

2020年中国有机葡萄酒行业分析报告- 产业供需现状与发展前景研究

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《2020年中国有机葡萄酒行业分析报告-产业供需现状与发展前景研究》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://baogao.chinabaogao.com/jiulei/470329470329.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

【报告大纲】

第一章 有机葡萄酒行业概述

第一节 有机葡萄酒概述

- 一、有机葡萄酒的定义
- 二、有机葡萄酒的性能与特点
- 三、有机葡萄酒的制造方法
- 四、有机葡萄酒的应用
- 五、有机葡萄酒的发展历程

第二节 有机葡萄的栽培技术

第三节 有机葡萄酒成酒水市场新宠

第四节 “有机”成葡萄酒新卖点

第二章 2017-2020年全球有机葡萄酒行业发展现状分析

第一节 2017-2020年全球葡萄酒产业政策环境分析

- 一、法国葡萄酒等级标准体系
- 二、德国葡萄酒质量标准体系
- 三、意大利葡萄酒定级DOC标准
- 四、西班牙葡萄酒评级标准

第二节 2017-2020年全球有机葡萄酒发展现状分析

- 一、全球有机葡萄酒市场现状分析
- 二、全球有机葡萄酒供需分析
- 三、全球有机葡萄酒发展的方向

第三节 2017-2020年全球有机葡萄酒运行分析

- 一、欧盟有机葡萄酒新法规生效
- 二、欧盟葡萄酒将使用“有机葡萄酒”标识
- 三、国际走热有机葡萄酒行业成焦点
- 四、法国有机葡萄酒发展迅速 或成行业发展趋势
- 五、我国有机葡萄酒市场前景展望

第四节 2017-2020年全球有机葡萄酒部分国家发展现状分析

- 一、美国
- 二、法国
- 三、意大利

第五节 2020年全球葡萄酒部分企业运行现状分析

- 一、美国星座葡萄酒公司
- 二、法国帕图斯公司
- 三、法国拉菲公司
- 四、美国保乐力加集团
- 五、英国帝亚吉欧

第三章 2017-2020年中国有机葡萄酒行业发展环境分析

第一节 2017-2020年中国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、消费价格指数分析
- 三、城乡居民收入分析
- 四、社会消费品零售总额
- 五、全社会固定资产投资分析
- 六、进出口总额及增长率分析

第二节 2017-2020年中国有机葡萄酒产业政策环境分析

- 一、中国有机葡萄酒行业监管体制分析
- 二、中国有机葡萄酒行业市场准入政策
- 三、中国有机葡萄酒业标准及相关规章
- 四、葡萄酒新酒标酝酿出台 今后读酒标选酒不再犯晕

第三节 2017-2020年中国有机葡萄酒产业消费环境分析

第四节 2017-2020年中国有机葡萄酒产业技术环境分析

第四章 2017-2020年中国葡萄酒行业发展现状分析

第一节 2017-2020年中国葡萄酒行业的发展现状分析

- 一、中国近代葡萄酒工业的发展现状
- 二、中国葡萄酒行业的发展阶段
- 三、中国葡萄酒酿造技术不断提高
- 四、中国葡萄酒的生产格局与特点

第二节 2017-2020年中国葡萄酒行业发展状况分析

- 一、宏观经济对葡萄酒业影响
- 二、中国葡萄酒产业链分析
- 三、葡萄酒行业生命周期判断
- 四、中国葡萄酒生产格局分析

第三节 2017-2020年中国葡萄酒工业存在的问题与对策

- 一、制约葡萄酒产业发展的主要因素
- 二、中国葡萄酒业“十三五”规划
- 三、中国葡萄酒产业发展的建议
- 四、中国葡萄酒差异化策略分析

第五章 2017-2020年中国有机葡萄酒行业发展现状分析

第一节 2017-2020年中国有机葡萄酒行业发展现状分析

- 一、我国有机葡萄酒产业分析
- 二、葡萄酒业进入洗牌期
- 三、中国机葡萄酒行业供需分析
- 四、有机葡萄酒作为全世界葡萄酒中兴起的品类
- 五、绿色“有机化”葡萄酒将迎来新机遇

第二节 2017-2020年中国葡萄酒运行态势分析

- 一、中国有机葡萄酒市场尚待开发
- 二“有机”成葡萄酒新卖点
- 三、生物有机葡萄酒瓶塞时代的到来
- 四、在国际上声名鹊起的中国有机葡萄酒
- 五、差异化竞争 突显有机葡萄酒新亮点
- 六、有机葡萄酒市场前景大好
- 七、中国机葡萄酒的竞争和发展

第三节 2017-2020年中国有机葡萄酒市场面临的问题分析

- 一、数量少处于起步阶段
- 二、选址难成本高
- 三、消费者认知度不高
- 四、行业标准不完善

第六章 2017-2020年中国有机葡萄酒行业市场分析

第一节 2017-2020年中国有机葡萄酒市场规模分析

- 一、2017-2020年中国有机葡萄酒行业市场规模及增速
- 二、有机葡萄酒行业市场饱和度
- 三、国内外经济形势对有机葡萄酒行业市场规模的影响
- 四、2021-2026年中国有机葡萄酒行业市场规模及增速预测

