

# 2021-2027年中国葡萄酒行业 发展趋势与市场年度调研报告

## 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

《2021-2027年中国葡萄酒行业发展趋势与市场年度调研报告》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/202106/224346.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

葡萄酒是以葡萄为原料酿造的一种果酒。

2019年我国葡萄酒之所以暴跌37.16%是因为之前的统计数据含有水分，随着统计数据的严谨化，这次的统计较为真实的反映了产量。扣除这些因素，我国葡萄酒产量实际下降7.36%。另一方面，在消费者的认知中，进口酒优于国产酒，同时进口酒性价比较高，越来越多企业或行业新进入者偏向于做进口酒，这对国产葡萄酒造成了很大冲击。但必须重视的是，2019年，我国葡萄酒产量、进口量双双下降，2019年部分酒商开始转向进口烈酒的业务。2000-2019年中国葡萄酒进口分析数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2021-2027年中国葡萄酒行业发展趋势与市场年度调研报告》共十七章。首先介绍了葡萄酒行业市场发展环境、葡萄酒整体运行态势等，接着分析了葡萄酒行业市场运行的现状，然后介绍了葡萄酒市场竞争格局。随后，报告对葡萄酒做了重点企业经营状况分析，最后分析了葡萄酒行业发展趋势与投资预测。您若想对葡萄酒产业有个系统的了解或者想投资葡萄酒行业，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：

