

# 2016-2022年中国红酒行业市场研究及发展前景预测报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2016-2022年中国红酒行业市场研究及发展前景预测报告》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：<https://www.huaon.com/detail/285483.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: [kf@huaon.com](mailto:kf@huaon.com)

联系人: 刘老师

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（Red wine）是葡萄酒的通称，并不一定特指红葡萄酒。红酒有许多分类方式。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。

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，占80%以上，其次是经葡萄里面的糖份自然发酵而成的酒精，一般在10%至30%，剩余的物质超过1000种，比较重要的有300多种，红酒其他重要的成分有酒石酸，果胶，矿物质和单宁酸等。虽然这些物质所占的比例不高，却是酒质优劣的决定性因素。质优味美的红酒，是因为它们能呈现一种组织结构的平衡，使人在味觉上有无穷的感受。

研究证实，适当饮用红葡萄酒对健康有益，红酒提炼的SOD活性特别高，其抗氧化功能比由葡萄直接提炼要高得多。葡萄子富含的营养物质多酚，其抗衰老能力是维他命E的50倍，是维他命C的25倍，而红酒中低浓度的果酸还有抗皱洁肤的作用。

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。

报告目录：

### 第一章 红酒行业发展概况

#### 第一节 红酒相关介绍

- 一、红酒的概念
- 二、红酒由来与发展
- 三、红酒酿造过程
- 四、红酒与健康

#### 第二节 红酒的分类

- 一、按颜色分类
- 二、按含气压力分类
- 三、按含糖量分类
- 四、按酿造方法分类
- 五、按饮用方式分类

#### 第三节 红酒行业政策环境分析

- 一、产业相关政策分析

二、上下游产业政策影响

三、进出口政策影响分析

四、部分地区产业政策

第四节 红酒行业社会环境分析

一、中国人口环境分析

二、葡萄种植产地分析

三、葡萄产量情况分析

第二章 全球及中国红酒行业市场供需状况分析

第一节 全球红酒行业供需情况分析

一、全球酿酒葡萄种植分析

二、全球红酒产量分析

三、全球红酒消费分析

四、全球红酒供需分析

第二节 中国红酒行业供需情况分析

一、中国红酒产量情况分析

二、中国红酒市场需求现状

三、中国红酒市场零售量

四、中国红酒市场零售额

第三节 中国红酒进出口情况分析

一、中国红酒进口情况分析

二、中国红酒出口情况分析

第三章 2011-2015年中国红酒行业经济运行分析

第一节 2014-2016年中国红酒行业发展分析

一、2013年中国红酒行业概述

二、2014年中国红酒行业概述

三、2015年中国红酒行业概述

第二节 2011-2015年中国红酒行业规模分析

一、红酒行业企业数量统计

二、红酒行业资产总额分析

三、红酒行业销售收入分析

四、红酒行业利润总额分析

第三节 2011-2015年红酒行业经营效益分析

一、红酒行业偿债能力分析

## 二、红酒行业盈利能力分析

## 三、红酒行业的毛利率分析

## 四、红酒行业营运能力分析

### 第四节 2011-2015年红酒行业成本费用分析

#### 一、红酒行业营业成本分析

#### 二、红酒行业销售费用分析

#### 三、红酒行业管理费用分析

#### 四、红酒行业财务费用分析

## 第四章 中国红酒高端市场运行态势分析

### 第一节 中国红酒高端市场发展状况

#### 一、葡萄酒高端产品市场发展探究

#### 二、中国高端葡萄酒市场“遇冷”

#### 三、中国高端葡萄酒营销模式的创新

#### 四、中国国产葡萄酒力图收复高端市场

#### 五、中国本土葡萄酒进入高端市场

### 第二节 中国高端红酒现存问题及策略

#### 一、国产高端葡萄酒发展现存问题

#### 二、中国高端葡萄酒市场乱象分析

#### 三、发展中国高端葡萄酒市场的措施

#### 四、解析葡萄酒高端产品的营销策略

#### 五、经销葡萄酒高端品牌的策略分析

#### 六、高档葡萄酒销售终端建设策略

### 第三节 中国红酒高端市场发展前景

#### 一、未来高端葡萄酒还有提升空间

#### 二、未来高档葡萄酒前景相当可观

#### 三、高档葡萄酒服务型终端建设前景

## 第五章 中国红酒行业细分产品市场分析

### 第一节 红葡萄酒相关概述与市场前景

#### 一、酿红葡萄酒的葡萄品种

#### 二、影响红葡萄酒颜色的因素

#### 三、红葡萄酒生产工艺与流程

#### 四、中国红葡萄酒市场规模分析

#### 五、红葡萄酒市场将向高档化发展

## 第二节 桃红葡萄酒市场现状及前景

- 一、中国桃红葡萄酒市场规模分析
- 二、桃红葡萄酒发展存在的问题
- 三、桃红葡萄酒企业突围战略分析
- 四、桃红葡萄酒市场发展前景分析

