|  |
| --- |
| [中国葡萄酒行业调查分析及发展趋势预测报告（2025-2031年）](https://www.20087.com/M_LvYouCanYin/60/PuTaoJiuShiChangJingZhengYuFaZhanQuShi.html) |



#### [中国市场调研网](https://www.20087.com/)

[www.20087.com](https://www.20087.com/)

一、基本信息

|  |  |
| --- | --- |
| 名称： | [中国葡萄酒行业调查分析及发展趋势预测报告（2025-2031年）](https://www.20087.com/M_LvYouCanYin/60/PuTaoJiuShiChangJingZhengYuFaZhanQuShi.html) |
| 报告编号： | 1580660　　←电话咨询时，请说明该编号。 |
| 市场价： | 电子版：9000 元　　纸介＋电子版：9200 元 |
| 优惠价： | 电子版：8000 元　　纸介＋电子版：8300 元　　可提供增值税专用发票 |
| 咨询电话： | 400 612 8668、010-66181099、010-66182099、010-66183099 |
| Email： | Kf@20087.com |
| 在线阅读： | [<https://www.20087.com/M_LvYouCanYin/60/PuTaoJiuShiChangJingZhengYuFaZhanQuShi.html>](https://www.20087.com/2/95/ZhiNengXiWanJiShiChangQianJingYuCe.html) |
| 温馨提示： | 订购英文、日文等版本报告，请拨打订购咨询电话或发邮件咨询。 |

二、内容简介

　　葡萄酒行业近年来在全球范围内经历了增长和变革。消费者对葡萄酒品质和多样性的需求增加，推动了产区的扩展和品种的多样化。新兴市场，如亚洲和南美洲，对葡萄酒的兴趣和消费量持续上升。同时，可持续种植和酿造技术的推广，如有机和生物动力法，反映了行业对环境保护和健康消费趋势的响应。  
　　未来，葡萄酒行业将更加注重可持续性和技术创新。随着消费者对环保意识的提高，可持续种植和酿酒实践将成为行业标准，减少化学肥料和农药的使用，保护土壤和水资源。同时，数字化技术的应用，如区块链，将提高葡萄酒供应链的透明度，确保产品的可追溯性和防伪。此外，葡萄酒品鉴和教育的普及将提升消费者的知识水平，促进市场细分和高端葡萄酒的销售。  
　　《[中国葡萄酒行业调查分析及发展趋势预测报告（2025-2031年）](https://www.20087.com/M_LvYouCanYin/60/PuTaoJiuShiChangJingZhengYuFaZhanQuShi.html)》基于科学的市场调研与数据分析，全面解析了葡萄酒行业的市场规模、市场需求及发展现状。报告深入探讨了葡萄酒产业链结构、细分市场特点及技术发展方向，并结合宏观经济环境与消费者需求变化，对葡萄酒行业前景与未来趋势进行了科学预测，揭示了潜在增长空间。通过对葡萄酒重点企业的深入研究，报告评估了主要品牌的市场竞争地位及行业集中度演变，为投资者、企业决策者及银行信贷部门提供了权威的市场洞察与决策支持，助力把握行业机遇，优化战略布局，实现可持续发展。  
  
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，葡萄酒产量达到220 万千升，比增长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  
　　　　据国家统计局数据：截至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。  
　　　　2025-2031年我国葡萄酒制造行业规模以上企业数量分析  
　　　　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%。行业利润总额为43.87亿元，较上年同期增长0.1%。  
　　　　2025-2031年我国葡萄酒制造行业资产走势图  
　　　　2025-2031年我国葡萄酒制造行业销售收入走势图  
　　　　2025-2031年我国葡萄酒制造行业利润走势图  
　　　　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 2025-2031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 2025-2031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 2025-2031年国内葡萄酒供需分析  
　　第一节 2025-2031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 2025-2031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 2025-2031年国内葡萄酒行业运营  
　　第一节 中国葡萄洒行业特征  
　　　　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 2025-2031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 2025-2031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 2025-2031年国内葡萄酒进口分析  
　　第一节 2025-2031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 2025-2031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 2025-2031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 2025-2031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 2025-2031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 2025-2031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 2025-2031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 中~智~林－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  
略……

了解《[中国葡萄酒行业调查分析及发展趋势预测报告（2025-2031年）](https://www.20087.com/M_LvYouCanYin/60/PuTaoJiuShiChangJingZhengYuFaZhanQuShi.html)》，报告编号：1580660，

请致电：400-612-8668、010-66181099、66182099、66183099，

Email邮箱：[Kf@20087.com](mailto:Kf@20087.com)

详细介绍：<https://www.20087.com/M_LvYouCanYin/60/PuTaoJiuShiChangJingZhengYuFaZhanQuShi.html>

热点：红酒品牌排行榜、葡萄酒品牌前十名、红酒分几种类型、葡萄酒的等级分类有哪些、坚持每晚喝红酒一个月有什么变化、葡萄酒等级划分、红酒配幽默段子、葡萄酒过期了没开封还能喝吗?、常喝红酒的十大好处

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！