2024-2029年进口葡萄酒流通与投资市场调研与运营模式分析报告

目 录

CONTENTS

第1章：进口葡萄酒流通与投资研究结论
1.1 研究对象说明
1.1.1 进口葡萄酒流通主要研究对象
1.1.2 进口葡萄酒投资主要研究对象
1.2 研究理论应用
1.2.1 主要研究理论阐述
1.2.2 研究理论应用条件说明
1.3 主要研究结论
1.3.1 结论一
1.3.2 结论二
1.3.3 结论三
1.4 研究结论适用性与可行性
第2章：葡萄酒流通与投资研究模型分析
2.1 葡萄酒流通与投资PEST模型分析
2.1.1 行业政治法律环境分析（P）
（1）行业法律法规
1）葡萄酒行业相关法律法规
2）其他酒类产品相关法律法规
3）对欧葡萄酒“双反”调查
4）消费市场相关法律法规
5）私人财富管理与税收法律法规
6）金融投资市场相关法律法规
7）产业结构调整相关政策
8）葡萄酒产品关税政策
（2）行业发展规划
1）酿酒业发展规划
2）葡萄酒行业发展规划
3）酒类流通管理“十四五”规划
4）地区性葡萄酒园区与行业规划
（3）政策法律环境对葡萄酒行业影响
2.1.2 行业经济环境分析（E）
（1）国际经济环境
1）国际经济增长情况
2）国际经济发展预测
3）Liv-ex指数分析
4）国际经济环境对葡萄酒行业影响
（2）国内经济环境
1）国内经济增长
2）居民收入水平
3）消费者信心指数
4）国内经济环境对葡萄酒行业影响
2.1.3 行业社会环境分析（S）
（1）居民消费结构
（2）居民消费观念
（3）居民理财投资观念
1）居民理财投资情况
2）居民财富规模增长情况
3）富裕家庭规模增长情况
4）国内高端理财市场发展情况
（4）政商务消费行为与结构
1）中国财政收入与支出情况

2）中国政商务消费特点
3）政商务消费转变对行业影响
（5）行业社会环境对葡萄酒行业影响
2.1.4 行业信息技术环境分析（T）
（1）葡萄酒企业IT数据系统使用情况
（2）葡萄酒行业电子商务平台建设情况
（3）葡萄酒行业技术发展状况
（4）行业信息技术环境对葡萄酒行业影响
2.2 葡萄酒流通与投资波特五力模型分析
2.2.1 上游议价能力
2.2.2 下游议价能力
2.2.3 新进入者壁垒
2.2.4 替代威胁
（1）酒类产品替代威胁
（2）其他投资替代威胁
2.2.5 行业内竞争
第3章：葡萄酒流通与投资支撑产业发展分析
3.1 电子商务行业发展与增长情况
3.1.1 中国电子商务行业发展分析
（1）中国电子商务行业发展规模
1）中国电子商务行业发展概况
2）中国电子商务网站规模
3）中国电子商务行业市场规模
（2）中国电子商务行业市场竞争格局分析
（3）中国电子商务行业发展前景预测
3.1.2 葡萄酒行业电子商务应用与发展情况
（1）葡萄酒行业电子商务应用方式
1）企业网上宣传
2）网上市场调研
3）网络分销联系
4）网上直接销售
5）网上营销集成
（2）葡萄酒行业电子商务渠道销售规模
（3）葡萄酒行业进出口电子商务市场分析
3.2 物流行业发展与增长情况
3.2.1 物流行业发展情况分析
（1）物流总额增幅及构成情况
（2）物流固定资产投资及增长情况
（3）物流企业经营与效益情况分析
3.2.2 网络购物物流网建设情况
（1）网络购物快递企业规模
（2）网络购物快递营收规模
3.2.3 物流配送能力对葡萄酒流通市场影响分析
3.2.4 葡萄酒流通行业物流配送体系现状分析
3.2.5 葡萄酒流通行业物流配送体系发展趋势分析
3.3 金融服务行业发展与增长情况
3.3.1 商业银行业发展与增长
（1）中国银行业运营与发展分析
1）中国银行业规模与效益分析
2）中国银行业不同结构主体构成
（2）国有银行运营与发展分析
（3）股份制银行运营与发展分析
（4）城市商业银行运营与发展分析
（5）银行业发展对进口葡萄酒行业发展的影响
3.3.2 基金行业发展与增长
（1）基金行业资产规模与增长分析
（2）基金行业份额规模与增长分析
（3）基金行业发展对进口葡萄酒行业的影响
第4章：葡萄酒行业运营与产销分析

