

2019-2025年中国高端葡萄酒市场运行态势及行业发展前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2019-2025年中国高端葡萄酒市场运行态势及行业发展前景预测报告》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/398258.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

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

葡萄酒是以葡萄为原料酿造的一种果酒。其酒精度高于啤酒而低于白酒。营养丰富，保健作用明显。有人认为，葡萄酒是最健康最卫生的饮料之一。它能调整新陈代谢的性能，促进血液循环，防止胆固醇增加。还具有利尿、激发肝功能和防止衰老的功效。也是医治心脏病的辅助剂，可预防坏血病、贫血、脚气病、消化不良和眼角膜炎等疾病。常饮葡萄酒患心脏病率减少，血脂和血管硬化降低。

2018年意大利以48.5亿升的产量再次成为世界葡萄酒最大生产国，占据了全球17.2%的葡萄酒生产市场；法国以46.4亿升紧随其后，占全球比重16.45%；西班牙产量40.9亿升，排名第三。另外，阿根廷经过两年产量低谷后，在2018年表现亮眼，产量较上年增长23%，达到14.5亿升，跻身全球第五。

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 高端葡萄酒行业相关基础概述及研究机构

1.1 高端葡萄酒的定义及分类

1.1.1 高端葡萄酒的界定

1.1.2 高端葡萄酒的品鉴

1.1.3 高端葡萄酒产品分类

1.2 高端葡萄酒行业特点分析

1.2.1 市场特点分析

1.2.2 行业经济特性

1.2.3 行业发展周期分析

1.2.4 行业进入风险

1.2.5 行业成熟度分析

1.3 高端葡萄酒行业研究机构

1.3.1 高端葡萄酒行业介绍

1.3.2 高端葡萄酒行业研究优势

1.3.3 高端葡萄酒行业研究范围

第二章 2016-2018年中国高端葡萄酒行业市场发展环境分析

2.1 中国高端葡萄酒行业经济环境分析

2.1.1 中国经济运行情况

- 1、国民经济运行情况GDP
- 2、消费价格指数CPI、PPI
- 3、全国居民收入情况
- 4、恩格尔系数
- 5、工业发展形势
- 6、酿酒工业发展现状

2.1.2 经济环境对行业的影响分析

2.2 中国高端葡萄酒行业政策环境分析

2.2.1 行业监管环境

- 1、中国轻工业联合会
- 2、国家酒类及饮料质量监督检验中心

2.2.2 行业政策分析

- 1、《中华人民共和国食品安全法》
- 2、《食品标识管理规定》
- 3、《食品安全国家标准预包装食品标签通则》（GB 77182011）
- 4、《预包装饮料酒标签通则》（GB 103442005）
- 5、《食品安全国家标准蒸馏酒及其配制酒》（GB 27572012）

2.2.3 政策环境对行业的影响分析

2.3 中国高端葡萄酒行业社会环境分析

2.3.1 行业社会环境

- 1、人口环境分析
- 2、饮酒文化分析
- 3、消费升级分析
- 4、个性化消费分析
- 5、饮酒低度化趋势分析
- 6、消费升级发展趋势分析
- 7、大众消费趋势分析

