

# 2015-2020年中国红酒市场 调研及发展前景研究报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2015-2020年中国红酒市场调研及发展前景研究报告》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/201502/120470.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

2013年，中国红酒累计产量117.83万千升，同比增长-14.71%，进口约为37.68万千升，出口约0.19万千升，国内累计消费量为155.33万千升，人均消费约1.14升。

相比2012年，2013年我国红酒人均消费下降0.17升，预计未来几年我国人均红酒消费将呈现缓慢上升的态势，到2020年我国红酒消费总量有望达到220.92万千升。2013-2019年我国红酒市场消费前景预测分析资料来源：中企顾问网整理 中企顾问网发布的《2015-2020年中国红酒市场调研及发展前景研究报告》共十一章。首先介绍了中国红酒行业市场发展环境、中国红酒整体运行态势等，接着分析了中国红酒行业市场运行的现状，然后介绍了中国红酒市场竞争格局。随后，报告对中国红酒做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国红酒行业发展趋势与投资预测。您若想对红酒产业有个系统的了解或者想投资红酒行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。报告目录：第一部分 行业市场分析分析1

### 第一章 全球红酒行业市场分析1

#### 第一节 2013年全球红酒市场分析1

#### 第二节 2014年全球红酒市场分析3

#### 第三节 部分国家红酒市场分析7

##### 一、2014-2015年意大利红酒市场分析7

##### 二、2014-2015年法国红酒市场分析8

##### 三、2014-2015年西班牙红酒市场分析9

##### 四、2014-2015年美国红酒市场分析9

##### 五、2014-2015年阿根廷红酒市场分析10

##### 六、2014-2015年澳大利亚红酒市场分析11

##### 七、2014-2015年中国红酒市场分析12

##### 八、2014-2015年南非红酒市场分析12

##### 九、2014-2015年德国红酒市场分析13

##### 十、2014-2015年加拿大红葡萄酒市场分析14

##### 十一、2014-2015年智利红酒市场分析14

##### 十二、2014-2015年巴西红酒市场分析15

十三、2014-2015年新西兰红酒市场分析	16
十四、2014-2015年奥地利红酒市场分析	16
第二章 中国红酒行业进口分析	18
第一节 2014-2015年中国红酒行业进口分析	18
一、进口总额	18
二、进口总量	22
三、细分产品进口分析	23
第二节 2014-2015年中国红酒行业进口价格走势分析	25
一、进口价格走势	25
二、未来进口价格走势预测	27
第三节 中国红酒行业进口数据分析	27
一、2013年红酒进口数据统计	27
二、2014年红酒进口数据统计	28
第四节 中国红酒进口市场分析	30
一、2013年红酒进口市场分析	30
二、2014年红酒进口市场分析	32
三、2015-2020年红酒进口市场容量分析	35
第五节 中国进口红酒发展分析	36
一、进口红酒销售渠道分析	36
二、进口红酒代理商分析	36
三、进口红酒招商营销分析	38
四、进口红酒营销策略分析	45
第三章 中国进口红酒供需市场分析	48
第一节 2011-2014年中国进口红酒市场供需分析	48
一、2011-2014年进口红酒市场供给分析	48
二、2011-2014年进口红酒市场产值分析	50
三、2011-2014年进口红酒市场需求分析	50
四、2011-2014年进口红酒市场规模分析	51
第二节 2015-2020年进口红酒行业需求与消费预测	52
一、2015-2020年进口红酒产品消费预测	52
二、2015-2020年进口红酒市场规模预测	52
三、2015-2020年进口红酒行业总产值预测	53
四、2015-2020年进口红酒行业销售收入预测	53
五、2015-2020年进口红酒行业总资产预测	54

