SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

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

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

#### 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

#### 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

#### 四、公司优劣势分析

### 第十一章 2021-2026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 2021-2026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分析

##### 四、葡萄酒行业其他风险分析

#### 第二节 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 2021-2026年中国葡萄酒行业发展战略及规划建议

### 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

### 第四节 葡萄酒行业竞争力提升策略

- 一、葡萄酒行业产品差异性策略
- 二、葡萄酒行业个性化服务策略
- 三、葡萄酒行业的促销宣传策略
- 四、葡萄酒行业信息智能化策略
- 五、葡萄酒行业品牌化建设策略
- 六、葡萄酒行业专业化治理策略

## 第十四章 2021-2026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

第三节 中国葡萄酒行业价格策略

第四节 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 . . . . .

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiulei/534692534692.html>