

2023-2029年中国葡萄酒市场深度分析与投资前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2023-2029年中国葡萄酒市场深度分析与投资前景预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202304/352896.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、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。

中企顾问网发布的《2023-2029年中国葡萄酒市场深度分析与投资前景预测报告》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，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：

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：<http://www.cction.com/report/202304/352896.html>