

2024-2030年中国葡萄酒行业全景调研及市场需求 预测报告

报告大纲

共研网

www.gonyn.com

一、报告简介

官网地址：<https://www.gonyn.com/report/1703839.html>

报告价格：电子版: 8000元 纸介版：8000元 电子和纸介版: 8500元

订购电话: 010-69365838 / 400-700-9228

电子邮箱: kefu@gonyn.com

联系人: 李经理

二、报告目录及图表目录

目前，中国已经拥有东北、北京、天津、河北、山东、山西、黄河故道、新疆、甘肃、陕西、宁蒙、西南高山、广西等13个葡萄酒产区，几乎覆盖了中国全部适合种植酿酒葡萄的区域，中国的葡萄酒地图正日渐清晰，相关的投资和产业链建设也正在向这些区域聚集。

近年来，随着中国需求的不断增长，我国成为了世界上葡萄酒消费增长最快的市场。我国人均葡萄酒消费量已突破1升大关。中国消费能力快速成长刺激葡萄酒制造业规模扩大。全国葡萄酒累计产量为1381614.56千升，同期增长了16.90%。

全年葡萄酒累计进口量为5.55亿升，同比增长44.57%；进口额20.39亿美元，同比增长34.33%，进口均价同比下降7.09%。零关税的实施使得进口酒的高性价比再次凸显，进口酒的市场份额将大幅提升至33%左右。

共研网发布的《2024-2030年中国葡萄酒行业全景调研及市场需求预测报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。

第一章 产业基础及投资特性

第一节 葡萄酒定义及分类

第二节 2022-2023年产业特性

- 一、市场规模及增长
- 二、产业生命周期
- 三、行业赢利能力
- 四、市场竞争程度

第三节 2019-2022年产业地位

- 一、资产规模（白酒、啤酒、葡萄酒）
- 二、销售收入（白酒、啤酒、葡萄酒）
- 三、企业数量（白酒、啤酒、葡萄酒）
- 四、盈利规模（白酒、啤酒、葡萄酒）
- 五、盈利能力（白酒、啤酒、葡萄酒）

第二章 2022-2023年全球葡萄酒产业

第一节 全球葡萄酒产量

- 一、全球总产量
- 二、欧盟地区葡萄酒生产
- 三、其他地区葡萄酒生产

第二节 全球葡萄酒消费

- 一、全球葡萄酒消费
- 二、欧盟地区葡萄酒消费
- 三、其他国家地区葡萄酒消费

第三节 市场供需及贸易

- 一、全球市场供求平衡
- 二、全球葡萄酒贸易

第四节 全球葡萄酒企业分析

- 一、2022-2023年全球企业排名
- 二、葡萄酒行业并购动态

第三章 中国葡萄酒供需

第一节 2019-2022年葡萄酒产量

- 一、葡萄酒总产量
- 二、葡萄酒各省产量

第二节 2019-2022年葡萄酒消费

- 一、葡萄酒消费规模
- 二、人均消费分析
- 三、区域消费分析
- 四、2023-2029年葡萄酒消费预测

第三节 葡萄酒消费者调研

- 一、年龄层次
- 二、职业特征
- 三、收入分布

第四节 葡萄酒市场价格

- 一、中国葡萄酒价格
- 二、进口葡萄酒价格
- 三、低端葡萄酒终端价格
- 四、高端葡萄酒终端价格

第四章 葡萄酒行业运营

第一节 2019-2022年中国葡萄酒行业总体运行

- 一、企业数量分析
- 二、资产规模分析
- 三、销售收入分析

四、利润总额分析

五、行业盈利能力

第二节 2019-2022年中国葡萄酒行业运行分析

一、企业数量（按企业规模）

二、资产总额（按企业规模）

三、销售收入（按企业规模）

四、盈利能力（按企业规模）

第三节 2019-2022年中国葡萄酒行业运行分析

一、企业数量（按企业性质）

二、资产总额（按企业性质）

三、销售收入（按企业性质）

四、盈利能力（按企业性质）

第五章 2022-2023年葡萄酒进口

第一节 2022-2023年葡萄酒进口

一、进口规模分析

二、进口特征分析

第二节 2022-2023年季度进口

第三节 2022-2023年进口分析

一、葡萄酒进口量分析

二、葡萄酒进口价格分析

三、进口葡萄酒市场优劣分析

四、进口葡萄酒市场2023-2029年预测

第六章 葡萄酒竞争

第一节 国产品牌葡萄酒竞争格局

一、行业集中度分析

二、行业竞争吉林程度

第二节 葡萄酒竞争层次分析

一、内外资竞争

二、品牌竞争分析

三、区域市场竞争

四、产品结构竞争

第七章 葡萄原料种植

第一节 原料竞争现状

- 一、原料来源方式
- 二、原料竞争格局及动态

第二节 2022-2023年葡萄种植

- 一、葡萄种植面积
- 二、葡萄种植用途
- 三、2022-2023年原料收购
- 四、2022-2023年中国酿酒葡萄收购

第八章 葡萄酒企业

第一节 张裕

- 一、公司简介
- 二、产品系列
- 三、财务运行
- 四、业务结构
- 五、竞争力
- 六、张裕营销策略分析
- 七、发展策略分析

第二节 长城

- 一、中粮酒业
- 二、长城概括
- 三、产品线分析
- 四、2022-2023年竞争力
- 五、2023-2029年发展策略

第三节 王朝

- 一、企业简介
- 二、产品系列
- 三、企业经营
- 四、2022-2023年竞争力
- 五、2023-2029年发展策略

第四节 威龙

- 一、企业简介
- 二、产品系列
- 三、企业经营
- 四、2022-2023年竞争力

第五节 通化

- 一、公司简介
- 二、产品系列
- 三、财务运行
- 四、业务结构
- 五、2023-2029年发展策略分析

第六节 新天

- 一、公司简介
- 二、产品系列
- 三、财务运行
- 四、业务结构
- 五、2023-2029年发展策略分析

第七节 莫高股份

- 一、公司简介
- 二、产品系列
- 三、财务运行
- 四、业务结构
- 五、2023-2029年发展策略分析

第九章 葡萄酒渠道

第一节 葡萄酒渠道运营

- 一、代理制
- 二、经销制
- 三、直销
- 四、买断经营

第二节 葡萄酒运营模式

- 一、葡萄酒专卖店
- 二、单一或少数品牌推广
- 三、自主品牌运营

第三节 领先企业渠道分析

- 一、长城渠道分析
- 二、张裕渠道分析
- 三、王朝渠道分析
- 四、新天渠道分析
- 五、云南红渠道分析

六、莫高渠道分析

第四节 北京市场渠道

- 一、北京葡萄酒市场规模
- 二、北京经销商格局
- 三、北京主销渠道分析
- 四、北京消费特点分析
- 五、领先企业北京渠道

第五节 广东市场渠道

- 一、广东市场规模分析
- 二、广东产品市场结构分析
- 三、广东消费人群特点
- 四、广东渠道模式分析
- 五、广东市场推广分析

第十章 2023-2029年前景预测

第一节 2023-2029年市场走势预测

第二节 中国产业优劣势

第三节 投资前景及策略

详细请访问：<https://www.gonyn.com/report/1703839.html>