



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国进口葡萄酒流通产业发展现状及市场监测报告

一、调研说明

《2016-2022年中国进口葡萄酒流通产业发展现状及市场监测报告》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/276504.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

近年来，随着消费者对葡萄酒的认知出现变化，居民的消费能力也出现上升，葡萄酒也一直保持着良好的发展势头，中国葡萄酒市场，无论生产、进口、营销、流通、投资，以及对葡萄酒的理解、热爱和消费程度上，都有着空前的非凡表现。这种坚挺和巨大的市场潜力，为全球葡萄酒业带来了狂躁、欣喜和希望。随着国外葡萄酒不断递增式的涌入和中葡萄酒文化的碰撞与交流，更加催化成熟了中国葡萄酒市场。尤其在经过近10年的发展后，中国俨然开始了葡萄酒大业的鼎盛时期。基本上把葡萄酒划分为两大类：产自新世界的葡萄酒和产自旧世界的葡萄酒。新世界代表的是由欧洲向外开发后的酒，如美国、智利及阿根廷等葡萄酒新兴国家。而旧世界代表的则以有百年以上酿酒历史的欧洲国家为主，如法国、意大利、西班牙和葡萄牙等国家。

根据中国海关统计数据：2014年我国葡萄酒进口总量为38.34万吨，较2013年同期增长2.5%；进口总金额为15.03亿美元，进口金额同比下降3.3%；葡萄酒进口单价从2013年的4.16美元/千克下降至2014年的3.92美元/千克。

1992-2015年我国葡萄酒进口数据分析

年度	数量：千克	金额：美元	单价：美元/千克
1992年	377,058	\$792,743	\$2.10
1993年	367,488	\$1,577,496	\$4.29
1994年	164,779	\$590,634	\$3.58
1995年	711,326	\$2,183,061	\$3.07
1996年	4,650,994	\$5,934,497	\$1.28
1997年	37,578,601	\$35,631,925	\$0.95
1998年	49,365,584	\$37,851,392	\$0.77
1999年	44,400,355	\$34,396,805	\$0.77
2000年	35,130,287	\$28,310,541	\$0.81
2001年	29,226,307	\$23,601,308	\$0.81
2002年	30,486,829	\$23,296,248	\$0.76
2003年	41,410,133	\$33,435,962	\$0.81
2004年	44,114,582	\$52,757,764	\$1.20
2005年	53,529,363	\$75,136,009	\$1.40
2006年	115,507,612	\$138,187,785	\$1.20
2007年	148,248,348	\$257,112,507	\$1.73
2008年	164,861,396	\$380,408,015	\$2.31
2009年	172,883,886	\$457,368,297	\$2.65
2010年	284,778,458	\$797,214,874	\$2.80
2011年	363,108,820	\$1,436,335,970	\$3.96
2012年	391,368,664	\$1,581,017,091	\$4.04
2013年	373,981,043	\$1,554,613,762	\$4.16
2014年	383,430,653	\$1,503,341,647	\$3.92

从2014年我国葡萄酒进口来源地来看，法国、澳大利亚、智利、西班牙、意大利、美国等国家是我国进口葡萄酒的主要来源地。

2014年我国从法国进口葡萄酒金额为6.51亿美元，占同期国内葡萄酒进口总量的43.3%；澳大利亚进口葡萄酒金额占比为16.9%；智利占比为11.1%。

2014年我国葡萄酒进口来源地分析（按金额）

按数量而言，我国从法国进口的葡萄酒占国内进口葡萄酒总量的33.7%；智利葡萄酒占比为23.7%；西班牙葡萄酒占比为12.9%。 2014年我国葡萄酒进口来源地分析（按数量）

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。

报告揭示了进口葡萄酒行业市场潜在需求与市场机会，报告对进口葡萄酒行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国进口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1章 进口葡萄酒流通与投资研究结论1