## 第三节 干红葡萄酒市场发展分析

- 一、干红葡萄酒相关概述
- 二、干红葡萄酒的生产工艺
- 三、干红葡萄酒新技术发展动向
- 四、干红葡萄酒文化发展前景

## 第四节 干白葡萄酒市场发展分析

- 一、干白葡萄酒相关概述
- 二、干白葡萄酒酿造工艺
- 三、干白葡萄酒营养价值
- 四、白葡萄酒市场规模统计
- 五、干白葡萄酒发展趋势分析

## 第五节 起泡葡萄酒市场发展分析

- 一、起泡葡萄酒相关概述
- 二、起泡葡萄酒的酿造方法分析
- 三、起泡葡萄酒市场规模分析
- 四、进口起泡酒市场发展前景

## 第六节 甜葡萄酒市场发展分析

- 一、甜葡萄酒的历史与酿造工艺
- 二、甜葡萄酒低价出售原因分析
- 三、甜型葡萄酒企业出路发展分析

## 第七节 冰葡萄酒市场发展分析

- 一、冰葡萄酒发展历史分析
- 二、冰葡萄酒生产工艺分析
- 三、冰葡萄酒市场生产现状
- 四、冰葡萄酒产业问题及对策
- 五、冰葡萄酒产业发展前景

## 第八节 山葡萄酒市场发展分析

- 一、山葡萄酒相关概述
- 二、山葡萄酒制作工艺分析
- 三、中国山葡萄酒国标制定进展

#### 四、国内山葡萄酒差异化发展

#### 五、山葡萄酒发展现存问题和出路

### 第六章 中国红酒行业竞争格局及战略分析

#### 第一节 中国红酒行业竞争结构分析

##### 一、行业现有企业间的竞争

##### 二、行业新进入者威胁分析

##### 三、替代产品或服务的威胁

##### 四、上游商讨价还价能力

##### 五、下游用户讨价还价的能力

#### 第二节 中国红酒行业竞争力分析

##### 一、品牌竞争分析

##### 二、成本竞争分析

##### 三、价格竞争分析

##### 四、技术竞争分析

#### 第三节 红酒企业投资兼并与重组分析

##### 一、国内企业兼并重组发展态势

##### 二、国内企业兼并与重组政策

##### 三、国内红酒企业兼并与重组现状

##### 四、国内红酒企业并购整合风险

##### 五、红酒行业并购与重组对策建议

#### 第四节 红酒企业资本市场运作建议

##### 一、红酒企业兼并购及收购建议

##### 二、红酒企业融资方式选择建议

##### 三、红酒企业海外市场运作建议

### 第七章 红酒销售渠道及营销策略分析

#### 第一节 红酒销售渠道分析

##### 一、红酒销售渠道模式分析

###### （一）葡萄酒销售渠道概述

###### （二）直供分销模式

###### （三）代理经销模式

##### 二、中国葡萄酒营销渠道发展趋势

##### 三、第三方独立营销商和营销网络

##### 四、红酒分渠道亟待解决四大问题

## 第二节 中国红酒电子商务市场分析

### 一、红酒电子商务市场现状

### 二、红酒电子商务市场动态

### 三、红酒电子商务融资动态

## 第三节 中国红酒品牌营销策略分析

### 一、红酒品牌价值分析

### 二、品牌营销的三元结构

### 三、红酒品牌营销误区

### 四、红酒副品牌开发策略

### 五、红酒品牌营销案例

#### （一）长城葡萄酒奥运营销

#### （二）张裕的体验营销策略

#### （三）王朝酒业的营销策略

## 第四节 中国红酒包装策略分析

### 一、红酒包装新型纸盒流行

### 二、中国红酒包装期待变革

### 三、中国红酒包装发展趋势

## 第五节 中国红酒其它营销策略分析

### 一、红酒企业文化营销模式

### 二、红酒专卖店的营销战略

### 三、量产红酒的营销策略

### 四、红酒超市促销策略

### 五、红酒促销策略分析

## 第六节 中国红酒电子商务现存问题及前景

### 一、红酒电子商务现存问题

### 二、红酒电子商务渠道建设

### 三、红酒电子商务发展道路

### 四、红酒电子商务发展趋势

## 第八章 红酒电商市场发展分析

### 第一节 中国红酒电子商务概述

#### 一、红酒电子商务的兴起

#### 二、红酒电子商务优势分析

### 第二节 红红酒电商市场规模与渗透率

#### 一、红红酒电商总体开展情况

## 二、红红酒电商交易规模分析

## 三、红红酒电商渠道渗透率分析

### 第三节 红酒电子商务存在问题及挑战

#### 一、红酒电子商务发展存在的问题

#### 二、红酒电商行业发展面临的挑战

### 第四节 红酒电子商务发展情景分析

#### 一、红酒电商行业市场发展前景

#### 二、红酒电子商务发展道路

#### 三、红酒电子商务发展趋势

## 第九章 国际红酒生产企业发展分析

### 第一节 星座公司 ( CONSTELLATION BRANDS , INC. )

#### 一、基本情况

#### 二、产品分析

#### 三、经营情况

#### 四、在营

### 第二节 帝亚吉欧公司 ( DIAGEO PLC )

#### 一、基本情况

#### 二、产品分析

#### 三、经营情况

#### 四、在华投资

### 第三节 保乐力加集团 ( PERNOD RICARD GROUP )

#### 一、基本情况

#### 二、产品分析

#### 三、经营情况

#### 四、在营

### 第四节 澳洲财富酒业 ( Treasury Wine Estates )

#### 一、基本情况

#### 二、产品分析

#### 三、经营情况

#### 四、在营

## 第十章 国内红酒主要生产企业发展分析

### 第一节 张裕葡萄酒股份有限公司

#### 一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业产品产地分析

四、企业主要酒庄分析