4.1 国际葡萄酒产区及经济运行分析
4.1.1 国际葡萄酒主要产区地图
（1）阿根廷葡萄酒产区地图
（2）澳大利亚葡萄酒产区地图
（3）智利葡萄酒产区地图
（4）加拿大葡萄酒产区地图
（5）法国葡萄酒产区地图
（6）德国葡萄酒产区地图
（7）希腊葡萄酒产区地图
（8）匈牙利葡萄酒产区地图
（9）意大利葡萄酒产区地图
（10）新西兰葡萄酒产区地图
（11）葡萄牙葡萄酒产区地图
（12）南非葡萄酒产区地图
（13）西班牙葡萄酒产区地图
（14）美国葡萄酒产区地图
4.1.2 中国葡萄酒主要产区及经济运行分析
（1）中国葡萄酒主要产区地图
（2）中国葡萄酒行业综合经济指标分析
（3）中国葡萄酒行业产销经济指标分析
1）葡萄酒行业总产值分析
2）葡萄酒行业产成品分析
3）葡萄酒行业销售产值分析
4）葡萄酒行业销售收入分析
5）葡萄酒行业资产总额分析
6）葡萄酒行业负债总额分析
7）葡萄酒行业销售利润分析
8）葡萄酒行业利润总额分析
9）葡萄酒行业企业数量和亏损企业分析
10）葡萄酒行业亏损总额分析
11）葡萄酒行业产销率分析
4.1.3 不同性质企业经济指标分析
4.1.4 葡萄酒庄园建设与投资
（1）中国葡萄酒庄园建设与投资情况
（2）国际葡萄酒庄园收购与投资情况
（3）中国资本对葡萄酒庄园的收购与投资行为
4.2 葡萄酒进出口运营指标分析
4.2.1 葡萄酒进出口总体情况
4.2.2 主要葡萄酒进出口地区统计
（1）深圳口岸葡萄酒进口统计
（2）广州口岸葡萄酒进口统计
（3）上海口岸葡萄酒进口统计
（4）宁波口岸葡萄酒进口统计
（5）山东口岸葡萄酒进口统计
（6）天津口岸葡萄酒进口统计
（7）江苏口岸葡萄酒进口统计
（8）福建省葡萄酒进口统计
第5章：进口葡萄酒传统运营模式
5.1 进口葡萄酒传统运营模式概述
5.1.1 进口葡萄酒传统运营模式发展演变
5.1.2 进口葡萄酒传统运营模式发展规模
5.1.3 进口葡萄酒传统运营模式的市场竞争结构
5.1.4 进口葡萄酒传统运营模式优劣势分析
5.1.5 进口葡萄酒传统运营模式投资壁垒和前景分析
5.2 进口葡萄酒传统运营模式分类分析
5.2.1 按运营品牌数量分类的运营模式
（1）单一品牌运营模式
1）单一品牌运营模式解读
2）单一品牌运营模式的主要运营区域