1.1 研究对象说明1

1.1.1进口葡萄酒流通主要研究对象1

1.1.2进口葡萄酒投资主要研究对象1

1.2 研究理论应用2

1.2.1主要研究理论阐述2

1.2.2研究理论应用条件说明3

1.3 主要研究结论9

1.3.1结论一9

1.3.2结论二10

1.3.3结论三10

1.4 研究结论适用性与可行性10

第2章 葡萄酒运行环境分析14

2.1 葡萄酒流通与投资PEST模型分析14

2.1.1行业政治法律环境分析（P）14

（1）行业法律法规14

1）葡萄酒行业相关法律法规14

- 2) 其他酒类产品相关法律法规15
- 3) 消费市场相关法律法规17
- 4) 私人财富管理与税收法律法规17
- 5) 金融投资市场相关法律法规17
- 6) 产业结构调整相关政策19
- 7) 葡萄酒产品关税政策20
- (2) 行业发展规划20
- 1) 酿酒业发展规划20
- 2) 葡萄酒行业发展规划21
- 3) 酒类流通管理"十二五"规划26
- 4) 地区性葡萄酒园区与行业规划30
- 2.1.2行业经济环境分析(E) 30
- (1) 国际经济环境30
- 1) 国际经济增长情况30
- 2) 国际经济发展预测49
- (2) 国内经济环境51
- 1) 国内经济增长51
- 2) 居民收入水平52
- 3) 城镇化水平54
- 4) 消费者信心指数55
- 5) 国内经济预测61
- 2.1.3行业社会环境分析(S) 62
- (1) 居民消费结构62
- (2) 居民消费观念64
- (3) 居民理财投资观念65
- 1) 2011-2015年居民理财投资情况65
- 2) 居民财富规模增长情况70
- 3) 富裕家庭规模增长情况71
- 4) 国内高端理财市场发展情况72
- (4) 政商务消费行为与结构73
- 1) 中国财政收入与支出情况73
- 2) 中国企业收入与支出情况74

- 3) 中国政商务高端白酒消费特点75
- 4) 政商务消费对葡萄酒市场的拉动作用76
- 2.1.4行业信息技术环境分析(T) 77
 - (1) 企业IT数据系统使用情况77
 - (2) 葡萄酒行业电子商务平台建设情况77
- 2.2 葡萄酒流通与投资波特五力模型分析80
 - 2.2.1上游议价能力80
 - 2.2.2下游议价能力80
 - 2.2.3新进入者壁垒80
 - 2.2.4替代威胁81
 - (1) 酒类产品替代威胁81
 - (2) 其他投资替代威胁81
 - 2.2.5行业内竞争81

第3章 葡萄酒流通与投资支撑产业发展分析82

- 3.1 电子商务行业发展与增长情况82
 - 3.1.1中国电子商务行业发展分析82
 - (1) 中国电子商务行业发展规模82
 - 1) 中国电子商务行业发展概况82
 - 2) 中国电子商务网站规模84
 - 3) 中国电子商务行业市场规模87
 - (2) 中国电子商务行业市场竞争格局分析88
 - (3) 中国电子商务行业发展前景预测89
 - 3.1.2葡萄酒行业电子商务应用与发展情况90
 - (1) 葡萄酒行业电子商务应用方式90
 - 1) 企业网上宣传90
 - 2) 网上市场调研91
 - 3) 网络分销联系93
 - 4) 网上直接销售93
 - 5) 网上营销集成94
 - (2) 葡萄酒行业电子商务渠道销售规模94
 - (3) 葡萄酒行业进出口电子商务市场分析94

3.2 物流行业发展与增长情况	95
3.2.1 2005-2015年物流行业发展情况分析	95
(1) 物流总额增幅及构成情况	95
(2) 物流固定资产投资及增长情况	96
(3) 物流企业经营与效益情况分析	98
3.2.2 2011-2015年网络购物物流网建设情况	99
(1) 网络购物快递企业规模	99
(2) 网络购物快递营收规模	101
3.2.3 物流配送能力对葡萄酒流通市场影响分析	103
3.2.4 葡萄酒流通行业物流配送体系现状分析	104
3.2.5 葡萄酒流通行业物流配送体系发展趋势分析	106
3.3 金融服务行业发展与增长情况	108
3.3.1 商业银行业发展与增长	108
(1) 中国银行业运营与发展分析	108
1) 中国银行业规模与效益分析	108
2) 中国银行业不同结构主体构成	109
(2) 国有银行运营与发展分析	110
(3) 股份制银行运营与发展分析	111
(4) 城市商业银行运营与发展分析	111
3.3.2 基金行业发展与增长	111
(1) 基金行业资产规模与增长分析	111
(2) 基金行业份额规模与增长分析	112

