

中国葡萄酒行业发展现状分析与投资前景研究报告（2024-2031年）

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国葡萄酒行业发展现状分析与投资前景研究报告（2024-2031年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202411/733949.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

葡萄酒以葡萄或葡萄汁为原料，经全部或部分酒精发酵酿制而成的，含有一定酒精度的发酵酒。与白酒市场的一片向好不同，当下国内葡萄酒市场发展仍处于深度调整期，国产企业面临内外受阻的境况。一方面是国内终端遇冷使得上市企业业绩并不乐观；另一方面是进口品牌澳洲葡萄酒回归带来的冲击。国内葡萄酒企业面对如此低迷的市场，也在不断寻求突破。而在当前产品结构和市场定位上相对单一，难以满足消费者多样化的需求下，如何更好地打开消费市场是当下国产葡萄酒行业亟待解决问题。

一、业绩再次遇冷，几家上市企业业绩均有不同程度下滑

近期随着2024年三季报的相继披露，本土葡萄酒企业业绩再次遇冷。根据相继发布的2024年三季度财报显示，2024年前三季度，除威龙股份外，张裕葡萄酒、ST通葡、中信尼雅、莫高股份等葡萄酒上市企业业绩均有不同程度下滑。例如2024年1—9月，葡萄酒龙头企业张裕葡萄酒营收同比下滑21.56%，净利润同比下滑47.25%；ST通葡营收微增0.30%，净利润依然亏损；威龙股份营收同比增长13.41%，净利润扭亏；中信尼雅营收同比下滑36.92%，净利润同比下滑94.69%；莫高股份营收同比增长61.58%，但净利润亏损再次扩大。

2024年前三季度我国葡萄酒主要上市企业经营业绩情况

上市企业名称	营业收入	同比增速	净利润	同比增速
张裕葡萄酒	21.97亿元	-21.56%	2.24亿元	-47.25%
ST通葡	5.86亿元	0.3%	-0.32亿元	-
中信尼雅	1.02亿元	-36.92%	0	-94.69%
莫高股份	2.25亿元	61.58%	-2724万元	-
威龙股份	3.04亿元	13.41%	432万元	-

资料来源：各企业2024年三季报，观研天下整理

根据市场分析，导致2024年前三季度企业业绩的下滑的因素，一方面是整体经济环境不佳，消费者可支配收入减少，对非必需品如葡萄酒的消费意愿降低。另一方面，消费没有升级而是出现了明显的分级。传统渠道的销售效率固然下降，但电商等新兴渠道也没能带来增量。由于市场需求不足，部分企业存在库存积压的问题，增加了经营成本。

二、市场低迷需求不足，产量呈现持续下滑态势

企业业绩下滑的同时，终端市场消费也相对冷清。从产量来看，自2019年以来我国葡萄酒产量呈现持续下滑态势。数据显示，2023年我国葡萄酒产量累计约为14.3万千升，同比增长约为2.9%。2024年1-9月我国葡萄酒产量累计约为8.5万千升，同比下降8.6%。其中9月国内葡萄酒产量当期值约为1.1万千升，同比下降21.4%，均低于2022年9月和2023年9月同期产量。这表明葡萄酒行业仍处于调整期，市场需求不足是主要问题。

数据来源：国家统计局、观研天下整理

数据来源：国家统计局、观研天下整理

三、进口量增长尤其是澳洲葡萄酒激增，进一步加大对国产葡萄酒市场冲击

除了市场需求低迷外，海外品牌的涌入也挤压了国内企业的市场空间。自2001年我国加入WTO之后，随着进口关税的不断下调，法国、意大利、澳大利亚、智利等国的红酒品牌相继进入国内市场。目前国内葡萄酒销量中一半以上是来自海外。

当前与国内葡萄酒产量下跌形成鲜明对比的，2024年前三季度葡萄酒进口量却得到提升。有数据显示，2024年1—9月，我国葡萄酒进口额为11.58亿美元，同比增长26.93%；进口量为2.14亿升，同比增长11.37%；进口量额实现两位数增长。

数据来源：中国海关，观研天下整理

数据来源：中国海关，观研天下整理

尤其是澳大利亚葡萄酒在“双反”措施取消后强势回归，进口量激增，进一步加大了对国产葡萄酒市场冲击。相关数据显示，相比去年同期，瓶装澳洲葡萄酒在2024年前三季度进口额与量出现了24364.46%与10830.57%的大幅增长。