3）单一品牌运营模式的代理品种及来源地
4）单一品牌运营模式的渠道建设情况
5）单一品牌运营模式的代理流程与费用
6）单一品牌运营模式重点企业
7）重点企业运营模式分析
8）单一品牌运营模式优劣势分析
9）单一品牌运营模式发展趋势
（2）多元化品牌运营模式
1）多元化品牌运营模式解读
2）多元化品牌运营模式的主要运营区域
3）多元化品牌运营模式的代理品种及来源地
4）多元化品牌运营模式的渠道建设情况
5）多元化品牌运营模式的代理流程与费用
6）多元化品牌运营模式重点企业
7）重点企业运营模式分析
8）多元化品牌运营模式优劣势分析
9）多元化品牌运营模式发展趋势
5.2.2 按合作方式分类的运营模式
（1）品牌代理模式
1）独家代理模式
2）区域代理模式
（2）品牌自营模式
1）品牌自营模式解读
2）品牌自营模式的主要运营区域
3）品牌自营模式优劣势分析
4）品牌自营模式发展趋势
5.3 进口葡萄酒渠道层级分析
5.3.1 仓储商层级分析
（1）所处渠道地位和作用
（2）企业运营及盈利情况
（3）企业控价能力及产品加价程度
（4）主要代表性企业分析
5.3.2 总代理商层级分析
（1）所处渠道地位和作用
（2）企业运营及盈利情况
5.3.3 批发商层级分析
（1）所处渠道地位和作用
（2）企业运营及盈利情况
（3）企业控价能力及产品加价程度
（4）主要代表性企业分析
5.3.4 经销商/专卖店层级分析
（1）所处渠道地位和作用
（2）企业运营及盈利情况
（3）主要代表性企业分析
第6章：葡萄酒进口电子商务运营模式
6.1 葡萄酒进口电子商务运营现状与价值
6.1.1 全球葡萄酒电商运营现状
6.1.2 葡萄酒进口电子商务应用现状
6.1.3 葡萄酒进口电子商务价值链构成
（1）商品供应
（2）销售、发货后勤
（3）信息服务
6.1.4 葡萄酒进口电子商务制约因素
6.1.5 葡萄酒进口电商的O2O趋势
6.2 葡萄酒进口电子商务细分市场
6.2.1 葡萄酒进口电子商务细分市场概况
6.2.2 葡萄酒进口垂直型电子商务市场
（1）市场概况
（2）目标客户

（3）采购特征
（4）物流特征
（5）重点企业分析
6.2.3 葡萄酒进口水平型电子商务市场
（1）市场概况
（2）目标客户
（3）采购特征
（4）物流特征
6.3 葡萄酒进口电子商务市场竞争与比较
6.3.1 葡萄酒进口电子商务渠道与传统渠道竞争分析
（1）葡萄酒进口销售渠道模式变迁
（2）葡萄酒进口销售渠道竞争分析
1）传统渠道与电子商务渠道销售规模比较
2）葡萄酒进口销售渠道成本比较
3）葡萄酒进口销售渠道拓展潜力比较
6.3.2 葡萄酒进口电子商务渠道内部竞争
（1）葡萄酒进口电子商务市场竞争概况
1）葡萄酒进口电子商务市场竞争格局
2）葡萄酒进口电子商务市场竞争特征
（2）葡萄酒进口电子商务市场竞争要素
1）品牌宣传成本
2）商品供应成本
3）产品管理成本
4）物流配送成本
5）售后服务成本
（3）葡萄酒进口垂直电子商务与水平电子商务竞争比较
1）市场占有率比较
2）成本费用比较
3）经营情况比较
6.3.3 葡萄酒进口电子商务市场竞争趋势
第7章：葡萄酒进口保税区交易模式
7.1 葡萄酒进口保税区建设及发展分析
7.1.1 葡萄酒进口保税区宏观环境分析
（1）政府支持与政策环境分析
（2）区域经济环境分析
（3）区域消费环境分析
7.1.2 葡萄酒进口保税区功能属性分析
（1）集中展示功能
（2）实体商贸功能
（3）电子交易功能
（4）分货流通功能
（5）业务简化功能
（6）降低成本功能
（7）酒文化推广功能
7.1.3 葡萄酒进口保税区运营特点分析
（1）葡萄酒进口保税区运营流程及合作方式
（2）葡萄酒进口保税区主要客户群体及流通区域
（3）葡萄酒进口保税区交易方式与交易成本
（4）国内典型葡萄酒进口保税区市场规模分析
7.2 葡萄酒进口保税区交易模式分析
7.2.1 葡萄酒进口保税区交易模式优劣分析
（1）葡萄酒进口保税区交易模式优势分析
（2）葡萄酒进口保税区交易模式劣势分析
7.2.2 葡萄酒进口保税区交易模式核心吸引力分析
（1）区域经济活跃程度的内在吸引力分析
（2）税收优惠政策扶持的直接吸引力分析
（3）其他因素吸引力分析
7.2.3 葡萄酒进口保税区交易模式投资壁垒和前景分析
7.3 国内外主要葡萄酒交易中心建设和运营经验