第4章 葡萄酒行业运营与产销市场分析114

4.1 国际葡萄酒产区及经济运行分析	114
4.1.1 国际葡萄酒主要产区地图	114
(1) 阿根廷葡萄酒产区地图	114
(2) 澳大利亚葡萄酒产区地图	117
(3) 智利葡萄酒产区地图	123
(4) 加拿大葡萄酒产区地图	127
(5) 法国葡萄酒产区地图	129
(6) 德国葡萄酒产区地图	131

(7) 希腊葡萄酒产区地图	133
(8) 匈牙利葡萄酒产区地图	135
(9) 意大利葡萄酒产区地图	143
(10) 新西兰葡萄酒产区地图	145
(11) 葡萄牙葡萄酒产区地图	146
(12) 南非葡萄酒产区地图	148
(13) 西班牙葡萄酒产区地图	150
(14) 美国葡萄酒产区地图	151
4.1.2 中国葡萄酒主要产区及经济运行分析	154
(1) 中国葡萄酒主要产区地图	154
(2) 中国葡萄酒行业综合经济指标分析	157
(3) 中国葡萄酒行业产销经济指标分析	159
1) 葡萄酒行业总产值分析	159
2) 葡萄酒行业产成品分析	159
3) 葡萄酒行业销售产值分析	160
4) 葡萄酒行业销售收入分析	160
5) 葡萄酒行业资产总额分析	160
6) 葡萄酒行业负债总额分析	161
7) 葡萄酒行业销售利润分析	161
8) 葡萄酒行业利润总额分析	161
9) 葡萄酒行业企业数量和亏损企业分析	162
10) 葡萄酒行业亏损总额分析	162
11) 葡萄酒行业产销率分析	163
4.1.3 不同规模企业经济指标分析	163
4.1.4 不同性质企业经济指标分析	163
4.1.5 葡萄酒庄园建设与投资	164
(1) 中国葡萄酒庄园建设与投资情况	164
(2) 国际葡萄酒庄园收购与投资情况	166
(3) 中国资本对葡萄酒庄园的收购与投资行为	168
4.2 葡萄酒进出口运营指标分析	170
4.2.1 葡萄酒进出口总体情况	170
4.2.2 主要葡萄酒进出口地区统计	178

(1) 深圳口岸葡萄酒进口统计178 2013-2015年深圳口岸葡萄酒进口统计 深圳 2013年
数量：升 25824913 金额：美元 132286085 2014年 数量：升 34056620 金额：美元
232918582 2015年1-7月 数量：升 27238932 金额：美元 266139963

(2) 广州口岸葡萄酒进口统计179 2013-2015年广州口岸葡萄酒进口统计 广州 2013年
数量：升 24749278 金额：美元 108000261 2014年 数量：升 26050629 金额：美元
107326646 2015年1-7月 数量：升 19911728 金额：美元 71954522

(3) 上海口岸葡萄酒进口统计179 2013-2015年上海口岸葡萄酒进口统计 上海 2013年
数量：升 99094103 金额：美元 541981475 2014年 数量：升 104291984 金额：美元
50530092 2015年1-7月 数量：升 78390067 金额：美元 446730947

(4) 宁波口岸葡萄酒进口统计180 2013-2015年宁波口岸葡萄酒进口统计 宁波 2013年
数量：升 11322187 金额：美元 51134556 2014年 数量：升 9482037 金额：美元
41527623 2015年1-7月 数量：升 8935795 金额：美元 25989873