2024年1-9月瓶装葡萄酒进口数据(TOP10进口来源地)	品类	进口量(万升)	同比增速	进口额(万美元)	同比增速	进口均价(美元/升)	同比增速
法国	3839.18	-15.96%	38918.05	-9.82%	10.14	7.3%	
澳大利亚	2058.51	10830.57%	33846.75	24364.46%	16.44	123.82%	
智利	2847.36	-6.23%	11374.75	-16.95%	3.99	-11.43%	
意大利	1284.96	-5.52%	8009.53	-13.92%	6.23	-8.89%	
美国	406.29	-8.84%	4380.52	9.06%	10.78	19.64%	
西班牙	1039.67	-18.49%	4056.43	-11.36%	3.9	8.75%	
新西兰	243.86	7.9%	2309.6	4.54%	9.47	-3.12%	
德国	345.31	2.58%	1989.98	5.59%	5.76	2.94%	
南非	302.18	-39.43%	1071.15	-38.19%	3.54	2.04%	
阿根廷	159.43	-13.22%	921.1	-29.13%	5.78	-18.33%	
总计	12526.76	4.83%	106877.5	30.32%	8.53	24.32%	

数据来源：中国海关，观研天下整理

四、国产企业内外受阻，如何更好地打开消费市场是当下亟待解决问题

从上述市场分析来看，当前我国葡萄酒市场低迷，国产企业面临内外受阻的境况。一方面是国内终端遇冷使得上市企业业绩并不乐观；另一方面是进口品牌澳洲葡萄酒回归带来的冲击。

与此同时，国产葡萄酒在产品结构和市场定位上相对单一，难以满足消费者多样化的需求。根据公开数据显示，目前我国葡萄酒企业在种植上，红葡萄占比高达80%，其中红葡萄品种赤霞珠占比60%。中国葡萄酒市场品种较为单一，使得中国葡萄酒缺乏个性化、多元化。此外葡萄酒饮用的场景相对单一，而低度酒、果酒的出现也抢占着葡萄酒的市场空间。例如低度酒的快速扩容，对于国内葡萄酒产业来说，也带来了较大危机。

在上述背景下，如何更好地打开消费市场是当下葡萄酒行业亟待解决问题。尤其是国产葡萄酒方面，对于打开消费市场更是当前的重中之重。

事实上，国内对于葡萄酒的需求仍存在一定的增长空间。纵观法国、美国、澳大利亚等重要

葡萄酒生产国的产业发展路径，葡萄酒消费市场的繁荣与该国的GDP有着重要的关系。以美国为例，1978年，当美国人均GDP突破了1万美元后，整个国家进入了长达30年的大消费时代，消费结构也呈现出了一个极为明显的变化——从非耐用品消费到耐用品消费再到服务型消费的转型升级。而早在2019年，中国的人均GDP就突破了1万美元，迈过了消费领域的历史分水岭。由此可见，未来我国葡萄酒市场仍有一定的增长空间。

除了与国外市场对比之外，国内市场方面，目前葡萄酒市场产品也以进口葡萄酒更受欢迎。有葡萄酒经销商表示，随着澳洲葡萄酒的回归，店内前来咨询、购买澳洲葡萄酒的消费者数量也有所增长。此前在澳洲葡萄酒受限时，其实也一直有消费者前来咨询和购买。但由于没货，不少消费者将目光转向法国、智利等国家的葡萄酒产品。而且在一些线下的商超货架上，葡萄酒产品也多以澳洲、法国等进口葡萄酒品牌为主，国产葡萄酒品牌相对较少。

究其原因，主要是由于消费者对于国产葡萄酒的认知相对较低，导致依然未能得到消费者认可。因此如何更好地打开消费市场、贴近消费者，是当下国产葡萄酒企业所要考虑的首要问题。

五、行业寻突破，发展产区概念成为国内葡萄酒市场发展新方向

面对国内如此低迷的葡萄酒市场，相关企业也在不断寻求突破。例如葡萄酒产区化。葡萄酒是依托于产区而存在，产区化也一直伴随着葡萄酒产业的发展。发展产区概念成为国内葡萄酒市场发展新方向。