7.3.1 伦敦葡萄酒交易中心建设和运营经验
（1）伦敦葡萄酒交易中心建设和运营情况
（2）伦敦葡萄酒交易中心运营经验借鉴
7.3.2 中国香港葡萄酒交易中心建设和运营经验
（1）中国香港葡萄酒交易中心建设和运营情况
（2）中国香港葡萄酒交易中心运营经验借鉴
7.3.3 国内葡萄酒保税区交易成功经验
（1）创新监管模式
（2）高效政府服务
（3）通关及其他优惠政策
（4）通关咨询验放制度
（5）综合交易展览会发展
7.4 主要葡萄酒进口保税区建设和运营指标分析
7.4.1 上海外高桥保税区建设情况及发展分析
（1）上海外高桥保税区生产总值
（2）上海外高桥保税区财政收入
（3）上海外高桥保税区进出口情况
（4）上海外高桥保税区物流情况
（5）上海外高桥保税区葡萄酒进口数量
7.4.2 厦门象屿保税区建设情况及发展分析
（1）厦门象屿保税区生产总值
（2）厦门象屿保税区财政收入
（3）厦门象屿保税区进出口情况
（4）厦门象屿保税区物流情况
（5）厦门象屿保税区市场建设和运营情况
1）引进会员企业数量
2）会员企业注册资金
3）会员企业营业收入
7.4.3 宁波保税区建设情况及发展分析
（1）宁波保税区生产总值
（2）宁波保税区财政收入
（3）宁波保税区进出口情况
（4）宁波保税区物流情况
（5）宁波保税区进口葡萄酒市场建设和运营情况
1）引进会员企业数量
2）会员企业注册资金
7.4.4 广州保税区建设情况及发展分析
（1）保税区生产总值
（2）会员企业注册资金
（3）保税区海关反馈的进口数量
7.4.5 深圳保税区建设情况及发展分析
（1）深圳保税区生产总值
（2）深圳保税区进出口情况
7.4.6 珠海保税区建设情况及发展分析
（1）珠海保税区进出口情况
（2）珠海保税区物流情况
（3）珠海保税区进口葡萄酒市场建设和运营情况
1）引进会员企业数量
2）会员企业库存数量
7.4.7 烟台保税区建设情况及发展分析
（1）烟台保税区进出口情况
（2）烟台保税区物流情况
第8章：葡萄酒进口供应链运营模式
8.1 葡萄酒进口供应链运营模式概述
8.1.1 葡萄酒进口供应链运营模式发展演变
8.1.2 葡萄酒进口供应链运营模式发展规模
8.1.3 葡萄酒进口供应链运营模式的市场竞争结构
8.2 葡萄酒进口供应链运营模式服务体系
8.2.1 葡萄酒进口供应链运营模式服务流程

