艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国葡萄酒市场监测及市场运行态势报告

艾凯咨询网
www.icandata.com

一、调研说明

《2016-2022年中国葡萄酒市场监测及市场运行态势报告》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/276249.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

中国葡萄酒行业的发展大致可分为三个阶段分别是：1980 年到1991 年的起步阶段；1992 年到2001 年的调整阶段；2002 年至今的跃升阶段。中国葡萄酒行业发展阶段　年份　阶段　特征　1980-1991 年　起步阶段（产量年均复合增长率为10.8%）　半汁葡萄酒为主，产量不断提升，但以低档的半汁葡萄酒为主，占到80% 以上；干型葡萄酒研制成功但未被消费者接受。稍成规模的干酒生产企业只有长城和王朝两家；重生产轻市场和渠道建设；　1992-2001 年　调整发展阶段（ 产量年均复合增长率为0.2%）　199 4年全汁酒国标"GB　T15037-1 994"出台，产品结构开始从甜型酒和半汁酒转向全汁、干型酒为主；市场经历先白后红，"干红热"从1996年起兴起，大批企业投资兴建，张裕抓住机遇进入发展的快车道；进口酒开始进入中国，竞争加剧。　2002年至今　跃升阶段（产量年均复合增长率超过15%）　新一轮投资热潮兴起，价格战加剧，行业毛利率趋于下降；随着关税的下降，进口酒加大进口中国的力度；龙头企业开始注重品牌和渠道建设，产品开始往中高端升级；市场集中度提升，龙头企业受益。　资料来源：艾凯咨询网整理

根据国家统计局发布的最新统计数据：2014年我国葡萄酒产量达到11.61亿升，产量同比下降1.5%。山东省、河南省、吉林省是我国主要的葡萄酒生产区。2004-2014年中国葡萄酒产量走势图 资料来源：国家统计局2014年我国葡萄酒产量集中度

2014年中国葡萄酒产量分省市统计　12月产量　全年产量　总计　118917.1　1160989　北京市　782.78　7014.29　天津市　2889.75　20232.99　河北省　9327.46　66652.64　山西省　1447.75　6263.68　内蒙古自治区　1175.43　6576.11　辽宁省　4617.97　40568.34　吉林省　8602.54　165503.5　黑龙江省　7010　38220　上海市　31　333　福建省　0　95.71　江西省　840　8510　山东省　37676.05　392306.4　河南省　23830.84　167772.8　湖北省　135.3　1576.8　湖南省　850　8892　广西壮族自治区　248　2569　四川省　93　1226　贵州省　7.27　36.56　云南省　4413　24613　陕西省　5959.38　54050.25　甘肃省　1363.41　73439.25　宁夏回族自治区　1671.49　20221.44　新疆维吾尔自治区　5944.7　54315.74　资料来源：国家统计局

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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。

报告揭示了葡萄酒行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国葡萄酒做了重点企业经营状况分析，并分析了中国葡萄酒行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有

极大的参考价值。

报告目录：

第一章 中国葡萄酒发展历程及市场特征
第一节 葡萄酒定义及分类
一、葡萄酒定义
二、葡萄酒分类
第二节 葡萄酒产业发展阶段
一、起步阶段
二、大发展阶段
三、跃升阶段
第三节 市场特征
一、市场规模及增长

经过几十年的发展，我国已逐步形成了环渤海湾、西北、东北、云南、黄河故道等多个葡萄酒特色产区。各产区由于土壤、气候、地貌等不同特点，逐步形成了各具特色的酿酒葡萄品种、种植方式和葡萄酒产品。葡萄酒产业整体上仍保持东部产区为主，西部产区为辅的产业格局，东部产区葡萄酒产量仍占较大比重，西部产区葡萄酒产业处于成长阶段，但已呈现出快速增长的趋势。白洋河、五女山、莫高、蓬珠、云南红、御马、华东、新天、长白山、华夏五千年等葡萄酒品牌被评为中国驰名商标。部分地区出现低水平重复建设现象，酿酒葡萄品种缺乏特点和优势，葡萄酒产品仍以干红葡萄酒为主，干白葡萄酒产量比重偏低，其他类型葡萄酒更是缺乏。对促进全产业链协调发展的政策措施研究不足，种植、加工、流通等环节衔接不够紧密。

