



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国酒类交易所市场监测及投资战略研究报告

一、调研说明

《2015-2020年中国酒类交易所市场监测及投资战略研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/257909.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

第一章 酒类交易所市场环境分析 9

第一节 白酒行业运行情况 9

一、白酒行业发展概述 9

二、白酒产量情况分析 10

三、白酒销售规模分析 11

四、白酒零售批发企业 12

第二节 葡萄酒行业运行情况 13

一、葡萄酒行业发展概述 13

二、葡萄酒产量情况分析 14

三、葡萄酒销售规模分析 15

四、葡萄酒零售批发企业 16

第三节 啤酒行业运行情况 16

一、啤酒行业发展概述 16

二、啤酒产量情况分析 18

三、啤酒销售规模分析 18

四、啤酒零售批发企业 19

第四节 黄酒行业运行情况 20

一、黄酒行业发展概述 20

二、黄酒区域特征分析 21

三、黄酒销售规模分析 21

四、黄酒零售批发企业 22

第五节 酒业进出口分析 23

一、蒸馏酒进出口分析 23

二、葡萄酒进出口分析 23

第二章 酒类交易所行业现状分析 25

第一节 酒类交易所运行现状分析 25

一、酒类交易所发展情况 25

二、酒类交易所特点分析 26

（一）酒类交易所三种运营模式 26

（二）酒类交易所功能特点分析 27

三、酒类交易所原酒电子交易模式 27

（一）远期交易 28

（二）即期交易 28

（三）竞价交易 29

四、酒类交易所优势分析 30

第二节 酒类交易所主要区域分布 31

一、上海市 31

二、四川省 31

三、天津市 31

四、浙江省 32

五、贵州省 32

六、广东省 32

七、北京市 33

八、湖南省 33

九、香港特别行政区 33

第三节 主要酒类交易所交易平台分析 34

一、葡萄酒交易平台 34

（一）发展起因分析 34

（二）运作方式分析 34

二、白酒交易平台 35

（一）发展起因分析 35

（二）主要平台分析 35

（三）优势分析 35

第四节 酒类交易所项目投资分析 36

一、项目定位 36

二、项目意义 36

三、项目可行性 37

四、项目实施方案 37

五、项目系统架构 38

六、项目商业模式 39

七、项目重点难点 40

八、项目政策建议 40

第五节 酒类交易所发展面临的问题 40

一、上市酒品价格缩水 40

二、缺乏权威酒品鉴定机构 41

三、投资者酒类投资意识缺乏 41

四、酒交所面临政策风险 41

第六节 酒类交易所行业发展动态 42

一、北京酒交所创新交易模式 42

二、炒作度过致"纸白酒"破发 43

三、上海国际酒业交易中心O2O平台 44

第七节 2015-2020年酒类交易所发展前景分析 45

第八节 2015-2020年酒类交易所行业投资风险分析 46

一、2015-2020年酒类交易所投资风险 46

二、2015-2020年酒类交易所投资机会 46

第三章 酒类交易所企业调查 48

第一节 四川联合酒类交易所 48

一、企业概况 48

二、股东结构 48

三、业务分析 49

四、交易品种 52

五、交易模式 55

六、交易规则 55

七、劣势分析 56

第二节 贵州白酒交易所 56

一、企业概况 56

二、股东结构 57

三、交易品种 57

四、会员名录 57

五、交易规则 58

六、交易情况 62

第三节 上海国际酒业交易中心 63

一、企业概况 63

二、股东结构 65

三、交易品种 65

四、运营模式 71

五、会员名录 72

六、交易规则 74

七、交易情况 75

八、最新动态 76

第四节 上海红酒交易中心 77

一、企业概况 77

二、股东结构 78

三、交易品种 78

四、交易方式 87

五、交易规则 87

六、交易情况 89

七、优势分析 90

第五节 长沙中智国际酒类交易中心 92

一、企业概况 92

二、股东结构 92

三、交易品种 92

四、交易会员 93

五、最新动态 94

第六节 绍兴黄酒原酒交易平台 94

一、企业概况 94

二、股东结构 95

三、交易品种 95

四、交易行情 96

五、交易规则 97

第七节 北京国际葡萄酒交易所 100

一、企业概况 100

二、股东结构 101

三、交易品种 101

四、挂单情况 102

五、交易规则 103

六、优势分析 108

第八节 中国期酒交易所 108

一、企业概况 108

二、交易品种 108

三、交易规则 109

四、交易价格 110

五、推广方式 110

第九节 前海天府酒类交易中心 112

一、企业概况 112

二、股东结构 113

三、交易品种 113

四、交易规模 114

五、融资能力 114

六、优势分析 115

图表目录：

图表 1 2012-2014年中国白酒行业经济指标统计 9

图表 2 2009-2014年中国白酒行业产量情况 10

图表 3 2009-2014年中国白酒行业产量情况及趋势 11

图表 4 2009-2014年中国白酒行业销售收入统计 11

图表 5 2009-2014年中国白酒行业销售收入增长趋势图 12

图表 6 中国主要白酒零售批发企业名单 12

图表 7 2012-2014年中国葡萄酒行业经济指标统计 13

图表 8 2009-2014年中国葡萄酒行业产量情况 14

图表 9 2009-2014年中国葡萄酒行业产量情况及趋势 15

图表 10 2009-2014年中国葡萄酒行业销售收入统计 15

图表 11 2009-2014年中国葡萄酒行业销售收入增长趋势图 16

图表 12 中国主要葡萄酒零售批发企业名单 16

图表 13 2012-2014年中国啤酒行业经济指标统计 17

图表 14 2009-2014年中国啤酒行业产量情况 18

图表 15 2009-2014年中国啤酒行业产量情况及趋势 18