8.2.2 葡萄酒进口供应链运营模式服务环节
（1）采购服务
1）采购执行运作模式
2）采购服务费用分析
3）采购服务盈利分析
（2）仓储服务
（3）报关服务
（4）贸易/交易服务
（5）物流服务
（6）其他（衔接）服务
8.3 葡萄酒进口供应链运营模式分析
8.3.1 葡萄酒进口供应链运营模式优劣势分析
（1）葡萄酒进口供应链运营模式优势分析
（2）葡萄酒进口供应链运营模式劣势分析
8.3.2 葡萄酒进口供应链运营模式投资壁垒和前景分析
第9章：葡萄酒进口联盟组织酒业推广模式
9.1 葡萄酒进口联盟组织酒业推广模式解读
9.1.1 葡萄酒进口联盟组织酒业推广模式概述
（1）葡萄酒进口联盟组织酒业推广模式的含义
（2）葡萄酒进口联盟组织酒业推广模式的主要作用与价值
（3）葡萄酒进口联盟组织酒业推广模式的构成主体
1）政府组织
2）驻外领事馆
3）葡萄酒协会
4）进口商
5）经销商
（4）葡萄酒进口联盟组织酒业推广模式优劣势分析
（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
9.1.2 葡萄酒进口联盟组织酒业推广模式的发展
（1）葡萄酒进口联盟组织酒业推广模式的多元化发展
（2）葡萄酒联盟组织推广活动统计
（3）2014年葡萄酒联盟组织推广计划统计
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
9.2.1 国际葡萄酒联盟组织酒业推广的活动方式和服务
9.2.2 国内葡萄酒联盟组织酒业推广的活动方式和服务
9.2.3 葡萄酒联盟组织酒业推广的主要活动方式
（1）葡萄酒品鉴会
1）葡萄酒品鉴会组织
2）葡萄酒品鉴会组织主要内容
3）葡萄酒品鉴会执行
4）葡萄酒品鉴会案例分析
（2）葡萄酒课程
1）葡萄酒课程组织
2）葡萄酒课程主要内容
3）葡萄酒课程案例分析
（3）国际酒企商务考察
1）国际酒企商务考察的组织
2）国际酒企商务考察的主要内容
3）葡萄酒品鉴会案例分析
（4）酒类/葡萄酒展会
1）酒类/葡萄酒展会主要内容
2）酒类/葡萄酒展会执行
3）酒类/葡萄酒展会案例分析
（5）其他葡萄酒联盟组织推广方式
第10章：葡萄酒类金融与投资市场分析
10.1 葡萄酒类金融与投资属性
10.1.1 葡萄酒金融产品与投资升值原理
（1）供给因素
（2）需求因素

（3）供求矛盾
10.1.2 葡萄酒金融产品与投资升值特点
（1）风险收益特性
（2）资产配置属性
10.2 葡萄酒类金融与投资方式
10.2.1 实物红酒买卖
10.2.2 期酒
10.2.3 回购
10.2.4 拍卖
10.2.5 信托基金
10.2.6 其他方式
10.2.7 葡萄酒类金融与投资收益情况
（1）国外葡萄酒品牌产品
1）主要产品品牌
2）产品投资收益
（2）国内葡萄酒品牌产品
1）主要产品品牌
2）产品投资收益
10.2.8 葡萄酒类金融与投资市场意义
（1）对企业的意义
1）品牌塑造意义
2）产品营销意义
（2）对普通投资者的意义
1）理财收益意义
2）产品收藏意义
10.2.9 葡萄酒类金融与投资SWOT分析
（1）优势分析
（2）劣势分析
（3）机会分析
（4）风险分析
10.3 葡萄酒投资市场建设与发展
10.3.1 国内葡萄酒投资市场建设与发展
（1）国内葡萄酒投资管制与政策
（2）国内葡萄酒投资市场建设与发展情况
10.3.2 国外葡萄酒投资市场建设与发展
（1）国外葡萄酒投资管制与政策
（2）国外主要葡萄酒投资市场建设与发展
（3）国外葡萄酒投资市场建设与发展经验
第11章：进口葡萄酒流通与投资企业财务指标分析
11.1 葡萄酒（进口）代理企业运营指标分析
11.1.1 南浦食品（集团）有限公司
（1）公司简介
（2）经营及代理品牌结构
（3）渠道网络及终端架构
（4）企业市场推广及营销活动
（5）企业最新发展动态
11.1.2 广州龙程酒业有限公司
（1）公司简介
（2）企业组织结构
（3）经营及代理品牌结构
（4）渠道网络及终端架构
（5）企业市场推广及营销活动
（6）企业最新发展动态
11.1.3 山东宝真国际酒业有限公司
（1）公司简介
（2）经营及代理品牌结构
（3）渠道网络及终端架构
（4）企业市场推广及营销活动
（5）企业最新发展动态