据不完全统计，宁夏、新疆、山东等葡萄酒产区均出台相关发展规划。宁夏产区到2025年，力争实现综合产值1000亿元。新疆产区到2025年，酿酒产量在2019年基础上翻两番；葡萄酒加工环节收入470亿元左右。烟台方面公开表示，到2025年，烟台全市葡萄酒产业综合产值突破500亿元，国产葡萄酒市场占有率达到40%。（WW）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。

个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国葡萄酒行业发展现状分析与投资前景研究报告（2024-2031年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。

本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。

本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国葡萄酒行业发展概述

第一节葡萄酒行业发展情况概述

一、葡萄酒行业相关定义

二、葡萄酒特点分析

三、葡萄酒行业基本情况介绍

四、葡萄酒行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、葡萄酒行业需求主体分析

第二节中国葡萄酒行业生命周期分析

一、葡萄酒行业生命周期理论概述

二、葡萄酒行业所属的生命周期分析

第三节葡萄酒行业经济指标分析

一、葡萄酒行业的赢利性分析

二、葡萄酒行业的经济周期分析

三、葡萄酒行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球葡萄酒行业市场发展现状分析

第一节全球葡萄酒行业发展历程回顾

第二节全球葡萄酒行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲葡萄酒行业地区市场分析

一、亚洲葡萄酒行业市场现状分析

二、亚洲葡萄酒行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲葡萄酒行业市场前景分析

第四节北美葡萄酒行业地区市场分析

一、北美葡萄酒行业市场现状分析

二、北美葡萄酒行业市场规模与市场需求分析

三、北美葡萄酒行业市场前景分析

第五节 欧洲葡萄酒行业地区市场分析

一、欧洲葡萄酒行业市场现状分析

二、欧洲葡萄酒行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲葡萄酒行业市场前景分析

第六节 2024-2031年世界葡萄酒行业分布走势预测

第七节 2024-2031年全球葡萄酒行业市场规模预测

第三章 中国葡萄酒行业产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

第二节 我国宏观经济环境对葡萄酒行业的影响分析

第三节 中国葡萄酒行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节 政策环境对葡萄酒行业的影响分析

第五节 中国葡萄酒行业产业社会环境分析

第四章 中国葡萄酒行业运行情况

第一节 中国葡萄酒行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国葡萄酒行业市场规模分析

一、影响中国葡萄酒行业市场规模的因素

二、中国葡萄酒行业市场规模

三、中国葡萄酒行业市场规模解析

第三节 中国葡萄酒行业供应情况分析

一、中国葡萄酒行业供应规模

二、中国葡萄酒行业供应特点

第四节 中国葡萄酒行业需求情况分析

一、中国葡萄酒行业需求规模

二、中国葡萄酒行业需求特点

第五节 中国葡萄酒行业供需平衡分析

第五章 中国葡萄酒行业产业链和细分市场分析

第一节 中国葡萄酒行业产业链综述

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、产业链运行机制
- 三、葡萄酒行业产业链图解

第二节 中国葡萄酒行业产业链环节分析

- 一、上游产业发展现状
- 二、上游产业对葡萄酒行业的影响分析
- 三、下游产业发展现状
- 四、下游产业对葡萄酒行业的影响分析

第三节 我国葡萄酒行业细分市场分析

- 一、细分市场一
- 二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国葡萄酒行业市场竞争分析

第一节 中国葡萄酒行业竞争现状分析

- 一、中国葡萄酒行业竞争格局分析
- 二、中国葡萄酒行业主要品牌分析

第二节 中国葡萄酒行业集中度分析

- 一、中国葡萄酒行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国葡萄酒行业市场集中度分析

第三节 中国葡萄酒行业竞争特征分析

- 一、企业区域分布特征
- 二、企业规模分布特征
- 三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国葡萄酒行业模型分析

第一节 中国葡萄酒行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁
- 六、同业竞争程度
- 七、波特五力模型分析结论

第二节中国葡萄酒行业SWOT分析

- 一、SOWT模型概述
- 二、行业优势分析
- 三、行业劣势
- 四、行业机会
- 五、行业威胁
- 六、中国葡萄酒行业SWOT分析结论

第三节中国葡萄酒行业竞争环境分析（PEST）

- 一、PEST模型概述
- 二、政策因素
- 三、经济因素
- 四、社会因素
- 五、技术因素
- 六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国葡萄酒行业需求特点与动态分析