### 第一章 葡萄酒概况

#### 1.1 葡萄酒相关介绍

##### 1.1.1 葡萄酒的概念

##### 1.1.2 葡萄酒的由来与发展

##### 1.1.3 葡萄酒类别和酿造过程

##### 1.1.4 葡萄酒酿造技术的发展

##### 1.1.5 葡萄酒与健康

#### 1.2 葡萄酒的分类

##### 1.2.1 按颜色分类

##### 1.2.2 按含二氧化碳压力分类

##### 1.2.3 按含糖量分类

##### 1.2.4 按酿造方法分类

### 1.2.5 按饮用方式分类

## 第二章 2015-2019年全球葡萄酒行业发展分析

### 2.1 2015-2019年全球葡萄酒行业发展概述

#### 2.1.1 产业发展特点

#### 2.1.2 产业发展格局

#### 2.1.3 未来发展前景

### 2.2 2015-2019年全球葡萄酒行业生产情况

#### 2.2.1 葡萄种植面积

#### 2.2.2 全球产量规模

#### 2.2.3 全球生产格局

#### 2.2.4 主要国家生产规模

#### 2.2.5 生产企业格局

### 2.3 2015-2019年全球葡萄酒消费情况

#### 2.3.1 全球消费形势

#### 2.3.2 全球消费格局

### 2.4 2015-2019年全球葡萄酒贸易市场分析

#### 2.4.1 国际贸易概况

#### 2.4.2 进口市场情况

#### 2.4.3 出口市场格局

### 2.5 2015-2019年全球葡萄酒拍卖市场发展分析

#### 2.5.1 市场发展规模

#### 2.5.2 市场现状特征

#### 2.5.3 市场行情动态

### 2.6 世界葡萄酒未来发展趋势预测

#### 2.6.1 全球市场展望

#### 2.6.2 市场发展趋势

#### 2.6.3 未来行业变化

#### 2.6.4 市场需求预测

### 2.7 全球葡萄酒行业对中国的影响及启示

#### 2.7.1 对定价机制的影响

#### 2.7.2 对葡萄种植的影响

- 2.7.3 对酿造技术的影响
- 2.7.4 对葡萄酒文化与营销的影响

### 第三章 2015-2019年中国酒行业发展分析

#### 3.1 中国酒行业发展因素分析

- 3.1.1 经济平稳运行
- 3.1.2 居民消费升级
- 3.1.3 信息技术进步
- 3.1.4 法规标准不完善

#### 3.2 中国酒行业发展规模

- 3.2.1 产量规模
- 3.2.2 进出口规模
- 3.2.3 销售规模
- 3.2.4 企业规模

#### 3.3 中国酒所属行业运行分析

- 3.3.1 行业经营效益
- 3.3.2 行业发展结构
- 3.3.3 市场价格走势

#### 3.4 中国酒行业发展特征现状

- 3.4.1 行业总体向好
- 3.4.2 供给水平明显提升
- 3.4.3 营销模式不断创新
- 3.4.4 国际化进程加快

### 第四章 2015-2019年中国葡萄酒行业发展分析

#### 4.1 中国葡萄酒行业发展概况2019年上半年中国葡萄酒龙头企业营收占比情况数据来源：公开资料整理

- 4.1.1 行业发展优劣势
- 4.1.2 产业链分析
- 4.1.3 产区化发展分析
- 4.1.4 产业国际竞争力

#### 4.2 2015-2019年中国葡萄酒行业运行现状

- 4.2.1 行业经营情况
- 4.2.2 地区销售水平
- 4.2.3 行业增长态势
- 4.3 2015-2019年全国葡萄酒产量分析
  - 4.3.1 2015-2019年全国葡萄酒产量趋势
  - 4.3.2 2017年全国葡萄酒产量情况
  - 4.3.3 2019年全国葡萄酒产量情况
  - 4.3.4 2019年全国葡萄酒产量情况
- 4.4 2015-2019年中国葡萄酒消费市场分析
  - 4.4.1 消费习惯改变
  - 4.4.2 人均消费规模
  - 4.4.3 市场销售规模
- 4.5 2015-2019年中国国产葡萄酒行业特征现状分析
  - 4.5.1 酒庄酒成重要趋势
  - 4.5.2 企业市场敏锐度提高
  - 4.5.3 产品结构更加多元化
  - 4.5.4 企业品牌意识加强
  - 4.5.5 本土产区时代来临
- 4.6 中国葡萄酒市场消费行为分析
  - 4.6.1 市场消费风向分析
  - 4.6.2 消费群体属性分析
  - 4.6.3 消费行为调查分析
  - 4.6.4 消费行为影响因素
  - 4.6.5 终端市场消费特点
- 4.7 中国葡萄酒工业存在的问题
  - 4.7.1 产业制约因素
  - 4.7.2 工艺技术落后
  - 4.7.3 行业规范缺失
  - 4.7.4 进口产品冲击
- 4.8 中国葡萄酒工业发展的对策
  - 4.8.1 合理进行规划布局
  - 4.8.2 推动环境协调发展

- 4.8.3 健全质量认证体系
- 4.8.4 建立科技支撑体系
- 4.8.5 产业可持续发展建议

## 第五章 2015-2019年中国葡萄酒产业进出口分析

- 5.1 2015-2019年中国葡萄酒进口状况
  - 5.1.1 进口关税调整
  - 5.1.2 总体进口规模分析
  - 5.1.3 进口国家分布格局
  - 5.1.4 进口区域分布格局
- 5.2 2015-2019年中国进口葡萄酒行业分析
  - 5.2.1 进口葡萄酒行业发展特征
  - 5.2.2 进口葡萄酒市场价格分析
  - 5.2.3 进口葡萄酒的主要渠道
  - 5.2.4 进口葡萄酒的消费特点
  - 5.2.5 进口葡萄酒市场发展趋势
- 5.3 中国葡萄酒出口形势分析
  - 5.3.1 葡萄酒出口存在的问题
  - 5.3.2 促进葡萄酒出口的建议
  - 5.3.3 葡萄酒出口价格需调整
- 5.4 中国鲜葡萄酿造的酒进出口统计数据分折
  - 5.4.1 中国鲜葡萄酿造的酒进出口总量数据分析
  - 5.4.2 2015-2019年主要贸易国鲜葡萄酿造的酒进出口情况分析
  - 5.4.3 2015-2019年主要省市鲜葡萄酿造的酒进出口情况分析
- 5.5 中国葡萄汽酒进出口统计数据分折
  - 5.5.1 中国葡萄汽酒进出口总量数据分析
  - 5.5.2 2015-2019年主要贸易国葡萄汽酒进出口情况分析
  - 5.5.3 2015-2019年主要省市葡萄汽酒进出口情况分析