2.3.2 社会环境对行业的影响分析

2.4 中国高端葡萄酒行业技术环境分析

2.4.1 高端葡萄酒酿造工艺分析

- 1、酿造工艺流程分析
- 2、中国高端葡萄酒行业新工艺研究

2.4.2 地理环境对高端葡萄酒品质的影响分析

第三章中国高端葡萄酒行业上、下游产业链分析

3.1 高端葡萄酒行业产业链概述

3.1.1 产业链定义

3.1.2 高端葡萄酒行业产业链

3.2 高端葡萄酒行业上游葡萄种植产业发展分析

3.2.1 葡萄种植产业发展现状

3.2.2 葡萄产业供给分析

3.2.3 葡萄供给价格分析

3.2.4 主要葡萄供给区域分析

3.3 高端葡萄酒行业下游经销商情况分析

3.3.1 高端葡萄酒经销商发展现状

3.3.2 高端葡萄酒经销商规模情况

3.3.3 高端葡萄酒经销商区域分布

3.4 高端葡萄酒行业消费者消费情况分析

3.4.1 居民人均高端葡萄酒消费情况

3.4.2 高端葡萄酒消费者地域分布情况

3.4.3 消费升级下的高端葡萄酒消费市场

3.4.4 高端葡萄酒消费者品牌忠诚度分析

第四章国际高端葡萄酒所属行业市场发展分析

4.1 2016-2018年国际高端葡萄酒所属行业发展现状

4.1.1 国际高端葡萄酒所属行业发展现状

4.1.2 国际高端葡萄酒行业发展规模

4.2 2016-2018年国际高端葡萄酒市场需求研究

4.2.1 国际高端葡萄酒市场需求特点

4.2.2 国际高端葡萄酒市场需求结构

4.2.3 国际高端葡萄酒市场需求规模

4.3 2016-2018年国际区域高端葡萄酒行业研究

4.3.1 欧洲

4.3.2 美国

4.3.3 日韩

4.4 国际著名高端葡萄酒品牌分析

4.4.1 罗曼尼-康帝(Romane Conti)

4.4.2 梅洛(Merlot)