(5) 山东口岸葡萄酒进口统计180 2013-2015年山东口岸葡萄酒进口统计

山东

2013年

数量：升

63156624

金额：美元

130712014

2014年

数量：升

56358317

金额：美元

98012107

2015年1-7月

数量：升

53962790

金额：美元

68036795

(6) 天津口岸葡萄酒进口统计181

(7) 江苏口岸葡萄酒进口统计181

（8）福建省葡萄酒进口统计182

第5章 进口葡萄酒传统营销运营模式183

5.1 进口葡萄酒传统运营模式概述183

5.1.1进口葡萄酒传统运营模式发展演变183

5.1.2进口葡萄酒传统运营模式发展规模184

5.1.3进口葡萄酒传统运营模式的市场竞争结构185

5.1.4进口葡萄酒传统运营模式优劣势分析186

5.1.5进口葡萄酒传统运营模式投资壁垒和前景分析187

5.2 进口葡萄酒传统运营模式分类分析188

5.2.1按运营品牌数量分类的运营模式188

（1）单一品牌运营模式188

1）单一品牌运营模式解读188

2）单一品牌运营模式的主要运营区域188

3）单一品牌运营模式的代理品种及来源地188

4）单一品牌运营模式的渠道建设情况189

5）单一品牌运营模式的代理流程与费用189

6）单一品牌运营模式代表企业189

7）典型企业运营模式分析190

8）单一品牌运营模式优劣势分析191

9）单一品牌运营模式发展趋势191

（2）多元化品牌运营模式192

1）多元化品牌运营模式解读192

2）多元化品牌运营模式的主要运营区域192

3）多元化品牌运营模式的代理品种及来源地193

4）多元化品牌运营模式的渠道建设情况193

5）多元化品牌运营模式的代理流程与费用194

6）多元化品牌运营模式代表企业194

7）典型企业运营模式分析195

8）多元化品牌运营模式优劣势分析195

9）多元化品牌运营模式发展趋势195

5.2.2按合作方式分类的运营模式196

- (1) 品牌代理模式196
 - 1) 独家代理模式196
 - 2) 区域代理模式197
- (2) 品牌自营模式197
 - 1) 品牌自营模式解读197
 - 2) 品牌自营模式的主要运营区域198
 - 3) 品牌自营模式优劣势分析198
 - 4) 品牌自营模式发展趋势199
- 5.3 进口葡萄酒渠道层级分析199
 - 5.3.1 仓储商层级分析199
 - (1) 所处渠道地位和作用199
 - (2) 企业运营及盈利情况200
 - (3) 企业控价能力及产品加价程度200
 - (4) 主要代表性企业分析200
 - 5.3.2 总代理商层级分析201
 - (1) 所处渠道地位和作用201
 - (2) 企业运营及盈利情况201
 - 5.3.3 批发商层级分析202
 - (1) 所处渠道地位和作用202
 - (2) 企业运营及盈利情况202
 - (3) 企业控价能力及产品加价程度203
 - (4) 主要代表性企业分析203
 - 5.3.4 经销商/专卖店层级分析204
 - (1) 所处渠道地位和作用204
 - (2) 企业运营及盈利情况204
 - (3) 主要代表性企业分析204

第6章 葡萄酒进口电子商务运营模式207

6.1 葡萄酒进口电子商务运营现状与价值207

6.1.1 葡萄酒进口电子商务应用现状207

6.1.2 葡萄酒进口电子商务价值链构成208

- (1) 商品供应208

(2) 销售、发货后勤	212
(3) 信息服务	213
6.2 葡萄酒进口电子商务细分市场	213
6.2.1 葡萄酒进口电子商务细分市场概况	213
6.2.2 葡萄酒进口垂直型电子商务市场	213
(1) 市场概况	213
(2) 目标客户	214
(3) 采购特征	214
(4) 物流特征	215
(5) 代表企业分析	216
6.2.3 葡萄酒进口水平型电子商务市场	217
(1) 市场概况	217
(2) 目标客户	217
(3) 采购特征	217
(4) 物流特征	218
6.3 葡萄酒进口电子商务市场竞争与比较	218
6.3.1 葡萄酒进口电子商务渠道与传统渠道竞争分析	218
(1) 葡萄酒进口销售渠道模式变迁	218
(2) 葡萄酒进口销售渠道竞争分析	221
1) 葡萄酒进口销售渠道竞争格局分析	221
2) 传统渠道与电子商务渠道销售规模比较	222
3) 葡萄酒进口销售渠道成本比较	224
4) 葡萄酒进口销售渠道拓展潜力比较	230
6.3.2 葡萄酒进口电子商务渠道内部竞争	233
(1) 葡萄酒进口电子商务市场竞争概况	233
1) 葡萄酒进口电子商务市场竞争格局	233
2) 葡萄酒进口电子商务市场竞争特征	233
(2) 葡萄酒进口电子商务市场竞争要素	235
1) 品牌宣传成本	235
2) 商品供应成本	236
3) 产品管理成本	238
4) 物流配送成本	238