## 第六章 2015-2019年葡萄酒行业竞争情况分析

- 6.1 2015-2019年我国葡萄酒市场竞争动态分析
  - 6.1.1 市场竞争格局

- 6.1.2 主要参与主体
- 6.1.3 市场集中度
- 6.1.4 企业竞争优势
- 6.2 重点企业经营对比
  - 6.2.1 收入水平
  - 6.2.2 利润水平
- 6.3 重点企业竞争策略分析
  - 6.3.1 张裕
  - 6.3.2 长城
  - 6.3.3 威龙
  - 6.3.4 中葡
  - 6.3.5 莫高
  - 6.3.6 通化
- 6.4 中国葡萄酒品牌的“立体”竞争能力浅析
  - 6.4.1 产品组合力
  - 6.4.2 渠道终端力
  - 6.4.3 营销传播力
  - 6.4.4 价值增值力
  - 6.4.5 国际市场力
- 6.5 中国葡萄酒行业竞争力构建分析
  - 6.5.1 构建中国葡萄酒竞争力新纬度
  - 6.5.2 产业链竞争时代的企业战略
  - 6.5.3 本土企业提升竞争优势的途径
  - 6.5.4 葡萄酒经销商打造竞争力策略
  - 6.5.5 中小型酒厂提升竞争力的措施