国家规划到2015年，葡萄酒产量达到220万千升，比2010年增长100%，年均增长15%；销售收入达到600亿元，增长85%，年均增长13%；利税120亿元，增长88%，年均增长13%。西部地区葡萄酒产量占全国比重提高到20%。骨干企业普遍建立起符合市场规律的种植、加工一体化生产经营模式，稳定可控的原料保障能力达到50%以上。高档、中档葡萄酒和佐餐酒实现同步发展，扩大优质低价佐餐酒比例；甜型、半甜型、半干型、起泡葡萄酒等葡萄酒产品比例显著提高；高品质冰葡萄酒、低醇葡萄酒等特种葡萄酒产品比例逐步提高。中国酿酒葡萄种植区 资料来源：艾凯咨询网整理

据国家统计局数据：截至2014年我国葡萄酒制造行业规模以上企业数量达到217家，当中35

家企业出现亏损，亏损企业亏损金额为2.83亿元。2010-2014年我国葡萄酒制造行业规模以上企业数量分析 资料来源：国家统计局

2014年我国葡萄酒制造行业规模总资产达到426.76亿元，较上年同期增长2.1%。行业销售收入为420.57亿元，较上年同期增长3.0%。2014年行业利润总额为43.87亿元，较上年同期增长0.1%。2010-2014年我国葡萄酒制造行业资产走势图 资料来源：国家统计局2010-2014年我国葡萄酒制造行业销售收入走势图资料来源：国家统计局2010-2014年我国葡萄酒制造行业利润走势图资料来源：国家统计局

二、产业生命周期

三、行业赢利能力

四、市场竞争程度

第四节 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 2013-2015年葡萄酒产业政策环境分析

第一节 国际葡萄酒标准分析

一、国际葡萄酒组织实施最新环保标准

二、法国葡萄酒产区定级标准

三、德国葡萄酒执行严格的标准

四、意大利葡萄酒产区定级标准

五、西班牙葡萄酒评级标准

第二节 2013-2015年中国葡萄酒行业政策标准制定状况

一、葡萄酒行业监管体制分析

二、我国葡萄酒国标解读

三、解析《地理标志产品通化山葡萄酒》标准体系

四、葡萄酒使用添加剂的相关标准规定

五、 葡萄酒业准入政策正式生效

第三节 葡萄酒行业地方标准

一、《蓬莱产区控制葡萄酒》地方标准颁布实施

二、葡萄酒庄省级标准将促进行业健康发展
三、冰葡萄酒地方标准获准通过
第四节 相关政策法规
一、葡萄酒行业准入条件
二、中国葡萄酿酒技术规范
三、葡萄酒标准GB15037-
四、国家行业标准之山葡萄酒
五、葡萄酒生产管理办法
六、酒类广告管理办法
七、葡萄酒消费税管理办法

第三章 葡萄酒产业发展背景分析
第一节 全球市场分析
一、全球葡萄酒产量
二、全球葡萄酒消费
三、全球葡萄酒品牌排名
（一）罗曼尼-康帝酒庄(Domaine de la Romanée-Conti)
（二）庞特卡奈酒庄(Chateau Pontet-Canet)
（三）柏菲酒庄(Chateau Pavie)
（四）库克香槟(Krug)
（五）梦玫瑰酒庄(Chateau Montrose)
（六）柏图斯酒庄(Chateau Pétrus)
（七）啸鹰酒庄(Screaming Eagle)
（八）拉图酒庄(Chateau Latour)
（九）拉菲古堡(Chateau Lafite-Rothschild)
（十）里鹏酒庄(Le Pin)
第二节 经济发展分析
一、中国GDP增长情况分析
二、工业经济发展形势分析
三、社会固定资产投资分析
四、全社会消费品零售总额
五、对外贸易发展形势分析

第三节 居民生活水平
一、居民可支配收入
二、居民支出结构
第四节 行业政策法规
一、新国标出台增加行业壁垒
二、行业相关细则标准完善

第四章 2013-2015年国内葡萄酒供需分析
第一节 2013-2015年葡萄酒产量
一、葡萄酒总产量
二、葡萄酒各省产量
三、产量集中度分析
第二节 2013-2015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、节日消费分析
五、葡萄酒消费预测

第五章 2013-2015年国内葡萄酒行业运营
第一节 中国葡萄酒行业特征
一、国产酒企盈利下滑
二、团购酒商转型
三、酒业"价格挤水"
四、"第二品牌"消费增长
五、多元渠道构建脚步加快
六、电商迅猛发展
第二节 2013-2015年葡萄酒行业运行分析
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
第三节 行业运行（不同企业规模）
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）
第四节 行业运行（不同企业性质）
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）