图表 16 2009-2014年中国啤酒行业销售收入统计 19

图表 17 2009-2014年中国啤酒行业销售收入增长趋势图 19

图表 18 中国主要啤酒零售批发企业名单	19
图表 19 2012-2014年中国黄酒行业经济指标统计	20
图表 20 黄酒行业按地区分销售收入情况比较	21
图表 21 2009-2014年中国黄酒行业销售收入统计	22
图表 22 2009-2014年中国黄酒行业销售收入增长趋势图	22
图表 23 中国主要黄酒零售批发企业名单	22
图表 24 2009-2014年中国蒸馏酒进口量及进口金额统计	23
图表 25 2009-2014年中国蒸馏酒出口量及出口金额统计	23
图表 26 2009-2014年中国葡萄酒进口量及进口金额统计	24
图表 27 2009-2014年中国葡萄酒出口量及出口金额统计	24
图表 28 中国酒类交易所远期交易流程	28
图表 29 中国酒类交易所现货交易流程	29
图表 30 中国酒类交易所定期交易流程	29
图表 31 中国几种不同类型的葡萄酒交易平台对比分析表	34
图表 32 酒类交易所项目系统架构图	38
图表 33 酒类交易所交易模型图	39
图表 34 四川联合酒类交易所基本情况	48
图表 35 四川联合酒类交易所股东结构情况	48
图表 36 传统现货交易与酒类现货挂牌交易业务比较	49
图表 37 四川联合酒类交易所酒类现货挂牌业务流程	50
图表 38 传统现货交易与酒类酒类竞买业务比较	51
图表 39 四川联合酒类交易所酒类现货挂牌业务流程	52
图表 40 四川联合酒类交易所酒类挂牌产品情况	52
图表 41 中国梦酒（金装）酒品及生产企业情况	53
图表 42 中国梦酒（金装）提货具体要求	53
图表 43 中国梦酒（金装）网上交易具体参数情况	54
图表 44 中国梦酒（金装）资金回退期可获得补偿收益情况	54
图表 45 中国梦酒（金装）申购基本信息情况	55
图表 46 贵州白酒交易所基本情况	56
图表 47 四川联合酒类交易所股份有限公司股东结构情况	57
图表 48 贵州白酒交易所交易品种	57
图表 49 贵州白酒交易所会员名录	58

图表 50	上海国际酒业交易中心基本情况	63
图表 51	上海国际酒业交易中心有限公司股东结构情况	65
图表 52	上海国际酒业交易中心运营模式情况	72
图表 53	上海国际酒业交易中心C类会员（经纪会员）	72
图表 54	上海国际酒业交易中心B类会员（承销会员）	73
图表 55	上海红酒交易中心基本情况	77
图表 56	上海红酒交易中心有限公司股东结构情况	78
图表 57	上海红酒交易中心拉菲品种	78
图表 58	上海红酒交易中心拉图品种	79
图表 59	上海红酒交易中心玛歌品种	79
图表 60	上海红酒交易中心木桐品种	80
图表 61	上海红酒交易中心红颜容品种	80
图表 62	上海红酒交易中心五大副牌品种	81
图表 63	上海红酒交易中心其他品种	81
图表 64	上海红酒交易中心拉菲品种	82
图表 65	上海红酒交易中心拉图品种	82
图表 66	上海红酒交易中心玛歌品种	83
图表 67	上海红酒交易中心木桐品种	84
图表 68	上海红酒交易中心红颜容品种	84
图表 69	上海红酒交易中心五大副牌品种	85
图表 70	上海红酒交易中心其他品种	85
图表 71	上海红酒交易中心期酒品种	86
图表 72	上海红酒交易中心交易统计	89
图表 73	上海红酒交易中心成交量排名情况	90
图表 74	长沙中智国际酒类交易中心基本情况	92
图表 75	长沙中智国际酒类交易中心股份有限公司股东结构情况	92
图表 76	长沙中智国际酒类交易中心上市酒品	93
图表 77	绍兴黄酒原酒交易平台基本情况	95
图表 78	绍兴黄酒原酒电子交易有限公司股东结构情况	95
图表 79	绍兴黄酒原酒交易平台交易品种	95
图表 80	北京国际葡萄酒交易基本情况	100
图表 81	北京国际葡萄酒交易所有限公司股东结构情况	101

图表 82 天北京国际葡萄酒交易所交易品种	102
图表 83 北京国际葡萄酒交易所交易指标情况	102
图表 84 中国期酒交易所交易品种	109
图表 85 中国期酒交易所交易产品价格情况	110
图表 86 深圳前海天府酒类交易中心基本情况	113
图表 87 前海天府酒类交易中心有限公司股东结构情况	113
图表 88 前海天府酒类交易中心交易品种	114
图表 89 前海天府酒类交易中心商品交易数据	114
图表 90 前海天府酒类交易中心融资能力情况	114

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/257909.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；
各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；
行业资深专家公开发表的观点；
对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；
中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>
中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>
中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>
中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>
中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>
中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>
世界贸易组织 <https://www.wto.org>
联合国统计司 <http://unstats.un.org>
联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度, 众多新老客户。