11.1.4 澳大利亚富隆国际酒业有限公司
（1）公司简介
（2）经营及代理品牌结构
（3）渠道网络及终端架构
（4）企业市场推广及营销活动
（5）企业最新发展动态
11.1.5 圣皮尔精品酒业（上海）有限公司
（1）公司简介
（2）经营及代理品牌结构
（3）渠道网络及终端架构
（4）企业市场推广及营销活动
（5）企业最新发展动态
11.1.6 广州骏德酒业股份有限公司
（1）公司简介
（2）经营及代理品牌结构
（3）渠道网络及终端架构
（4）企业市场推广及营销活动
（5）企业最新发展动态
11.1.7 捷成（中国）贸易有限公司
（1）公司简介
（2）经营及代理品牌结构
（3）渠道网络及终端架构
（4）企业市场推广及营销活动
（5）企业最新发展动态
11.1.8 吉马集团
（1）公司简介
（2）经营及代理品牌结构
（3）渠道网络及终端架构
（4）企业市场推广及营销活动
（5）企业最新发展动态
11.1.9 厦门建发国际酒业集团有限公司
（1）公司简介
（2）经营及代理品牌结构
（3）渠道网络及终端架构
（4）企业市场推广及营销活动
（5）企业最新发展动态
11.1.10 中粮酒业有限公司
（1）公司简介
（2）经营及代理品牌结构
（3）渠道网络及终端架构
（4）企业市场推广及营销活动
（5）企业最新发展动态
11.2 葡萄酒电子商务企业运营指标分析
11.2.1 也买酒网
（1）网站简介
（2）网站主营产品体系
（3）网站主要产品价格区间
（4）网站销售组合方式
（5）网站营销推广方式
（6）网站支付方式
（7）网站物流配送建设
（8）网站售后服务体系
11.2.2 红酒客网
（1）网站简介
（2）网站主营产品体系
（3）网站主要产品价格区间
（4）网站销售组合方式
（5）网站营销推广方式
（6）网站支付方式

（7）网站物流配送建设
（8）网站售后服务体系
11.2.3 酒圈网
（1）网站简介
（2）网站主营产品体系
（3）网站主要产品价格区间
（4）网站营销推广方式
（5）网站支付方式
（6）网站物流配送建设
（7）网站售后服务体系
11.2.4 酒美网
（1）网站简介
（2）网站主营产品体系
（3）网站主要产品价格区间
（4）网站销售组合方式
（5）网站营销推广方式
（6）网站支付方式
（7）网站物流配送建设
（8）网站售后服务体系
11.2.5 网酒网
（1）网站简介
（2）网站主营产品体系
（3）网站主要产品价格区间
（4）网站销售组合方式
（5）网站营销推广方式
（6）网站支付方式
（7）网站物流配送建设
（8）网站售后服务体系
11.3 葡萄酒供应链企业运营指标分析
11.3.1 厦门优传供应链有限公司
（1）公司简介
（2）企业组织结构与营销网络
（3）企业业务结构
（4）经营及代理品牌结构
（5）企业优劣势分析
（6）企业最新发展动态
11.3.2 腾邦物流集团股份有限公司
（1）公司简介
（2）企业组织结构与营销网络
（3）经营及代理品牌结构
（4）企业优劣势分析
（5）企业最新发展动态
11.3.3 深圳市怡亚通供应链股份有限公司
（1）公司简介
（2）企业组织结构与营销网络
（3）企业业务结构
（4）葡萄酒业务建设与架构
（5）经营及代理品牌结构
（6）企业优劣势分析
（7）企业最新发展动态

