

# 2024-2030年中国酒杯（酒具）市场评估与投资战略咨询报告

## 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

《2024-2030年中国酒杯（酒具）市场评估与投资战略咨询报告》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/202310/418239.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

中企顾问网发布的《2024-2030年中国酒杯（酒具）市场评估与投资战略咨询报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：第一章 酒杯产业相关概述 13 第一节 酒杯发展及演进 13 第二节 中国酒及酒杯文化发展 13 第三节 现代酒杯发展阐述 18 一、现代酒杯发展特色 18 二、现代酒杯材质 18 三、酒杯容量 19 第四节 中国酒杯行业经济指标分析 20 一、赢利性 20 目前我国酒杯（酒具）行业主要集中在中低端市场竞争，产品附加值相对较低，行业盈利能力相对较差。 二、成长速度 20 三、附加值的提升空间 20 近年来，随着国内消费者对家居用品的需求品位越来越高，国内市场上不仅水晶制品、琉璃制品的酒杯需求量越来越大，设计新颖时尚的中高端酒杯正改变和引领着广大消费者的消费习惯。 四、进入壁垒/退出机制 20 五、风险性 21 我国酒杯（酒具）企业数量众多，但多集中在生产中低档产品，在国内外市场以价格竞争为主要手段，知名品牌稀缺，消费者认同度和忠诚度很低。 六、行业周期 21 七、竞争激烈程度指标 21 八、当前行业发展所属周期阶段的判断 21 第二章 世界酒杯（酒具）市场运营态势分析 22 第一节 世界酒杯（酒具）市场运营环境浅析 22 第二节 世界酒杯（酒具）市场现状综述 22 一、酒杯（酒具）发展特色 22 二、酒杯（酒具）市场动态分析 23 三、酒杯（酒具）品牌发展分析 23 第三节 世界酒杯（酒具）细分市场分析 24 一、葡萄酒酒杯 24 二、啤酒杯 25 三、鸡尾酒酒杯 25 第四节 世界酒杯（酒具）重点国家及地区分析 25 一、法国 25 二、德国 26 三、日本 26 第五节 世界酒杯（酒具）市场前景预测 27 第三章 中国酒杯（酒具）市场发展环境解析 28 第一节 中国经济环境分析 28 第二节 中国酒杯（酒具）市场政策环境分析 34 一、行业标准、政策法规 34 二、相关行业政策 34 三、进出口贸易政策分析 35 第三节 中国酒杯（酒具）市场社会环境分析 35 一、人口环境分析 35 二、城镇化率分析 36 三、高端酒具环境分析 36 四、收入环境分析 38 第四章 中国酒杯（酒具）产业发展透析 40 第一节 中国酒杯（酒具）产业发展特色 40 第二节 中国酒杯（酒具）产业发展现状分析 40 一、酒杯（酒具）产业发展亮点聚焦 40 二、酒杯（酒具）气息发展阶段 42 三、中国酒杯（酒具）设计 43 四、酒杯（酒具）与洋酒具发展差距 43 第三节 中国酒杯（酒具）市场综述 43 一、酒杯（酒具）市场生产与供应情况 43 二、酒杯（酒具）市场需求消费分析 43 三、酒杯（酒具）市场价格分析 44 第五章 中国酒杯制造行业数据监测分析（3145） 46 第一节 中国酒杯制造行业规模分析 46 一、企业数量增长分析 46 二、从业人数增长分析 47 三、资产规模增长分析 47 第二节 2016年中国酒杯制造行业结构分析 48 一、企业数量结构分析 48 二、销售收入结构分析 49 第三节 中国酒杯制造行