5) 售后服务成本239

(3) 葡萄酒进口垂直电子商务与水平电子商务竞争比较241

1) 市场占有率比较241

2) 成本费用比较244

3) 经营情况比较251

第7章 葡萄酒进口保税区交易模式253

7.1 葡萄酒进口保税区建设及发展分析253

7.1.1葡萄酒进口保税区宏观环境分析253

(1) 政府支持与政策环境分析253

(2) 区域经济环境分析254

(3) 区域消费环境分析255

7.1.2葡萄酒进口保税区功能属性分析257

(1) 集中展示功能257

(2) 实体商贸功能258

(3) 电子交易功能258

(4) 分货流通功能259

(5) 业务简化功能259

(6) 降低成本功能261

(7) 酒文化推广功能261

7.1.3葡萄酒进口保税区运营特点分析262

(1) 葡萄酒进口保税区运营流程及合作方式262

(2) 葡萄酒进口保税区主要客户群体及流通区域263

(3) 葡萄酒进口保税区交易方式与交易成本263

(4) 国内典型葡萄酒进口保税区市场规模分析263

7.2 葡萄酒进口保税区交易模式分析265

7.2.1葡萄酒进口保税区交易模式优劣分析265

(1) 葡萄酒进口保税区交易模式优势分析265

(2) 葡萄酒进口保税区交易模式劣势分析265

7.2.2葡萄酒进口保税区交易模式核心吸引力分析266

(1) 区域经济活跃程度的内在吸引力分析266

(2) 税收优惠政策扶持的直接吸引力分析267

(3) 其他因素吸引力分析	267
7.2.3 葡萄酒进口保税区交易模式投资壁垒和前景分析	268
7.3 世界主要葡萄酒交易中心建设和运营经验	270
7.3.1 伦敦葡萄酒交易中心建设和运营经验	270
(1) 伦敦葡萄酒交易中心建设和运营情况	270
(2) 伦敦葡萄酒交易中心运营经验借鉴	272
7.3.2 香港葡萄酒交易中心建设和运营经验	273
(1) 香港葡萄酒交易中心建设和运营情况	273
(2) 香港葡萄酒交易中心运营经验借鉴	274
7.3.3 国内葡萄酒保税区交易成功经验	274
(1) 创新监管模式	274
(2) 高效政府服务	275
(3) 通关及其他优惠政策	276
(4) 通关咨询验放制度	277
(5) 综合交易展览会发展	278
7.4 主要葡萄酒进口保税区建设和运营指标分析	279
7.4.1 上海外高桥保税区建设情况及发展分析	279
(1) 上海外高桥保税区生产总值	279
(2) 上海外高桥保税区财政收入	280
(3) 上海外高桥保税区进出口情况	280
(4) 上海外高桥保税区物流情况	280
(5) 上海外高桥保税区葡萄酒进口数量	280
7.4.2 厦门象屿保税区建设情况及发展分析	281
(1) 厦门象屿保税区生产总值	281
(2) 厦门象屿保税区财政收入	281
(3) 厦门象屿保税区进出口情况	281
(4) 厦门象屿保税区物流情况	281
(5) 厦门象屿保税区市场建设和运营情况	282
1) 引进会员企业数量	282
2) 会员企业注册资金	282
3) 会员企业营业收入	282
7.4.3 宁波保税区建设情况及发展分析	283