4.4.3 Le Pin

4.4.4 Pauillac

4.4.5 瓦朗德鲁酒庄

4.5 2019-2025年国际高端葡萄酒行业发展展望

4.5.1 国际高端葡萄酒行业发展趋势

4.5.2 国际高端葡萄酒行业规模预测

4.5.3 国际高端葡萄酒行业发展机会

第五章 2016-2018年中国高端葡萄酒行业发展概述

5.1 中国高端葡萄酒所属行业发展状况分析

5.1.1 中国高端葡萄酒所属行业发展阶段

5.1.2 中国高端葡萄酒所属行业发展总体概况

5.1.3 中国高端葡萄酒所属行业发展特点分析

5.2 2016-2018年高端葡萄酒所属行业发展现状

5.2.1 2016-2018年中国高端葡萄酒行业发展热点

5.2.2 2016-2018年中国高端葡萄酒所属行业发展现状

5.2.3 2016-2018年中国高端葡萄酒企业发展分析

5.3 中国高端葡萄酒行业细分市场概况

5.3.1 高端白葡萄酒市场

1、高端白葡萄酒市场现状分析

2、高端白葡萄酒市场规模分析

3、高端白葡萄酒市场前景分析

5.3.2 高端红葡萄酒市场

1、高端红葡萄酒市场现状分析

2、高端红葡萄酒市场规模分析

3、高端红葡萄酒市场前景分析

5.3.3 高端桃红葡萄酒市场

1、高端桃红葡萄酒市场现状分析

2、高端桃红葡萄酒市场规模分析

3、高端桃红葡萄酒市场前景分析

5.4 重点高端葡萄酒企业市场份额分析

5.5 高端葡萄酒行业市场集中度分析

5.6 中国高端葡萄酒终端市场运作分析

5.6.1 产品选择和客户管理

5.6.2 公关和培训

5.6.3 促销和客户服务

5.6.4 激励政策

5.6.5 物流管控

5.6.6 理货管理和回款管理

5.7 高端葡萄酒市场困境分析

5.7.1 公务消费市场萎缩冲击市场销量

5.7.2 价格体系混乱

5.7.3 中低端葡萄酒市场兴起对高端市场的冲击

5.7.4 市场发展方向与居民消费需求脱节

5.8 中国高端葡萄酒行业发展问题及对策建议

5.8.1 中国高端葡萄酒行业发展制约因素

5.8.2 中国高端葡萄酒行业存在问题分析

5.8.3 中国高端葡萄酒行业发展对策建议

第六章中国高端葡萄酒行业运行指标分析及预测

6.1 中国高端葡萄酒行业企业数量分析

6.1.1 2016-2018年中国高端葡萄酒行业企业数量情况

6.1.2 2016-2018年中国高端葡萄酒行业企业竞争结构

6.2 中国高端葡萄酒行业生产成本构成分析

6.3 2016-2018年中国高端葡萄酒所属行业财务指标总体分析

6.3.1 所属行业盈利能力分析

6.3.2 所属行业偿债能力分析

6.3.3 行业营运能力分析

6.3.4 所属行业发展能力分析

6.3.5 财务指标总体情况分析

6.4 中国高端葡萄酒所属行业市场规模分析及预测

6.4.1 2016-2018年中国高端葡萄酒所属行业市场规模分析

6.4.2 2019-2025年中国高端葡萄酒所属行业市场规模预测

6.5 中国高端葡萄酒所属行业市场供需分析及预测

6.5.1 中国高端葡萄酒行业市场供给分析

1、2016-2018年中国高端葡萄酒行业供给规模分析

2、2019-2025年中国高端葡萄酒行业供给规模预测

6.5.2 中国高端葡萄酒行业市场需求分析

1、2016-2018年中国高端葡萄酒行业需求规模分析

2、2019-2025年中国高端葡萄酒行业需求规模预测

第七章中国互联网+高端葡萄酒所属行业发展现状及前景

7.1 互联网给高端葡萄酒行业带来的冲击和变革分析

7.1.1 互联网时代高端葡萄酒行业大环境变化分析

7.1.2 互联网给高端葡萄酒行业带来挑战及机遇分析

7.1.3 互联网时代高端葡萄酒营销模式变革分析

7.1.4 互联网时代高端葡萄酒销售渠道变革分析

7.2 中国互联网+高端葡萄酒行业市场发展现状分析

7.2.1 中国互联网+高端葡萄酒行业投资布局分析

1、中国互联网+高端葡萄酒行业投资切入方式

2、中国互联网+高端葡萄酒行业投资规模分析

3、中国互联网+高端葡萄酒行业投资业务布局

7.2.2 高端葡萄酒行业目标客户互联网渗透率分析

7.2.3 中国互联网+高端葡萄酒所属行业市场规模分析

7.2.4 中国互联网+高端葡萄酒行业竞争格局分析

1、中国互联网+高端葡萄酒行业参与者结构

2、中国互联网+高端葡萄酒行业竞争者类型

3、中国互联网+高端葡萄酒行业市场占有率

7.2.5 中国高端葡萄酒电商平台分析

1、酒仙网

2、酒美网

3、网酒网

4、酒库网

5、1919

6、亚马逊

7、京东

8、天猫

7.2.6 中国高端葡萄酒企业互联网战略案例分析

7.3 中国互联网+高端葡萄酒行业市场发展前景分析

7.3.1 中国互联网+高端葡萄酒行业市场增长动力分析

7.3.2 中国互联网+高端葡萄酒行业市场发展瓶颈剖析

7.3.3 中国互联网+高端葡萄酒行业市场发展趋势分析

第八章中国高端葡萄酒行业消费市场调查

我国葡萄酒行业的销售收入并没有随着葡萄酒产量的下降而下跌。2013-2016年，我国规模

以上葡萄酒企业销售收入逐年稳定增长，2017年稍有回落，但也保持在400亿元以上。这种“产量下降，销售额上升”的现象，说明国内葡萄酒企业正经历着结构升级，低效和无效产能逐渐退出市场为中高端产品留出发展空间。整体看来国产葡萄酒行业进入了量低价升的新周期，国内企业纷纷转向中高端产品布局。

2018年前10月，我国规模以上葡萄酒企业销售额为257.31亿元，较上年同期下滑6.79%。进入2018年，进口葡萄酒大量涌入加上进口葡萄酒产品价格区间进一步下移，导致国内葡萄酒市场尤其是中低价位葡萄酒市场竞争十分激烈。