业产值分析 50 一、产成品增长分析 50 二、工业销售产值分析 50 三、出口交货值分析 51 第四节 中国酒杯制造行业成本费用分析 51 一、销售成本统计 51 二、费用统计 52 第五节 中国酒杯制造行业盈利能力分析 52 一、主要盈利指标分析 52 二、主要盈利能力指标分析 53 第六章 中国酒具细分市场分析 54 第一节 陶瓷酒具 54 一、产品特点 54 二、产品需求与应用 54 三、市场产品定位 56 四、价格走势 56 第二节 玻璃酒具 56 一、产品特点 56 二、产品需求与应用 57 三、市场产品定位 58 四、价格走势 59 第七章 中国酒杯进出口数据监测分析 60 第一节 中国酒杯进口数据监测分析 60 第二节 中国酒杯出口数据监测分析 61 第三节 中国酒杯进出口国家及地区数据监测分析 62 一、主要进口国家及地区 62 二、主要出口国家及地区 66 第八章 中国酒杯（酒具）市场竞争新格局透析 70 第一节 中国酒杯（酒具）市场竞争总况 70 一、中国酒杯（酒具）市场竞争环境 70 二、中国酒杯（酒具）竞争力分析 72 三、酒具第一品牌力多大举进军中国市场 72 四、中国酒杯（酒具）国际竞争力分析 73 第二节 中国酒杯（酒具）产业集中度分析 73 第三节 中国酒杯（酒具）市场竞争趋势预测分析 74 第九章 世界酒杯知名品牌市场分析 75 第一节 奥地利——力多（RIEDEL）75 第二节 法国——巴卡拉（BACCARAT）75 第三节 丹麦——皇家老字号（HOMLEGAARD）76 第四节 德国——消特圣维莎 76 第五节 德国——诗杯客乐 76 第六节 法国——CHRISTOFLE 77 第七节 法国——弓箭 77 第八节 意大利——路易治·波米奥尼 78 第十章 中国酒杯（酒具）制造重点厂商运营财务状况分析 79 第一节 泰兴市天工玻璃制品有限公司 79 一、企业概况 79 二、主要产品分析 79 三、企业经营状况 79 四、企业发展动态 80 第二节 山东华鹏玻璃股份有限公司 80 一、企业概况 80 二、主要产品分析 81 三、企业经营状况 82 四、企业发展动态 83 第三节 安徽德力日用玻璃股份有限公司 83 一、企业概况 83 二、主要产品分析 84 三、企业经营状况 85 四、企业发展动态 86 第四节 广州晶尊玻璃制品有限公司 86 一、企业概况 86 二、主要产品分析 87 三、企业经营状况 87 四、企业发展动态 87 第五节 珠海市科力通电器有限公司 88 一、企业概况 88 二、主要产品分析 89 三、企业经营状况 89 四、企业发展动态 89 第六节 安徽飞翔玻璃容器有限公司 90 一、企业概况 90 二、主要产品分析 90 三、企业经营状况 91 四、企业发展动态 91 第十一章 中国酒杯（酒具）相关联产业分析 92 第一节 葡萄酒 92 一、中国葡萄酒制造行业数据监测分析 92 二、全国及主要省份葡萄酒产量分析 92 三、葡萄酒市场正在进入相对稳定发展时期 93 四、葡萄酒行业消费能力分析 94 五、葡萄酒市场消费层次分析 94 六、中国葡萄酒的利润调查 94 七、中国葡萄酒进出口数据监测分析 95 八、中国葡萄酒市场消费前景预测 97 第二节 白酒 97 一、中国白酒制造行业数据监测分析 97 二、全国及主要省份白酒产量分析 97 三、白酒业超高增长态势已不再 98 四、行业自上而下的降价压力已告结束 99 五、消费主体扩大、消费需求呈现多样性 99 六、中国

白酒市场进出口贸易形态 100 七、中国白酒市场前景预测 100 第三节 啤酒 101 一、中国啤酒制造业经济指标分析 101 二、全国及主要省份啤酒产量分析 101 三、进口啤酒依然不断涌入国内 102 五、啤酒市场达到了一个瓶颈期 102 六、啤酒行业局面惨淡 102 七、中国啤酒进出口贸易数据分析（22030000） 103 八、中国啤酒市场供需预测分析 103 第四节 洋酒 104 一、洋酒文化在中国发展分析 104 二、中国洋酒市场规模 104 三、洋酒的渠道分析 105 四、洋酒的消费情况分析 105 五、洋酒进出口贸易分析 105 六、洋酒市场走势 107 第十二章 中国酒杯（酒具）市场前景预测分析 109 第一节 中国酒杯（酒具）产业前景预测 109 第二节 中国酒杯（酒具）设计与流行趋势预测分析 109 第三节 中国酒杯（酒具）市场前景预测 109 一、酒杯（酒具）市场供给情况预测分析 109 二、酒杯（酒具）市场需求与消费预测分析 109 第四节 中国酒杯（酒具）市场盈利预测 110 第十三章 中国酒杯（酒具）投资价值研究 111 第一节 中国酒杯（酒具）投资概况 111 一、酒杯（酒具）市场投资环境 111 二、酒杯（酒具）市场投资特性 111 三、酒杯（酒具）市场投资周期 112 第二节 中国酒杯（酒具）投资机会分析 112 一、酒杯（酒具）市场投资环境 112 二、酒具收藏成新时尚 112 第三节 中国酒杯（酒具）投资风险预警 113 一、政策风险 113 二、市场竞争风险 113 三、技术风险 113 四、关联产业风险 113 第四节 权威投资观点 113

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/418239.html>