### 第三节 2015-2020年中国进口红酒行业供需预测54

一、2015-2020年进口红酒供给预测54

二、2015-2020年进口红酒产量预测55

三、2015-2020年进口红酒需求预测55

四、2015-2020年进口红酒供需平衡预测56第四章 中国进口红酒消费者市场分析57

#### 第一节 红酒消费者分析57

一、红酒消费群体分类57

二、不同收入水平消费者偏好调查57

三、不同年龄的消费者偏好调查58

四、红酒消费观念分析58

#### 第二节 红酒消费市场分析59

一、2014-2015年红酒行业消费特点59

二、2014-2015年星级酒店红酒市场分析62

三、2014-2015年红酒消费结构分析62

四、2015-2020年红酒消费潜力分析66

#### 第三节 红酒行业产品的品牌市场调查66

一、消费者对行业品牌认知度宏观调查66

二、消费者对行业产品的品牌偏好调查67

三、消费者对行业品牌的首要认知渠道67

四、消费者经常购买的品牌调查68

五、红酒行业品牌忠诚度调查68

六、红酒行业品牌市场占有率调查69

七、消费者的消费理念调研69

#### 第四节2014-2015年中国消费者口感分析70

#### 第五节2014-2015年中国不同客户购买相关的态度及影响分析71

一、价格敏感程度71

二、品牌的影响72

三、购买方便的影响73

四、广告的影响程度75

五、包装的影响程度76第五章 进口红酒品牌竞争分析78

#### 第一节 进口红酒行业竞争核心要素分析78

#### 第二节 进口红酒行业竞争现状及特性分析80

第三节 进口红酒市场品牌竞争核心要素调研分析	81
第四节 进口红酒市场主要品牌内涵建设现状及趋势	91
第五节 进口红酒市场主要品牌外延建设现状及趋势	92
第六节 进口红酒市场主要品牌竞争格局现状及趋势	93
第二部分 行业经济运行分析	96
第六章 中国进口红酒行业整体运行指标分析	96
第一节 进口红酒行业企业规模分析	96
一、2012-2014年企业数量情况	96
二、2012-2014年亏损企业情况	96
三、2012-2014年从业人员平均人数情况	96
四、2012-2014年企业资产情况	97
五、2012-2014年企业负债情况	97
第二节 进口红酒行业产销运存分析	98
一、2012-2014年行业产成品情况总体分析	98
二、2012-2014年行业产品销售收入总体分析	98
三、2012-2014年行业产品库存分析	98
第三节 进口红酒行业盈利能力分析	99
一、2012-2014年行业主营业务收入分析	99
二、2012-2014年行业主营业务成本分析	99
三、2012-2014年行业利润总额分析	99
第四节 进口红酒企业在中国市场的运营分析	100
一、进口红酒企业盈利模式分析	100
二、进口红酒企业营销模式分析	100
三、进口红酒企业品牌战略分析	103
第三部分 行业竞争分析	104
第七章 中国红酒行业竞争分析	104
第一节 红酒行业集中度分析	104
一、红酒市场集中度分析	104
二、红酒企业集中度分析	106
三、红酒区域集中度分析	107
第二节 红酒行业竞争分析	108
一、红酒市场竞争现状	108
二、红酒市场品牌现状	109
三、红酒产业竞争力分析	110

四、红酒行业内部竞争分析	116
五、红酒行业主要企业竞争分析	117
第八章 红酒行业区域市场分析	119
第一节 华北地区红酒市场分析	119
第二节 东北地区红酒市场分析	120
第三节 华东地区红酒市场分析	121
第四节 华南地区红酒市场分析	121
第五节 华中地区红酒市场分析	122
第六节 西南地区红酒市场分析	122
第七节 西北地区红酒市场分析	123
第九章 进口红酒重点企业分析	126
第一节 上海建发酒业有限公司	126
一、公司概况	126
二、2014-2015年公司经营情况	126
三、2015-2020年公司发展战略	127
第二节 ASCFINEWINE ( 圣皮尔精品葡萄酒 )	127
一、公司概况	127
二、2014-2015年公司经营情况	128
三、2014-2015年公司竞争力分析	129
第三节 桃乐丝 ( TORRESCHINA ) 中国	129
一、公司概况	129
二、2014-2015年公司经营情况	130
三、2014-2015年公司竞争力分析	131
第四节 米柯尼斯 ( MERCURIS ) 上海有限公司	131
一、公司概况	131
二、2014-2015年公司经营情况	132
三、2014-2015年公司竞争力分析	133
第五节 SUMMERGATE美夏	133
一、公司概况	133
二、2014-2015年公司经营分析	133
三、2014-2015年公司竞争力分析	135
第六节 富隆酒业 ( AUSSINO )	135
一、公司概况	135
二、2014-2015年公司经营情况	135