## 第七章 2015-2019年中国主要葡萄酒细分市场发展分析

- 7.1 红葡萄酒
  - 7.1.1 消费市场概述
  - 7.1.2 市场消费格局
- 7.2 白葡萄酒
  - 7.2.1 白葡萄酒市场回顾



## 7.2.2 白葡萄酒市场现状

## 7.3 桃红葡萄酒

### 7.3.1 全球市场销量

### 7.3.2 中国市场发展分析

### 7.3.3 生产企业经营建议

## 7.4 起泡葡萄酒

### 7.4.1 消费市场概述

### 7.4.2 市场消费特征

### 7.4.3 市场增长因素

### 7.4.4 市场发展前景

## 7.5 冰葡萄酒

### 7.5.1 冰葡萄酒市场概述

### 7.5.2 产业发展概况

### 7.5.3 市场发展空间

## 第八章 2015-2019年葡萄酒年份酒市场分析

### 8.1 葡萄酒年份解读

#### 8.1.1 葡萄酒年份的含义

#### 8.1.2 葡萄酒年份的内涵

#### 8.1.3 葡萄酒年份的评价

#### 8.1.4 葡萄酒年份的理解

### 8.2 国外年份葡萄酒市场行情

#### 8.2.1 德国

#### 8.2.2 新西兰

#### 8.2.3 法国波尔多

#### 8.2.4 法国勃艮第

#### 8.2.5 法国罗讷河谷

### 8.3 中国市场年份酒状况

#### 8.3.1 我国年份酒检测及管理标准欠缺

#### 8.3.2 山东蓬莱首制年份葡萄酒管理办法

#### 8.3.3 河北昌黎产区年份葡萄酒研究突破

## 第九章 2015-2019年葡萄酒原材料供应市场分析

### 9.1 主要酿酒葡萄品种分析

#### 9.1.1 红葡萄品种

#### 9.1.2 白葡萄品种

#### 9.1.3 冰葡萄酒

### 9.2 酿酒葡萄综述

#### 9.2.1 葡萄栽培历史沿革

#### 9.2.2 酿酒葡萄品种介绍

#### 9.2.3 气候对葡萄种植的影响

#### 9.2.4 葡萄树龄对葡萄酒的影响

### 9.3 中外酿酒葡萄生产分布

#### 9.3.1 全球酿酒葡萄主要种植区

#### 9.3.2 全球葡萄园种植面积状况

#### 9.3.3 中国葡萄主要产区分布

#### 9.3.4 中国酿酒葡萄生产分布

#### 9.3.5 中国主要葡萄产区介绍

### 9.4 中国九大葡萄产地介绍

#### 9.4.1 东北产地

#### 9.4.2 渤海湾产地

#### 9.4.3 沙城产地

#### 9.4.4 清徐产地

#### 9.4.5 银川产地

#### 9.4.6 武威产地

#### 9.4.7 吐鲁番产地

#### 9.4.8 黄河故道产地

#### 9.4.9 云南高原产地

### 9.5 2015-2019年我国酿酒葡萄主要产区生产现状

#### 9.5.1 新疆

#### 9.5.2 陕西

#### 9.5.3 河北

#### 9.5.4 山东

#### 9.5.5 云南

### 9.5.6 河南

## 9.6 2015-2019年中国葡萄酒原料供应模式分析

### 9.6.1 自种酿酒葡萄模式

### 9.6.2 收购酿酒葡萄模式

### 9.6.3 采购葡萄原酒模式

## 第十章 2015-2019年葡萄酒酿制工艺分析

### 10.1 葡萄酒生产工艺步骤

#### 10.1.1 采摘选料

#### 10.1.2 去梗破皮

#### 10.1.3 酒精发酵

#### 10.1.4 浸皮搅拌

#### 10.1.5 苹果酸-乳酸发酵

#### 10.1.6 陈酿

#### 10.1.7 换桶过滤

#### 10.1.8 调配

#### 10.1.9 瓶内陈年

#### 10.1.10 贴标上市

### 10.2 葡萄酒发酵工艺介绍

#### 10.2.1 浸提发酵法

#### 10.2.2 热浸提发酵法

#### 10.2.3 二氧化碳浸渍法

#### 10.2.4 旋转发酵罐法

#### 10.2.5 连续发酵法

#### 10.2.6 锥底罐发酵法

### 10.3 主要品种葡萄酒酿造工艺介绍

#### 10.3.1 红葡萄酒酿造工艺介绍

#### 10.3.2 白葡萄酒酿造工艺介绍

#### 10.3.3 国内冰酒生产工艺开发

#### 10.3.4 起泡葡萄酿制方法

## 第十一章 2015-2019年葡萄酒庄园建设发展分析

- 11.1 2015-2019年中国庄园葡萄酒发展状况
  - 11.1.1 葡萄酒产业的“庄园”现象
  - 11.1.2 兴起庄园投资建设热潮
  - 11.1.3 庄园运动带来的变局
  - 11.1.4 酒庄酒促进高端市场发展
  - 11.1.5 我国酒庄葡萄酒产业现状
  - 11.1.6 我国推出葡萄酒庄酒标准
- 11.2 中国部分地区葡萄酒庄园发展分析
  - 11.2.1 山东庄园葡萄酒管理规范实施
  - 11.2.2 甘肃庄园葡萄酒业发展规划分析
  - 11.2.3 新疆和硕县政策促进葡萄酒庄发展
  - 11.2.4 房山区酒庄葡萄酒产业优势及模式
- 11.3 2015-2019年葡萄酒庄园旅游市场发展分析
  - 11.3.1 国外酒庄旅游开发模式
  - 11.3.2 中国酒庄旅游发展现状
  - 11.3.3 中国酒庄旅游存在的问题

## 第十二章 2015-2019年中国葡萄酒电商市场发展分析

- 12.1 2015-2019年中国酒类电商发展分析
  - 12.1.1 酒类电商平台类型
  - 12.1.2 酒类电商交易规模
  - 12.1.3 电商平台竞争格局
  - 12.1.4 不同酒类交易份额
  - 12.1.5 酒类电商存在的问题
- 12.2 2015-2019年中国葡萄酒电商市场发展格局
  - 12.2.1 电商市场渗透率
  - 12.2.2 平台竞争格局
  - 12.2.3 品牌竞争格局
  - 12.2.4 企业布局动态
- 12.3 2015-2019年中国葡萄酒跨境电商市场发展分析
  - 12.3.1 跨境电商市场规模
  - 12.3.2 跨境电商对市场的影响

- 12.3.3 市场面临的问题
- 12.3.4 未来发展前景分析

## 第十三章 2015-2019年葡萄酒营销分析

- 13.1 葡萄酒市场销售模式分析
  - 13.1.1 经销模式
  - 13.1.2 直销模式
  - 13.1.3 电商模式
- 13.2 国内外葡萄酒营销分析
  - 13.2.1 品牌化运营方式剖析
  - 13.2.2 “精准营销”模式分析
  - 13.2.3 进口葡萄酒开展微博营销
  - 13.2.4 葡萄酒行业营销模式亮点
  - 13.2.5 葡萄酒企业细分市场营
  - 13.2.6 国内外葡萄酒营销文化差异
- 13.3 葡萄酒营销渠道分析
  - 13.3.1 中国葡萄酒市场运营模式
  - 13.3.2 第三方独立营销商和营销网络
  - 13.3.3 葡萄酒供应链模式剖析
  - 13.3.4 葡萄酒专卖店模式分析
  - 13.3.5 葡萄酒“全渠道”创新模式
  - 13.3.6 国内电商营销平台建设加快
  - 13.3.7 夜场在区域市场开发中的作用
  - 13.3.8 红酒分渠道亟待解决的问题
  - 13.3.9 进口葡萄酒商超渠道营销思路
- 13.4 主要葡萄酒品牌市场营销策略
  - 13.4.1 张裕公司的体验营销策略
  - 13.4.2 王朝公司的营销策略解析
  - 13.4.3 中粮探索高端营销模式
  - 13.4.4 中粮君顶尝试跨界营销
- 13.5 品牌营销策略分析
  - 13.5.1 葡萄酒品牌的价值分析