8.1 高端葡萄酒市场消费需求分析

8.1.1 高端葡萄酒市场的消费需求变化

8.1.2 高端葡萄酒行业的需求情况分析

8.1.3 高端葡萄酒品牌市场消费需求分析

8.2 高端葡萄酒消费市场状况分析

8.2.1 高端葡萄酒行业消费特点

8.2.2 高端葡萄酒行业消费结构分析

8.2.3 高端葡萄酒行业消费的市场变化

8.2.4 高端葡萄酒市场的消费方向

8.3 高端葡萄酒行业产品的品牌市场调查

8.3.1 消费者对行业品牌认知度宏观调查

8.3.2 消费者对行业产品的品牌偏好调查

8.3.3 消费者对行业品牌的首要认知渠道

8.3.4 高端葡萄酒行业品牌忠诚度调查

8.3.5 消费者的消费理念调研

第九章中国高端葡萄酒行业市场竞争格局分析

9.1 中国高端葡萄酒行业竞争格局分析

9.1.1 高端葡萄酒行业区域分布格局

9.1.2 高端葡萄酒行业企业规模格局

9.1.3 高端葡萄酒行业企业性质格局

9.2 中国高端葡萄酒行业竞争五力分析

9.2.1 高端葡萄酒行业上游议价能力

9.2.2 高端葡萄酒行业下游议价能力

9.2.3 高端葡萄酒行业新进入者威胁

9.2.4 高端葡萄酒行业替代产品威胁

9.2.5 高端葡萄酒行业现有企业竞争

9.3 中国高端葡萄酒行业竞争SWOT分析

- 9.3.1 高端葡萄酒行业优势分析 (S)
- 9.3.2 高端葡萄酒行业劣势分析 (W)
- 9.3.3 高端葡萄酒行业机会分析 (O)
- 9.3.4 高端葡萄酒行业威胁分析 (T)
- 9.4 中国高端葡萄酒行业投资兼并重组整合分析
 - 9.4.1 投资兼并重组现状
 - 9.4.2 投资兼并重组案例
- 9.5 中国高端葡萄酒行业竞争策略建议

第十章中国高端葡萄酒行业领先企业竞争力分析

- 10.1 烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司竞争力分析
 - 10.1.1 企业发展简况分析
 - 10.1.2 企业经营情况分析
 - 10.1.3 企业经营优劣势分析
- 10.2 中粮华夏长城高端葡萄酒有限公司竞争力分析
 - 10.2.1 企业发展简况分析
 - 10.2.2 企业经营情况分析
 - 10.2.3 企业经营优劣势分析
- 10.3 王朝葡萄酿酒有限公司竞争力分析
 - 10.3.1 企业发展简况分析
 - 10.3.2 企业经营情况分析
 - 10.3.3 企业经营优劣势分析
- 10.4 威龙高端葡萄酒股份有限公司竞争力分析
 - 10.4.1 企业发展简况分析
 - 10.4.2 企业经营情况分析
 - 10.4.3 企业经营优劣势分析
- 10.5 甘肃莫高实业发展股份有限公司竞争力分析
 - 10.5.1 企业发展简况分析
 - 10.5.2 企业经营情况分析
 - 10.5.3 企业经营优劣势分析
- 10.6 中信国安高端葡萄酒业股份有限公司竞争力分析
 - 10.5.1 企业发展简况分析
 - 10.5.2 企业经营情况分析
 - 10.5.3 企业经营优劣势分析
- 10.7 通化高端葡萄酒股份有限公司竞争力分析

- 10.7.1 企业发展简况分析
- 10.7.2 企业经营情况分析
- 10.7.3 企业经营优劣势分析
- 10.8 北京龙徽酿酒有限公司竞争力分析
 - 10.8.1 企业发展简况分析
 - 10.8.2 企业经营情况分析
 - 10.8.3 企业经营优劣势分析
- 10.9 云南高原高端葡萄酒有限公司竞争力分析
 - 10.9.1 企业发展简况分析
 - 10.9.2 企业经营情况分析
 - 10.9.3 企业经营优劣势分析
- 10.10 香格里拉酒业股份有限公司竞争力分析
 - 10.9.1 企业发展简况分析
 - 10.9.2 企业经营情况分析
 - 10.9.3 企业经营优劣势分析