- 三、2014-2015年公司竞争力分析136
- 四、2015-2020年公司发展战略137
- 第七节 名特 ( MONTROSE ) 137
  - 一、公司概况137
  - 二、2015-2020年公司发展战略137
- 第八节 由东往西 ( EMW ) 137
  - 一、公司概况137
  - 二、2014-2015年公司竞争力分析138
- 第九节 鑒法世家 ( BEIJINGLABELFRANCEWINECO.LTD. ) 138
  - 一、公司概况138
  - 二、2014-2015年公司竞争力分析138
- 第十节 张裕 ( 烟台张裕葡萄酒股份有限公司 ) 138
  - 一、公司概况138
  - 二、2014-2015年公司经营情况139
  - 三、2015-2020年公司发展战略143
- 第十一节 王朝 ( 中法合营王朝葡萄酒有限公司 ) 143
  - 一、公司概况143
  - 二、2014-2015年公司经营情况144
  - 三、2015-2020年公司发展战略145
- 第十二节 新天 ( 新天国际葡萄酒业股份有限公司 ) 147
  - 一、公司概况147
  - 二、2014-2015年公司经营情况148
  - 三、2015-2020年公司发展战略152
- 第十三节 长城 ( 中粮酒业有限公司 ) 153
  - 一、公司概况153
  - 二、2014-2015年公司经营情况154
  - 三、2015-2020年公司发展战略156
- 第十四节 通化 ( 通化葡萄酒股份有限公司 ) 156
  - 一、公司概况156
  - 二、2014-2015年公司经营情况157
  - 三、2015-2020年公司发展战略161
- 第十五节 威龙 ( 烟台威龙葡萄酒股份有限公司 ) 161



- 一、公司概况161
- 二、2014-2015年公司经营动态162
- 第十六节 丰收（北京丰收葡萄酒有限公司）163
  - 一、公司概况163
  - 二、2014-2015年公司经营动态163
  - 三、2015-2020年公司发展战略165
- 第十七节 云南红（云南红葡萄酒产业集团）165
  - 一、公司概况165
  - 二、发展历程166
  - 三、2014-2015年公司经营分析167
- 第十八节 香格里拉（云南香格里拉酒业股份有限公司）168
  - 一、公司概况168
  - 二、2014-2015年公司经营分析169
  - 三、2014-2015年公司产品及市场分析171
- 第十九节 华夏五千年（北京昌黎华夏葡萄酒有限公司）173
  - 一、公司概况173
  - 二、企业竞争力分析174
- 第四部分 行业发展前景及投资研究175
- 第十章 进口红酒行业发展前景及趋势预测175
  - 第一节 进口红酒行业“十二五”规划分析175
    - 一、进口红酒行业“十二五”规划目标175
    - 二、进口红酒行业“十二五”发展战略176
  - 第二节 红酒市场发展前景177
    - 一、2015-2020年红酒装备发展方向177
    - 二、2015-2020年红酒产品包装发展分向180
    - 三、2015-2020年进口红酒行业发展方向183
    - 四、2015-2020年红酒市场消费前景183
    - 五、2015-2020年红酒市场发展前景184
  - 第三节 红酒市场发展趋势预测184
    - 一、2015-2020年红酒品牌发展趋势预测184
    - 二、2015-2020年红酒产品营销趋势预测185
    - 三、2015-2020年进口红酒行业发展趋势预测192
    - 四、2015-2020年红酒市场发展趋势预测193

## 五、2015-2020年红酒市场规模预测194第十一章 进口红酒行业投资战略研究195

### 第一节 进口红酒行业发展战略研究195

#### 一、技术开发战略195

#### 二、产业战略规划196

#### 三、业务组合战略197

#### 四、营销战略规划197

#### 五、区域战略规划198

#### 六、企业信息化战略规划199

### 第二节 对我国进口红酒品牌的战略思考201

#### 一、企业品牌的重要性201

#### 二、进口红酒实施品牌战略的意义204

#### 三、进口红酒企业品牌的现状分析205

#### 四、我国进口红酒企业的品牌战略205

#### 五、进口红酒品牌战略管理的策略205

### 第三节 ZY LZG行业投资战略研究207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：2014年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2014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

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201502/120470.html>