图表目录

图表1：2017-2022年葡萄酒行业相关法律法规
图表2：2017-2022年其它酒类产品相关法律法规
图表3：2022年商务部对欧盟葡萄酒“双反”调查举措

图表4：2017-2022年中央和地方“禁酒令”分析
图表5：《个人财产对外转移售付汇管理暂行办法》要点分析
图表6：《期货交易管理条例》修改要点分析
图表7：“十四五”期间产业结构调整四个定量指标分析
图表8：“十四五”期间酿酒产业规划分析
图表9：酿酒行业2015年规划中对葡萄酒行业的发展战略分析
图表10：葡萄酒业“十四五”发展规划分析
图表11：酒类流通管理“十四五”规划分析
图表12：甘肃省葡萄酒产业发展规划分析
图表13：《蓬莱葡萄酒庄聚集区总体规划》分析
图表14：2017-2022年美、欧、日经济成长态势分析（单位：%）
图表15：2017-2022年美、欧、日国家月度失业率（单位：%）
图表16：2017-2022年 Liv-ex500红酒指数
图表17：2017-2022年 Liv-ex100红酒指数
图表18：2017-2022年 Liv-ex50红酒指数
图表19：2017-2022年 Liv-ex投资指数
图表20：2017-2022年中国国内生产总值及其增长速度（单位：亿元，%）
图表21：2017-2022年城镇和农村居民家庭人均可支配收入（单位：元）
图表22：2022年城镇居民人均消费支出构成（单位：%）
图表23：2017-2022年消费者信心指数、预期指数和满意指数走势
图表24：2017-2022年中国居民人均食品消费支出占比（恩格尔系数）变化（单位：%）
图表25：未来主导城市消费市场消费行为分析
图表26：我国投资者年龄结构分析（单位：%）
图表27：我国居民理财方式偏好分析（单位：%）
图表28：2017-2022年我国每月财政收入（单位：亿元）
图表29：2017-2022年葡萄酒行业专利数量分析（单位：件）
图表30：2017-2022年全球葡萄酒产量前10国家分析（单位：百万吨）
图表31：进口葡萄酒行业经销商议价能力分析
图表32：进口葡萄酒行业新进入者威胁分析
图表33：2017-2022年中国电子商务企业数量（单位：家）
图表34：目前酒业品牌网络广告投放情况（单位：%）
图表35：网上调研的优劣势分析
图表36：网上直销的一般流程
图表37：2017-2022年中国社会物流总额及增长情况（单位：万亿元，%）
图表38：2022年社会物流总额及增减变化情况（单位：万亿元，%）
图表39：2022年中国物流企业50强排名（一）（单位：万元）
图表40：中国物流企业50强排名（二）（单位：万元）
图表41：中国物流企业50强排名（三）（单位：万元）
图表42：2017-2022年中国网络购物快递企业规模预测（单位：家）
图表43：2017-2022年商业银行资产增长情况（单位：万亿元，%）
图表44：2017-2022年商业银行净利润情况（单位：亿元）
图表45：2022年五大国有银行前三季度利润增长与不良贷款率（单位：%）
图表46：2017-2022年城商行净利润及其在商业银行中的占比（单位：亿元，%）
图表47：澳大利亚葡萄酒产区地图
图表48：智利葡萄酒产区地图
图表49：法国葡萄酒产区地图
图表50：德国葡萄酒产区地图
图表51：意大利葡萄酒产区地图
图表52：新西兰葡萄酒产区地图
图表53：南非葡萄酒产区地图
图表54：西班牙葡萄酒产区地图
图表55：美国葡萄酒产区地图
图表56：2017-2022年葡萄酒行业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家）
图表57：2018-2022年葡萄酒行业工业总产值及增长率走势（单位：亿元，%）
图表58：2022年工业总产值居前的10个地区统计表（单位：万元，%）
图表59：2022年工业总产值居前的10个地区比重图（单位：%）
图表60：2017-2022年葡萄酒行业产成品及增长率走势图（单位：亿元，%）
图表61：2017-2022年葡萄酒行业销售产值及增长率变化情况（单位：亿元，%）
图表62：2022年销售产值居前的10个地区统计表（单位：万元，%）

