

2018-2024年中国红葡萄酒市场运营态势分析及投资前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2018-2024年中国红葡萄酒市场运营态势分析及投资前景预测报告》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/329107.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

2016年1-6月中国葡萄酒产量为52.4万千升，同比增长7.4%。从各区域产量增长走势看，山东、河北、天津、北京等基础相对雄厚、产业相对高端、市场相对成熟的传统省份，上半年产量均出现不同程度的同比下滑。而其余省份产量呈现大面积增长的态势，这些省份中包括葡萄酒产业新兴省份，也包括一些产能规模庞大但产业并不算高端的省份，同时也包括一些以往葡萄酒产业的薄弱省份甚至空白省份，这些省份的葡萄酒产业可谓鱼龙混杂，在取得自身快速增长的同时，也造成葡萄酒行业整体增长内涵更加复杂，使葡萄酒行业整体价值走势、利润走势忽冷忽热，令整个葡萄酒行业可持续增长底蕴的缺失随时成为可能。

世界葡萄酒发达国家，根据品种、栽培技术、酿造工艺、年份、产地等因素生产出不同风格，不同品种的葡萄酒，形成了葡萄酒产品的多样化，来满足不同消费者的需求。在今日红葡萄酒市场剧烈的竞争中，加大结构调整力度，以提高质量、效益和扩大产品出口为目标，重视葡萄基地的发展，建立起抵御各种风险能力的配套基地，为红葡萄酒的发展提供可靠的优质原料，并逐步实现品种区域化、酒种区域化，生产出具有顽强生命力和强大竞争力的高质量、有地区特色的红葡萄酒产品是每个企业势在必行的事。2015年，法国人均消费葡萄酒48升，中国人均消费1.2升（只含法定饮酒人群）；2015年全球葡萄酒消费量（静态葡萄酒）达到2422.7百万箱（P.S.12支/箱，750ml/支，即218.04亿升），其中，红葡萄酒牢牢占据葡萄酒消费第一大类，占54%；白葡萄酒为37%；桃红葡萄酒为8%。2018-2024年间，白葡萄酒与桃红葡萄酒将有出色表现，增长率分别可以达到4.5%和3.1%，红葡萄酒增长率则为3.6%。

2015年，中国在全球红葡萄酒消费中排名第四，红葡萄酒消费量为128.6百万箱（11.57亿升）；法国依然是红葡萄酒消费第一大国，为145.6百万箱（13.10亿升）；美国紧随其后，红葡萄酒消费量为140.1百万箱（12.61亿升）；意大利为137.4百万箱（12.37亿升）。2018-2024年间，仅有美国与中国的红葡萄酒消费量称增长状态，分别是2.5%和1.9%，法国、意大利则略有下降，分别为-1.6%和-1.3%。白葡萄酒与桃红葡萄酒中，中国尚未进入全球前十大消费国，但前景更佳。

红葡萄酒作为一个新兴产业有着良好的发展环境，国家的产业政策也大力鼓励发展葡萄酒产业，即：高度酒向低度酒转移；蒸馏酒向发酵酒转移；粮食酒向果露酒转移；普通酒向优质酒转移。那么，红葡萄酒企业如何顺应潮流，在良好形式的推动下发展起来，这是每一个企业都应思考的问题。完善产品结构调整，提升产品质量完善产品结构调整，提升产品质量是红葡萄酒行业发展的重点。