五、企业经营情况分析

六、企业销售网络分析

七、企业产品发展方向

八、企业竞争优势分析

九、企业发展战略分析

## 第二节 中信国安葡萄酒业股份有限公司

一、企业基本发展情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售网络分布

五、企业竞争优势分析

## 第三节 通化红酒股份有限公司

一、企业基本发展情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售网络分布

五、企业竞争优势分析

六、企业发展战略分析

## 第四节 甘肃莫高实业发展股份有限公司

一、企业基本发展情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业竞争优势分析

五、企业发展战略分析

## 第五节 甘肃皇台酒业股份有限公司

一、企业基本发展情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售网络分布

五、企业竞争优势分析

## 第六节 威龙葡萄酒股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主营产品分析

三、企业产品产销分析

四、企业经营情况分析

五、企业销售网络分布

六、企业竞争优势分析

七、企业发展战略分析

## 第十一章 2016-2022年中国红酒行业发展趋势与前景分析

### 第一节 2016-2022年中国红酒行业投资环境分析

### 第二节 2016-2022年中国红酒行业投资前景分析

一、红酒行业发展前景分析

二、红酒发展趋势预测分析

三、红酒市场规模预测分析

### 第三节 2016-2022年中国红酒行业投资风险分析

一、产业政策风险

二、市场竞争风险

三、市场原料风险

四、市场经营风险

### 第四节 2016-2022年红酒行业投资策略及建议

一、红酒投资误区分析

二、红酒主题投资策略

三、红酒市场投资方式

四、红酒企业投资策略

## 第十二章 红酒类金融与投资市场分析

### 第一节 红酒类金融与投资属性

一、红酒金融产品与投资升值原理

（一）产品因素

（二）供需因素

（三）供求矛盾

二、红酒金融产品与投资升值特点

（一）风险收益特性

（二）资产配置属性

### 第二节 红酒类金融与投资方式

一、实物红酒买卖

二、期酒

三、拍卖

四、信托基金

五、购买酒庄

六、购买名酒债券

七、红酒类金融与投资者分析

八、红酒类金融与投资收益情况

（一）国外红酒品牌产品

（二）国内红酒品牌产品

九、红酒类金融与投资SWOT分析

（一）优势分析

（二）劣势分析

（三）机会分析

（四）风险分析

第三节红酒投资市场建设与发展

一、国内红酒投资市场概况分析

二、国内红酒投资交易市场发展情况

三、国内红酒收藏投资市场途径分析

图表目录：

图表 1 世界红酒主产区分布图

图表 2 红酒的生产流程

图表 3 红酒的分类

图表 4 中国红酒生产企业清洁生产指标要求

图表 5 2010-2015年中国人口总量增长趋势图

图表 6 2015年全国人口数及其构成

图表 7 2010-2015年我国葡萄产量情况分析

图表 8 世界主要葡萄产区分布

图表 9 2008-2015年世界葡萄酒产量情况统计分析

图表 10 全球葡萄酒生产国家分布图

图表 11 2008-2015年全球葡萄酒消费量情况统计分析

图表 12 2008-2015年全球葡萄酒供求差距统计

图表 13 2010-2015年中国葡萄酒产量情况表

图表 14 2008-2015年中国葡萄酒零售量统计

图表 15 2008-2015年中国葡萄酒零售额统计

图表 16 2009-2015年中国鲜葡萄酿造的酒进口数量统计

图表 17 2009-2015年中国鲜葡萄酿造的酒进口金额统计

图表 18 2009-2015年中国鲜葡萄酿造的酒出口数量统计

图表 19 2009-2015年中国鲜葡萄酿造的酒出口金额统计

图表 20 2015年中国红酒制造行业经济指标统计

图表 21 2015年中国红酒制造行业经济指标统计

图表 22 2015年中国红酒制造行业经济指标统计

|                          |    |                           |    |    |
|--------------------------|----|---------------------------|----|----|
| 图表                       | 23 | 2012-2015年中国红酒制造企业数量变化趋势图 | 图表 | 24 |
| 2011-2015年中国红酒制造行业资产总额统计 |    |                           |    |    |

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/285483.html>