第十一章 2019-2025年中国高端葡萄酒行业发展趋势与投资机会研究

- 11.1 2019-2025年中国高端葡萄酒行业市场发展潜力分析
 - 11.1.1 中国高端葡萄酒行业市场空间分析
 - 11.1.2 中国高端葡萄酒行业竞争格局变化
 - 11.1.3 中国高端葡萄酒行业互联网+前景
- 11.2 2019-2025年中国高端葡萄酒行业发展趋势分析
 - 11.2.1 中国高端葡萄酒行业品牌格局趋势
 - 11.2.2 中国高端葡萄酒行业渠道分布趋势
 - 11.2.3 中国高端葡萄酒行业市场趋势分析
 - 11.2.4 中国高端葡萄酒行业发展新契机分析
- 1、新消费
- 2、新市场
- 3、新零售
- 4、新渠道
- 5、新传播
- 11.3 2019-2025年中国高端葡萄酒行业投资机会与建议
 - 11.3.1 中国高端葡萄酒行业投资前景展望
 - 11.3.2 中国高端葡萄酒行业投资机会分析
 - 11.3.3 中国高端葡萄酒行业投资建议

第十二章 2019-2025年中国高端葡萄酒行业投资分析与风险规避

12.1 中国高端葡萄酒行业关键成功要素分析

12.2 中国高端葡萄酒行业投资壁垒分析

12.3 中国高端葡萄酒行业投资风险与规避

12.3.1 宏观经济风险与规避

12.3.2 行业政策风险与规避

12.3.3 上游市场风险与规避

12.3.4 市场竞争风险与规避

12.3.5 技术风险分析与规避

12.3.6 下游需求风险与规避

12.4 中国高端葡萄酒行业融资渠道与策略

12.4.1 高端葡萄酒行业融资渠道分析

12.4.2 高端葡萄酒行业融资策略分析

第十三章 2019-2025年中国高端葡萄酒行业盈利模式与投资战略规划分析

13.1 国外高端葡萄酒行业投资现状及经营模式分析

13.1.1 境外高端葡萄酒行业成长情况调查

13.1.2 经营模式借鉴

13.1.3 行业投资新趋势动向

13.2 中国高端葡萄酒行业营销模式探讨

13.2.1 定准目标消费，注重概念推广

13.2.2 营销由点到面，循序渐进铺开

13.2.3 突出个性策略，注重品牌营销

13.2.4 切入商务营销，渗透政务宴会

13.2.5 培育红酒品味，完善红酒文化

13.3 中国高端葡萄酒行业投资发展战略规划

13.3.1 战略优势分析

13.3.2 战略机遇分析

13.3.3 战略规划目标

13.3.4 战略措施分析

13.4 最优投资路径设计

13.4.1 投资对象

13.4.2 投资模式

13.4.3 预期财务状况分析

13.4.4 风险资本退出方式

第十四章研究结论及建议（AK ZS）

14.1 研究结论

14.2 专家建议

14.2.1 行业发展策略建议

14.2.2 行业投资方向建议

14.2.3 行业投资方式建议

图表目录：

图表：高端葡萄酒行业特点

图表：高端葡萄酒行业生命周期

图表：高端葡萄酒行业产业链分析

图表：中国GDP增长情况

图表：中国CPI增长情况

图表：中国人口数量及其构成

图表：中国高端葡萄酒消费年龄段变化分析

图表：中国高端葡萄酒饮用场所分析

图表：中国高端葡萄酒不同年龄段饮用时机分析

图表：中国工业增加值及其增长速度

更多图表见正文……

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/398258.html>