- 13.5.2 中国葡萄酒品牌营销误区
- 13.5.3 中国葡萄酒副品牌的开发策略
- 13.5.4 葡萄酒高端产品品牌策略分析
- 13.5.5 二三线葡萄酒品牌的营销路径
- 13.6 葡萄酒包装策略
  - 13.6.1 国外葡萄酒包装概况
  - 13.6.2 螺旋盖包装葡萄酒受青睐
  - 13.6.3 葡萄酒非主流包装的市场动向
  - 13.6.4 中国葡萄酒包装期待变革
  - 13.6.5 中国葡萄酒包装发展趋势预测
- 13.7 葡萄酒其它营销策略分析
  - 13.7.1 葡萄酒企业文化营销模式探析
  - 13.7.2 葡萄酒专卖店的营销战略
  - 13.7.3 量产葡萄酒的营销策略
  - 13.7.4 酒类商品的节日营销策略分析
  - 13.7.5 葡萄酒促销策略分析
  - 13.7.6 中国葡萄酒业营销的八点建议
- 13.8 未来我国葡萄酒营销环境分析
  - 13.8.1 产业链条全球化
  - 13.8.2 资本运营频繁化
  - 13.8.3 体验会所普遍化
  - 13.8.4 产品开发规范化

## 第十四章 2015-2019年中国葡萄酒区域产业发展分析

- 14.1 山东烟台
  - 14.1.1 产业优势条件
  - 14.1.2 经济运行现状
  - 14.1.3 发展特征分析
  - 14.1.4 特色小镇建设
  - 14.1.5 打造区域品牌
  - 14.1.6 发展战略建议
  - 14.1.7 产业发展规划

## 14.2 河北

### 14.2.1 产业优势条件

### 14.2.2 总体发展现状

### 14.2.3 昌黎产区分析

### 14.2.4 怀来产区分析

### 14.2.5 发展对策建议

### 14.2.6 人才培养建议

### 14.2.7 产业发展规划

## 14.3 宁夏

### 14.3.1 产业发展概述

### 14.3.2 产业发展成就

### 14.3.3 组建产业研究院

### 14.3.4 产业战略动态

### 14.3.5 产业发展建议

### 14.3.6 产业发展规划

## 14.4 甘肃

### 14.4.1 产业发展动力

### 14.4.2 产业发展回顾

### 14.4.3 产业发展现状

### 14.4.4 产业发展优势

### 14.4.5 武威地区分析

### 14.4.6 产业发展规划

### 14.4.7 主要发展措施

## 14.5 新疆

### 14.5.1 产业总体现状

### 14.5.2 昌吉发展分析

### 14.5.3 巴州发展分析

### 14.5.4 吐鲁番发展分析

### 14.5.5 未来初步规划

### 14.5.6 发展对策建议

## 14.6 云南

### 14.6.1 产业优势条件

- 14.6.2 葡萄酒电商
- 14.6.3 产业发展现状
- 14.6.4 主要发展不足
- 14.6.5 未来发展潜力
- 14.6.6 产业战略方向

## 第十五章葡萄酒生产企业经营状况

- 15.1 星座公司 ( Constellation Brands, Inc. )
  - 15.1.1 企业发展概况
  - 15.1.2 企业经营状况分析
- 15.2 帝亚吉欧公司 ( Diageo plc )
  - 15.2.1 企业发展概况
  - 15.2.2 企业经营状况分析
- 15.3 保乐力加集团 ( Pernod Ricard Group )
  - 15.3.1 企业发展概况
  - 15.3.2 企业经营状况分析
- 15.4 拉菲罗斯柴尔德集团 ( DBR )
  - 15.4.1 企业发展概况
  - 15.4.2 企业经营状况分析
- 15.5 酩悦&轩尼诗 - 路易威登集团 ( LVMH )
  - 15.5.1 企业发展概况
  - 15.5.2 企业经营状况分析