图表63：2022年销售产值居前的10个地区比重图（单位：%）
图表64：2017-2022年葡萄酒行业销售收入及增长率变化趋势图（单位：亿元，%）
图表65：2022年销售收入居前的10个地区统计表（单位：万元，%）
图表66：2022年销售收入居前的10个地区比重图（单位：%）
图表67：2022年资产总额居前的10个地区统计表（单位：万元，%）
图表68：2017-2022年资产总额居前的10个地区比重图（单位：%）
图表69：2017-2022年负债总额居前的10个地区统计表（单位：万元，%）
图表70：2017-2022年负债总额居前的10个地区比重图（单位：%）
图表71：2017-2022年销售利润居前的10个地区统计表（单位：万元，%）
图表72：2017-2022年销售利润居前的10个地区比重图（单位：%）
图表73：2022年利润总额居前的10个地区统计表（单位：万元，%）
图表74：2017-2022年利润总额居前的10个地区比重图（单位：%）
图表75：2022年企业数和亏损企业数分地区统计表（单位：家）
图表76：2017-2022年企业数地区比重图（单位：%）
图表77：2017-2022年亏损总额居前的10个地区统计表（单位：万元，%）
图表78：2017-2022年亏损总额居前的10个地区比重图（单位：%）
图表79：2017-2022年葡萄酒行业产销率变化趋势图（单位：%）
图表80：2017-2022年葡萄酒行业产销率变化趋势图（单位：%）
图表81：2017-2022年葡萄酒行业产销率变化趋势图（单位：%）
图表82：2017-2022年葡萄酒行业产销率变化趋势图（单位：%）
图表83：2017-2022年葡萄酒行业产销率变化趋势图（单位：%）
图表84：2017-2022年葡萄酒行业产销率变化趋势图（单位：%）
图表85：2017-2022年葡萄酒行业产销率变化趋势图（单位：%）
图表86：2017-2022年葡萄酒行业产销率变化趋势图（单位：%）
图表87：2017-2022年葡萄酒行业产销率变化趋势图（单位：%）
图表88：2017-2022年葡萄酒行业产销率变化趋势图（单位：%）
图表89：2017-2022年国有葡萄酒企业主要经济指标统计表（单位：万元，人）
图表90：2017-2022年股份制葡萄酒企业主要经济指标统计表（单位：万元，人）
图表91：2017-2022年私营葡萄酒企业主要经济指标统计表（单位：万元，人）
图表92：2017-2022年外商和港澳台投资葡萄酒企业主要经济指标统计表（单位：万元，人）
图表93：2017-2022年其他性质葡萄酒企业主要经济指标统计表（单位：万元，人）
图表94：2017-2022年不同性质葡萄酒企业数量比重变化趋势图（单位：%）
图表95：2017-2022年不同性质葡萄酒企业资产总额比重变化趋势图（单位：%）
图表96：2017-2022年不同性质葡萄酒企业销售收入比重变化趋势图（单位：%）
图表97：2017-2022年不同性质葡萄酒企业利润总额比重变化趋势图（单位：%）
图表98：我国十大葡萄酿酒产区
图表99：我国典型酒庄分析
图表100：近年来全球葡萄酒庄园并购情况分析（单位：百万美元，个）
图表101：2017-2022年国际葡萄酒庄投资兼并与重组整合事件统计（单位：百万美元）
图表102：2017-2022年中国资本对葡萄酒庄园的收购与投资事件统计
图表103：2017-2022年进口葡萄酒数量和进口金额变化趋势（单位：%）
图表104：2017-2022年进口葡萄酒累计均价变动（单位：美元/升）
图表105：进口葡萄酒经销商市场份额
图表106：传统运营模式与电子商务运营模式比较
图表107：单一品牌运营模式的代理流程
图表108：单一品牌运营模式优势与劣势
图表109：多元化品牌运营模式优势与劣势
图表110：独家代理模式的代理流程
图表111：独家代理运营模式优势与劣势
图表112：区域代理模式代理流程图
图表113：独家代理运营模式优势与劣势
图表114：品牌自营模式优势与劣势
图表115：进口葡萄酒行业的渠道模式演变
图表116：广州多措并举促进保税区红酒市场发展要点分析
图表117：宁波海关对葡萄酒进口保税区的支持要点分析
图表118：珠海保税区“八条优惠政策”要点分析
图表119：上海外高桥保税区的支持要点分析

……略

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！