第一节中国葡萄酒行业市场动态情况

第二节中国葡萄酒行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节葡萄酒行业成本结构分析

第四节葡萄酒行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、其他因素

第五节中国葡萄酒行业价格现状分析

第六节中国葡萄酒行业平均价格走势预测

- 一、中国葡萄酒行业平均价格趋势分析
- 二、中国葡萄酒行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国葡萄酒行业所属行业运行数据监测

第一节中国葡萄酒行业所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节中国葡萄酒行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节中国葡萄酒行业所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 2019-2023年中国葡萄酒行业区域市场现状分析

第一节中国葡萄酒行业区域市场规模分析

一、影响葡萄酒行业区域市场分布的因素

二、中国葡萄酒行业区域市场分布

第二节中国华东地区葡萄酒行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区葡萄酒行业市场分析

(1) 华东地区葡萄酒行业市场规模

(2) 华东地区葡萄酒行业市场现状

(3) 华东地区葡萄酒行业市场规模预测

第三节华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区葡萄酒行业市场分析

(1) 华中地区葡萄酒行业市场规模

(2) 华中地区葡萄酒行业市场现状

(3) 华中地区葡萄酒行业市场规模预测

第四节华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区葡萄酒行业市场分析

- (1) 华南地区葡萄酒行业市场规模
- (2) 华南地区葡萄酒行业市场现状
- (3) 华南地区葡萄酒行业市场规模预测

第五节 华北地区葡萄酒行业市场分析

- 一、华北地区概述
- 二、华北地区经济环境分析
- 三、华北地区葡萄酒行业市场分析
 - (1) 华北地区葡萄酒行业市场规模
 - (2) 华北地区葡萄酒行业市场现状
 - (3) 华北地区葡萄酒行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

- 一、东北地区概述
- 二、东北地区经济环境分析
- 三、东北地区葡萄酒行业市场分析
 - (1) 东北地区葡萄酒行业市场规模
 - (2) 东北地区葡萄酒行业市场现状
 - (3) 东北地区葡萄酒行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

- 一、西南地区概述
- 二、西南地区经济环境分析
- 三、西南地区葡萄酒行业市场分析
 - (1) 西南地区葡萄酒行业市场规模
 - (2) 西南地区葡萄酒行业市场现状
 - (3) 西南地区葡萄酒行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

- 一、西北地区概述
- 二、西北地区经济环境分析
- 三、西北地区葡萄酒行业市场分析
 - (1) 西北地区葡萄酒行业市场规模
 - (2) 西北地区葡萄酒行业市场现状
 - (3) 西北地区葡萄酒行业市场规模预测

第十一章 葡萄酒行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第六节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十二章 2024-2031年中国葡萄酒行业发展前景分析与预测

第一节中国葡萄酒行业未来发展前景分析

一、葡萄酒行业国内投资环境分析

二、中国葡萄酒行业市场机会分析

三、中国葡萄酒行业投资增速预测

第二节中国葡萄酒行业未来发展趋势预测

第三节中国葡萄酒行业规模发展预测

一、中国葡萄酒行业市场规模预测

二、中国葡萄酒行业市场规模增速预测

三、中国葡萄酒行业产值规模预测

四、中国葡萄酒行业产值增速预测

五、中国葡萄酒行业供需情况预测

第四节中国葡萄酒行业盈利走势预测

第十三章 2024-2031年中国葡萄酒行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国葡萄酒行业进入壁垒分析

- 一、葡萄酒行业资金壁垒分析
- 二、葡萄酒行业技术壁垒分析
- 三、葡萄酒行业人才壁垒分析
- 四、葡萄酒行业品牌壁垒分析
- 五、葡萄酒行业其他壁垒分析
- 第二节葡萄酒行业风险分析
 - 一、葡萄酒行业宏观环境风险
 - 二、葡萄酒行业技术风险
 - 三、葡萄酒行业竞争风险
 - 四、葡萄酒行业其他风险
- 第三节中国葡萄酒行业存在的问题
- 第四节中国葡萄酒行业解决问题的策略分析

第十四章 2024-2031年中国葡萄酒行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国葡萄酒行业研究综述

- 一、行业投资价值
- 二、行业风险评估

第二节中国葡萄酒行业进入策略分析

- 一、行业目标客户群体
- 二、细分市场选择
- 三、区域市场的选择

第三节葡萄酒行业营销策略分析

- 一、葡萄酒行业产品策略
- 二、葡萄酒行业定价策略
- 三、葡萄酒行业渠道策略
- 四、葡萄酒行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202411/733949.html>