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：

第一部分红葡萄酒行业发展环境分析

第一章红葡萄酒行业概述

第一节红葡萄酒定义

第二节红葡萄酒分类

第三节红葡萄酒的简史及行业发展简况

第四节红葡萄酒行业在国民经济中的地位

第二章2017年中国红葡萄酒行业经济与政策环境分析

第一节2017年红葡萄酒行业发展经济环境分析

一、宏观经济

二、工业形势

三、固定资产投资

四、进出口贸易

五、货币供应及银行信贷

第二节2017年红葡萄酒行业发展政策环境分析

一、宏观经济政策影响

二、行业政策影响

三、相关标准

第三节2017年红葡萄酒行业社会环境

第二部分红葡萄酒行业市场现状分析

第三章2017年中国红葡萄酒行业供需分析

第一节中国红葡萄酒市场现状分析

第二节中国红葡萄酒产品产量分析

一、红葡萄酒产业总体产能规模

二、红葡萄酒生产区域分布

三、2017年红葡萄酒行业产量

四、2017年红葡萄酒行业消费情况

第三节中国红葡萄酒市场需求分析

第四节中国红葡萄酒消费状况分析

第五节中国红葡萄酒价格趋势分析

一、2017年中国红葡萄酒价格走势

二、影响红葡萄酒价格因素分析

三、2018-2024年中国红葡萄酒价格走势预测

第四章2017年中国红葡萄酒行业进出口分析

第一节2017年红葡萄酒行业进口数据分析

第二节2017年红葡萄酒行业出口数据分析

第三节2018-2024年红葡萄酒行业进口数据预测

第四节2018-2024年红葡萄酒行业出口数据预测

第五章2017年中国红葡萄酒行业的市场需求分析

第一节2017年中国红葡萄酒的需求量分析

第二节2017年我国各地区红葡萄酒的需求结构分析

一、我国红葡萄酒行业分地区产业结构分析

二、我国华东地区红葡萄酒需求量分析

三、我国华北地区红葡萄酒需求量分析

四、我国华中地区红葡萄酒需求量分析

五、我国华南地区红葡萄酒需求量分析

六、我国东北地区红葡萄酒需求量分析

七、我国西部地区红葡萄酒需求量分析

第六章2017年中国红葡萄酒市场运行情况

第一节行业最新动态分析

一、行业相关动态概述

二、行业发展热点聚焦

第二节行业品牌现状分析

第三节行业产品市场价格情况

第四节行业外资进入现状及对未来市场的威胁

第七章2017年中国红葡萄酒行业主要细分市场分析

第一节干红葡萄酒

一、干红葡萄酒市场规模分析

二、干红葡萄酒市场需求分析

三、干红葡萄酒市场竞争格局

四、干红葡萄酒发展存在的问题

五、干红葡萄酒市场趋势预测

六、干红葡萄酒市场潜力分析

第二节甜红葡萄酒

一、甜红葡萄酒市场规模分析

二、甜红葡萄酒市场需求分析

三、甜红葡萄酒市场竞争格局

四、甜红葡萄酒发展存在的问题

五、甜红葡萄酒市场趋势预测

六、甜红葡萄酒市场潜力分析

第三部分红葡萄酒行业竞争分析

第八章2017年红葡萄酒行业特性分析

第一节市场集中度分析

第二节红葡萄酒行业SWOT分析

一、红葡萄酒行业优势

二、红葡萄酒行业劣势

三、红葡萄酒行业机会

四、红葡萄酒行业风险

第三节红葡萄酒行业波特五力模型分析

一、供应商的议价能力

二、购买者的议价能力

三、新进入者的威胁

四、替代品的威胁

五、行业竞争者的竞争

第九章中国红葡萄酒行业重点企业发展分析

第一节烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司

一、企业概况

二、企业经营状况分析

三、企业发展策略分析

第二节中信国安葡萄酒业股份有限公司

一、企业概况

二、企业经营状况分析

三、企业发展策略分析

第三节通化葡萄酒股份有限公司

一、企业概况

二、企业经营状况分析

三、企业发展策略分析

第四节甘肃莫高实业发展股份有限公司

一、企业概况

二、企业经营状况分析

三、企业发展策略分析

第五节广夏（银川）实业股份有限公司

一、企业概况

二、企业经营状况分析

三、企业发展策略分析

第六节中国粮油控股有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业发展策略分析

第七节安徽古井贡酒股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业发展策略分析

第八节贵州茅台酒股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业发展策略分析

第九节青岛啤酒股份有限公司（青岛凯轩干红系列）

- 一、企业概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业发展策略分析

第十节银基集团

- 一、企业概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业发展策略分析

第四部分红葡萄酒行业投资策略分析

第十章2018-2024年中国红葡萄酒行业未来发展预测及投资前景分析

第一节未来红葡萄酒行业发展趋势分析

- 一、未来红葡萄酒行业发展分析
- 二、未来红葡萄酒行业技术开发方向
- 三、总体行业"十三五"整体规划及预测

第二节2018-2024年红葡萄酒行业运行状况预测

- 一、2018-2024年红葡萄酒行业工业总产值预测
- 二、2018-2024年红葡萄酒行业销售收入预测
- 三、2018-2024年红葡萄酒行业总资产预测

第十一章红葡萄酒行业发展战略及风险研究

第一节红葡萄酒行业发展战略分析

- 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

第二节红葡萄酒行业环境风险

一、国际经济环境风险

二、汇率风险

三、宏观经济风险

四、宏观经济政策风险

五、区域经济变化风险

六、红葡萄酒行业产业链风险

第三节红葡萄酒行业政策风险

第四节红葡萄酒行业市场风险

一、市场供需风险

二、价格风险

三、竞争风险

第五节红葡萄酒行业其他风险分析

第十二章对中国红葡萄酒行业投资的建议及观点

第一节投资机遇分析

第二节行业应对策略

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

第三节市场的重点客户战略实施

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

图表目录

图表：2017年国内生产总值增长速度

图表：2017年固定资产投资（不含农户）增长速度

图表：2017年我国人口变化

图表：2017年我国性别结构

图表：2017年我国城乡结构

图表：2017年我国公民年龄结构

图表：2017年我国城镇化水平

图表：2017年我国红葡萄酒市场规模

图表：2018-2024年我国红葡萄酒规模预测

图表：2017年我国红葡萄酒产量

图表：2018-2024年我国红葡萄酒产量预测

图表：2017年我国红葡萄酒产能

图表：2018-2024年我国红葡萄酒产能预测

图表：2017年我国红葡萄酒市场需求分析

图表：2018-2024年我国红葡萄酒市场需求预测

图表：2017年我国红葡萄酒进口总量

图表：2017年我国红葡萄酒进口总额

图表：2018-2024年我国红葡萄酒进口总量预测

图表：2018-2024年我国红葡萄酒进口总额预测

图表：2017年我国干红葡萄酒产品的需求地域分布结构

图表：2017年华东地区红葡萄酒市场消费量

图表：2017年中南地区红葡萄酒市场消费量

图表：2017年华北地区红葡萄酒市场消费量

图表：2017年西部地区红葡萄酒市场消费量

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/329107.html>