第六章 葡萄酒产业区域运营
第一节 山东
一、资产规模
二、企业数量
三、销售收入
四、利润总额
五、毛利率、利润率
第二节 吉林
一、资产规模
二、企业数量
三、销售收入
四、利润总额
五、毛利率、利润率
第三节 河南
一、资产规模
二、企业数量
三、销售收入
四、利润总额
五、毛利率、利润率
第四节 河北

一、资产规模
二、企业数量
三、销售收入
四、利润总额
五、毛利率、利润率

第七章 2013-2015年葡萄酒市场竞争分析
第一节 国产品牌葡萄酒竞争格局
一、行业集中度分析
（一）企业规模集中度
（二）行业资产集中度
（三）销售收入集中度
二、行业竞争激烈程度
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
五、营销渠道竞争

第八章 2013-2015年国内葡萄酒进口分析
第一节 2013-2015年葡萄酒进口量分析
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
第二节 2013-2015年葡萄酒进口额分析
一、进口规模分析
二、进口特征分析
第三节 进口葡萄酒深度分析
一、进口酒进入中国的三个阶段
二、从资源角度分析进口酒
三、从品牌角度分析进口酒

四、从渠道推广角度分析进口酒
第四节 国产葡萄酒应对策略
一、重视品质
二、打造本土文化
三、对葡萄种植进行政府补贴支持

第九章 2013-2015年葡萄酒渠道运营分析
第一节 葡萄酒渠道运营模式
一、代理制
二、经销制
三、直销
四、买断经营
第二节 进口葡萄酒的主要经营模式
一、专卖店连锁
二、经销商分代理
三、大型超市
四、电子商务
五、保税库销售模式
六、CHR（咖啡厅，酒店，饭店）的销售模式
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、北京葡萄酒市场特点
三、北京经销商格局
四、北京主销渠道分析
五、北京消费特点分析

六、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、广东葡萄酒进口情况
四、广东消费人群特点
五 广东渠道模式分析

第十章 2013-2015年上游-葡萄种植产业分析
第一节 葡萄种植分析
一、葡萄种植地理条件
二、葡萄树生命周期
三、中国葡萄产区分析
（一）东北产地
（二）渤海湾产地
（三）沙城产地
（四）清徐产地
（五）银川产地
（六）武威产地
（七）吐鲁番产地
（八）黄河故道产地
（九）云南高原产地
第二节 葡萄种植规模
一、中国葡萄种植面积
二、重点企业基地布局

第十一章 2013-2015年国际葡萄酒生产企业分析
第一节 星座公司（CONSTELLATION BRANDS，INC.）
一、企业基本情况介绍
二、星座公司经营状况
三、星座公司在华发展情况
四、美国星座开拓东欧市场

第二节 帝亚吉欧公司（DIAGEO PLC）
一、企业基本情况介绍
二、帝亚吉欧经营状况
三、帝亚吉欧全球化战略
四、帝亚吉欧最新发展动向
第三节 保乐力加集团（PERNOD RICARD GROUP）
一、企业基本情况
二、保乐力加经营状况分析
三、保乐力加集团竞争优势
四、保乐力加在华发展情况
第四节 福斯特集团（FOSTER’S GROUP LIMITED）
一、企业基本情况
二、福斯特在华发展情况
三、福斯特业务调整情况

第十二章 2013-2015年国内葡萄酒企业竞争力
第一节 张裕葡萄酿酒股份有限公司
一、企业基本情况
二、企业主要产品分析
三、企业经济指标分析
四、企业营销网络分析
五、张裕营销策略分析
第二节 中国长城葡萄酒有限公司
一、企业基本情况
二、企业主要产品分析
三、企业经济指标分析
四、企业竞争优势分析
第三节 中法合营王朝葡萄酿酒有限公司
一、企业基本情况
二、企业主要产品分析
三、企业经济指标分析
四、企业营销策略分析