- (1) 宁波保税区生产总值283
- (2) 宁波保税区财政收入283
- (3) 宁波保税区进出口情况283
- (4) 宁波保税区物流情况284
- (5) 宁波保税区进口葡萄酒市场建设和运营情况284
- 1) 引进会员企业数量284
- 2) 会员企业注册资金284
- 3) 会员企业购进数量285
- 7.4.4广州保税区建设情况及发展分析285
- 7.4.5广州保税区进口葡萄酒市场建设和运营情况286
 - (1) 引进会员企业数量286
 - (2) 会员企业注册资金286
 - (3) 保税区海关反馈的进口数量286
- 7.4.6深圳保税区建设情况及发展分析286
 - (1) 深圳保税区生产总值286
 - (2) 深圳保税区进出口情况287
 - (3) 深圳保税区进口葡萄酒市场建设和运营情况287
 - (4) 保税区海关反馈的进口数量288
- 7.4.7珠海保税区建设情况及发展分析288
 - (1) 珠海保税区进出口情况288
 - (2) 珠海保税区物流情况288
 - (3) 珠海保税区进口葡萄酒市场建设和运营情况289
- 1) 引进会员企业数量289
- 2) 珠海保税区进口葡萄酒289
- 7.4.8烟台保税区建设情况及发展分析289
 - (1) 烟台保税区进出口情况289
 - (2) 烟台保税区进口葡萄酒建设情况289