## 第十六章国内葡萄酒生产企业经营状况

- 16.1 中粮酒业有限公司
  - 16.1.1 企业发展概况
  - 16.1.2 中粮长城发展综述
  - 16.1.3 产品销售状况分析
  - 16.1.4 中粮长城战略布局
  - 16.1.5 葡萄酒种植基地
  - 16.1.6 中粮长城业务转型
- 16.2 烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司



- 16.2.1 企业发展概况
- 16.2.2 经营效益分析
- 16.2.3 业务经营分析
- 16.2.4 财务状况分析
- 16.2.5 核心竞争力分析
- 16.2.6 公司发展战略
- 16.2.7 未来前景展望
- 16.3 甘肃莫高实业发展股份有限公司
  - 16.3.1 企业发展概况
  - 16.3.2 经营效益分析
  - 16.3.3 业务经营分析
  - 16.3.4 财务状况分析
  - 16.3.5 核心竞争力分析
  - 16.3.6 公司发展战略
  - 16.3.7 未来前景展望
- 16.4 中法合营王朝葡萄酿酒有限公司
  - 16.4.1 企业发展概况
  - 16.4.2 企业经营状况
  - 16.4.3 产品营销网络
  - 16.4.4 经营亟待改善
- 16.5 中国通天酒业集团有限公司
  - 16.5.1 企业发展概况
  - 16.5.2 企业经营状况
  - 16.5.3 销售网络拓展
  - 16.5.4 企业战略动向
- 16.6 中信国安葡萄酒业股份有限公司
  - 16.6.1 企业发展概况
  - 16.6.2 经营效益分析
  - 16.6.3 业务经营分析
  - 16.6.4 财务状况分析
  - 16.6.5 核心竞争力分析
  - 16.6.6 公司发展战略

## 16.6.7 未来前景展望

## 第十七章 葡萄酒业投资及前景预测

### 17.1 中国葡萄酒行业投资状况

#### 17.1.1 投资模式分析

#### 17.1.2 行业投资态势

#### 17.1.3 投资机会分析

#### 17.1.4 行业投资潜力

#### 17.1.5 西部地区投资机遇

### 17.2 葡萄酒产业投资建议

#### 17.2.1 行业投资要领

#### 17.2.2 产业投资若干建议

#### 17.2.3 投资市场选择建议

#### 17.2.4 行业个性化发展建议

#### 17.2.5 产业差异化经营策略

### 17.3 中国葡萄酒行业前景展望

#### 17.3.1 消费规模预测

#### 17.3.2 发展前景展望

#### 17.3.3 消费趋势展望

#### 17.3.4 品牌化趋势

#### 17.3.5 区域市场潜力

#### 17.3.6 “十三五”发展趋势

### 17.4 中国葡萄酒行业发展趋势展望

#### 17.4.1 “大单品”时代来临

#### 17.4.2 流通模式发展趋势

#### 17.4.3 “电商+连锁”模式

#### 17.4.4 葡萄酒教育市场兴起

#### 17.4.5 “IP”意识崛起

#### 17.4.6 注重线下互动渠道兴起

#### 17.4.7 场景营销成重要手段

#### 17.4.8 资本助力“生态消费”;

### 17.5 2021-2027年中国葡萄酒行业预测分析

- 17.5.1 影响因素分析
- 17.5.2 葡萄酒销售收入预测
- 17.5.3 葡萄酒利润总额预测
- 17.5.4 葡萄酒产量预测

## 附录

附录一：葡萄酒行业准入条件

附录二：中国葡萄酿酒技术规范

附录三：葡萄酒标准GB15037-2006

附录四：国家行业标准之山葡萄酒

附录五：葡萄酒生产管理办法

附录六：酒类广告管理办法

附录七：葡萄酒酒庄酒证明商标（第5504363号）使用管理规则

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202106/224346.html>