五、企业竞争优势分析
第四节 威龙葡萄酒股份有限公司
一、企业基本情况
二、企业主要产品分析
三、企业经济指标分析
四、企业三大酒田分析
第五节 通化葡萄酒股份有限公司
一、企业基本情况
二、企业主要产品分析
三、企业经济指标分析
四、企业营销网络分析
五、山葡萄酒酿造工艺
第六节 中信国安葡萄酒业股份有限公司
一、企业基本情况
二、企业主要产品分析
三、企业经济指标分析
四、企业营销网络分析
五、企业竞争优势分析
第七节 甘肃莫高实业发展股份有限公司
一、企业基本情况
二、企业主要产品分析
三、企业经济指标分析
四、企业营销网络分析
五、企业竞争优势分析
第八节 甘肃皇台酒业股份有限公司
一、企业基本情况
二、企业主要产品分析
三、企业经济指标分析
四、企业营销网络分析

第十三章 2016-2022年产业前景及投资策略建议
第一节 市场走势预测

第二节 国内产业优劣势
第三节 投资前景及策略
第四节 产业链投资机会

附录：中国酿酒产业发展规划
一、发展环境和消费需求预测
二、指导思想、发展方向和主要目标
三、主要任务
四、政策性建议

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度
图表：全国粮食产量及其增速
图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）
图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）
图表：进出口总额（亿美元）
图表：广义货币（M2）增长速度（%）
图表：居民消费价格同比上涨情况
图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）
图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）
图表：农村居民人均收入实际增长速度
图表：人口及其自然增长率变化情况
图表：2015年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）
图表：2015年房地产开发投资同比增速（%）
图表：2015年中国GDP增长预测
图表：国内外知名机构对2015年中国GDP增速预测
图表：葡萄酒行业产业链
图表：2011-2015年年我国葡萄酒行业企业数量增长趋势图
图表：2011-2015年年我国葡萄酒行业亏损企业数量增长趋势图
图表：2011-2015年年我国葡萄酒行业从业人数增长趋势图
图表：2011-2015年年我国葡萄酒行业资产规模增长趋势图
图表：2011-2015年年我国葡萄酒行业产成品增长趋势图

图表：2011-2015年年我国葡萄酒行业工业销售产值增长趋势图
图表：2011-2015年年我国葡萄酒行业销售成本增长趋势图
图表：2011-2015年年我国葡萄酒行业费用使用统计图
图表：2011-2015年年我国葡萄酒行业主要盈利指标统计图
图表：2011-2015年年我国葡萄酒行业主要盈利指标增长趋势图
图表：企业1
图表：企业主要经济指标走势图
图表：企业经营收入走势图
图表：企业盈利指标走势图
图表：企业负债情况图
图表：企业负债指标走势图
图表：企业运营能力指标走势图
图表：企业成长能力指标走势图
图表：企业2
图表：企业主要经济指标走势图
图表：企业经营收入走势图
图表：企业盈利指标走势图
图表：企业负债情况图
图表：企业负债指标走势图
图表：企业运营能力指标走势图
图表：企业成长能力指标走势图
图表：企业3
图表：企业主要经济指标走势图
图表：企业经营收入走势图
图表：企业盈利指标走势图
图表：企业负债情况图
图表：企业负债指标走势图
图表：企业运营能力指标走势图
图表：企业成长能力指标走势图
图表：企业4
图表：企业主要经济指标走势图
图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图
图表：企业负债情况图
图表：企业负债指标走势图
图表：企业运营能力指标走势图
图表：企业成长能力指标走势图
图表：企业5
图表：企业主要经济指标走势图
图表：企业经营收入走势图
图表：企业盈利指标走势图
图表：企业负债情况图
图表：企业负债指标走势图
图表：企业运营能力指标走势图
图表：企业成长能力指标走势图
图表：企业6
图表：企业主要经济指标走势图
图表：企业经营收入走势图
图表：企业盈利指标走势图
图表：企业负债情况图
图表：企业负债指标走势图
图表：企业运营能力指标走势图
图表：企业成长能力指标走势图
图表：其他企业……
图表：主要经济指标走势图
图表：2011-2015年葡萄酒行业市场供给
图表：2011-2015年葡萄酒行业市场需求
图表：2011-2015年葡萄酒行业市场规模
图表：葡萄酒所属行业生命周期判断
图表：葡萄酒所属行业区域市场分布情况
图表：2016-2022年中国葡萄酒行业市场规模预测
图表：2016-2022年中国葡萄酒行业供给预测
图表：2016-2022年中国葡萄酒行业需求预测
图表：2016-2022年中国葡萄酒行业价格指数预测

图表：……

详细请访问：https://www.icandata.com/view/276249.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。