第8章 葡萄酒进口供应链运营模式291

8.1 葡萄酒进口供应链运营模式概述291

8.1.1葡萄酒进口供应链运营模式发展演变291

8.1.2葡萄酒进口供应链运营模式发展规模296

8.1.3葡萄酒进口供应链运营模式的市场竞争结构297

8.2 葡萄酒进口供应链运营模式服务体系299

8.2.1葡萄酒进口供应链运营模式服务流程299

8.2.2葡萄酒进口供应链运营模式服务环节301

(1) 采购服务301

1) 采购执行运作模式301

2) 采购服务费用分析303

3) 采购服务盈利分析304

(2) 仓储服务305

(3) 报关服务306

(4) 贸易/交易服务307

(5) 物流服务307

(6) 其他(衔接)服务308

8.3 葡萄酒进口供应链运营模式分析308

8.3.1葡萄酒进口供应链运营模式优劣势分析308

(1) 葡萄酒进口供应链运营模式优势分析308

(2) 葡萄酒进口供应链运营模式劣势分析308

8.3.2葡萄酒进口供应链运营模式投资壁垒和前景分析 223309

第9章 葡萄酒进口联盟组织酒业推广模式310

9.1 葡萄酒进口联盟组织酒业推广模式解读310

9.1.1葡萄酒进口联盟组织酒业推广模式概述310

(1) 葡萄酒进口联盟组织酒业推广模式的含义310

(2) 葡萄酒进口联盟组织酒业推广模式的主要作用与价值310

(3) 葡萄酒进口联盟组织酒业推广模式的构成主体311

1) 政府组织311

2) 驻外领事馆311

3) 葡萄酒协会311

4) 进口商312

5) 经销商312

(4) 葡萄酒进口联盟组织酒业推广模式优劣势分析312

(5) 葡萄酒进口联盟组织酒业推广模式投资壁垒和前景分析313

9.1.2葡萄酒进口联盟组织酒业推广模式的发展315

(1) 葡萄酒进口联盟组织酒业推广模式的多元化发展315

(2) 2011-2015年葡萄酒联盟组织推广活动统计315

(3) 2015年葡萄酒联盟组织推广计划统计316

9.2 葡萄酒进口联盟组织酒业推广模式的主要活动和服务316

9.2.1国际葡萄酒联盟组织酒业推广的活动方式和服务316

9.2.2国内葡萄酒联盟组织酒业推广的活动方式和服务317

9.2.3葡萄酒联盟组织酒业推广的主要活动方式319

(1) 葡萄酒品鉴会319

1) 葡萄酒品鉴会组织319

2) 葡萄酒品鉴会组织主要内容320

3) 葡萄酒品鉴会执行320

4) 葡萄酒品鉴会案例分析321

(2) 葡萄酒课程322

1) 葡萄酒课程组织322

2) 葡萄酒课程主要内容323

3) 葡萄酒课程案例分析323

(3) 国际酒企商务考察324

1) 国际酒企商务考察的组织324

2) 国际酒企商务考察的主要内容324

3) 国际酒企商务考察案例分析324

(4) 酒类/葡萄酒展会326

1) 酒类/葡萄酒展会主要内容326

2) 酒类/葡萄酒展会执行326

3) 酒类/葡萄酒展会案例分析327

(5) 其他葡萄酒联盟组织推广方式328

第10章 葡萄酒类金融与投资市场分析330

10.1 葡萄酒类金融与投资属性330

10.1.1葡萄酒金融产品与投资升值原理330

(1) 供给因素330

(2) 需求因素330

(3) 供求矛盾	330
10.1.2 葡萄酒金融产品与投资升值特点	331
(1) 风险收益特性	331
(2) 资产配置属性	331
10.2 葡萄酒类金融与投资方式	332
10.2.1 实物红酒买卖	332
10.2.2 期酒	332
10.2.3 回购	332
10.2.4 拍卖	333
10.2.5 信托基金	333
10.2.6 其他方式	333
10.2.7 葡萄酒类金融与投资收益情况	334
(1) 国外葡萄酒品牌产品	334
1) 主要产品品牌	334
2) 产品投资收益	335
(2) 国内葡萄酒品牌产品	335
1) 主要产品品牌	335
2) 产品投资收益	339
10.2.8 葡萄酒类金融与投资市场意义	339
(1) 对企业的意义	339
1) 品牌塑造意义	339
2) 产品营销意义	339
(2) 对普通投资者的意义	340
1) 理财收益意义	340
2) 产品收藏意义	340
10.2.9 葡萄酒类金融与投资SWOT分析	341
(1) 优势分析	341
(2) 劣势分析	341
(3) 机会分析	341
(4) 风险分析	342
10.3 葡萄酒投资市场建设与发展	342
10.3.1 国内葡萄酒投资市场建设与发展	342

- (1) 国内葡萄酒投资管制与政策342
- (2) 国内葡萄酒投资市场建设与发展情况342
- 10.3.2国外葡萄酒投资市场建设与发展343
 - (1) 国外葡萄酒投资管制与政策343
 - (2) 国外主要葡萄酒投资市场建设与发展348
 - (3) 国外葡萄酒投资市场建设与发展经验349

第11章 进口葡萄酒流通与投资企业财务指标分析350

11.1 葡萄酒（进口）代理企业运营指标分析350

11.1.1南浦食品（集团）有限公司350

- (1) 公司简介350
- (2) 经营及代理品牌结构351
- (3) 渠道网络及终端架构352
- (4) 企业市场推广及营销活动352
- (5) 企业最新发展动态353

11.2 葡萄酒电子商务企业运营指标分析353

11.2.1也买酒网353

- (1) 网站简介353
- (2) 网站主营产品体系356
- (3) 网站主要产品价格区间356
- (4) 网站销售组合方式356
- (5) 网站营销推广方式357
- (6) 网站支付方式358
- (7) 网站物流配送建设361
- (8) 网站售后服务体系362

11.3 葡萄酒供应链企业运营指标分析363

11.3.1厦门优传供应链有限公司363

- (1) 公司简介363
- (2) 企业组织结构与营销网络365
- (3) 企业业务结构366
- (4) 经营及代理品牌结构367
- (5) 企业优劣势分析368

(6) 企业最新发展动态368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：进口葡萄酒流通行业产业链

图表：2011-2015年年我国进口葡萄酒流通行业企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年年我国进口葡萄酒流通行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年年我国进口葡萄酒流通行业从业人数增长趋势图

图表：2011-2015年年我国进口葡萄酒流通行业资产规模增长趋势图

图表：2011-2015年年我国进口葡萄酒流通行业产成品增长趋势图

图表：2011-2015年年我国进口葡萄酒流通行业工业销售产值增长趋势图

图表：2011-2015年年我国进口葡萄酒流通行业销售成本增长趋势图

图表：2011-2015年年我国进口葡萄酒流通行业费用使用统计图

图表：2011-2015年年我国进口葡萄酒流通行业主要盈利指标统计图

图表：2011-2015年年我国进口葡萄酒流通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年进口葡萄酒流通行业市场供给

图表：2011-2015年进口葡萄酒流通行业市场需求

图表：2011-2015年进口葡萄酒流通行业市场规模

图表：进口葡萄酒流通所属行业生命周期判断

图表：进口葡萄酒流通所属行业区域市场分布情况

图表：2016-2022年中国进口葡萄酒流通行业市场规模预测

图表：2016-2022年中国进口葡萄酒流通行业供给预测

图表：2016-2022年中国进口葡萄酒流通行业需求预测

图表：2016-2022年中国进口葡萄酒流通行业价格指数预测

图表：……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/276504.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专业提供投资咨询报告、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。