第二节 2017-2020年中国有机葡萄酒市场结构分析

第三节 2017-2020年中国有机葡萄酒市场特点分析

- 一、有机葡萄酒行业所处生命周期

- 二、技术变革与行业革新对有机葡萄酒行业的影响
- 三、2017-2020年中国有机葡萄酒差异化分析
- 第四节 2017-2020年中国有机葡萄酒市场运行动态分析
 - 一、威龙葡萄酒立足有机逆势突围
 - 二、有机葡萄酒进入国内市场 行业待进一步发展
 - 三、汉森葡萄酒获欧盟认证 出口欧洲“沙漠有机”引关注
 - 四、韩国将成为全球关键葡萄酒市场
 - 五、威龙区域性增长原因何在 深度体验先行
 - 六、布局有机葡萄酒市场 汉森国际化迈步
 - 七、威龙“有机有礼”走俏节日市场

第七章 2017-2020年中国有机葡萄酒地区销售分析

第一节 2017-2020年中国有机葡萄酒区域销售市场分析

第二节 有机葡萄酒“东北地区”销售分析

- 一、2017-2020年中国东北地区销售规模
- 二、东北地区“品牌”销售分析
- 三、2017-2020年中国东北地区“品牌”销售规模分析

第三节 有机葡萄酒“华北地区”销售分析

- 一、2017-2020年中国华北地区销售规模
- 二、华北地区“品牌”销售分析
- 三、2017-2020年中国华北地区“品牌”销售规模分析

第四节 有机葡萄酒“中南地区”销售分析

- 一、2017-2020年中国中南地区销售规模
- 二、中南地区“品牌”销售分析
- 三、2017-2020年中国中南地区“品牌”销售规模分析

第八章 2017-2020年中国有机葡萄酒市场营销策略分析

第一节 2017-2020年国内外有机葡萄酒营销分析

- 一、进口有机葡萄酒主要品牌化运营方式剖析
- 二、进口有机葡萄酒在中国“精准营销”模式
- 三、浅析法系有机葡萄酒在国内市场营销谋变
- 四、澳洲虎有机葡萄酒的创新营销模式分析
- 五、有机葡萄酒网络营销迅速崛起
- 六、国内外有机葡萄酒营销文化的差异
- 七、中国有机葡萄酒业营销的建议

八、未来我国有机葡萄酒营销环境剖析

第二节 有机葡萄酒营销渠道分析

一、中国有机葡萄酒销售渠道模式

1、有机葡萄酒销售渠道概述

2、区域多家代理制模式

3、区域总代理制模式

4、直供分销模式分析

二、中国有机葡萄酒营销渠道发展趋势

三、第三方独立营销商和营销网络

四、红酒分渠道亟待解决四大问题

五、夜场在有机葡萄酒市场开发中的作用

第三节 主要企业渠道分析

一、烟台张裕葡萄酒渠道分析

二、中粮长城葡萄酒渠道分析

三、王朝酒业葡萄酒渠道分析

四、莫高实业葡萄酒渠道分析

五、新疆新天葡萄酒渠道分析

第四节 主要有机葡萄酒品牌市场营销策略

一、长城葡萄酒奥运营销

二、张裕的体验营销策略

三、王朝酒业的营销策略

第五节 品牌营销策略分析

一、有机葡萄酒品牌价值分析

二、品牌营销的三元结构

三、中国有机葡萄酒品牌营销误区

四、有机葡萄酒副品牌的开发策略

第六节 有机葡萄酒包装策略

一、国外有机葡萄酒包装概况

二、新型纸盒引领有机葡萄酒包装新潮流

三、中国有机葡萄酒包装期待变革

四、中国有机葡萄酒包装发展趋势预测

第七节 有机葡萄酒其它营销策略分析

一、有机葡萄酒企业文化营销模式探析

二、有机葡萄酒专卖店的营销战略

三、量产有机葡萄酒的营销策略

- 四、酒类商品的节 日营销策略分析
- 五、有机葡萄酒超市旺季促销策略
- 六、有机葡萄酒促销策略分析

第九章 2017-2020年中国有机葡萄酒品牌需求与消费者偏好调查

第一节 中国有机葡萄酒目标客户群体调查

- 一、不同收入水平消费者偏好调查
- 二、不同年龄的消费者偏好调查
- 三、不同地区的消费者偏好调查

第二节 有机葡萄酒品牌市场调查

- 一、消费者对有机葡萄酒品牌认知度宏观调查
- 二、消费者对有机葡萄酒产品的品牌偏好调查
- 三、消费者对有机葡萄酒品牌的首要认知渠道
- 四、消费者经常购买的品牌调查
- 五、有机葡萄酒品牌忠诚度调查
- 六、有机葡萄酒品牌市场占有率调查
- 七、消费者的消费理念调研

第三节 不同客户购买相关的态度及影响分析

- 一、价格敏感程度
- 二、品牌的影响
- 三、购买方便的影响
- 四、广告的影响程度
- 五、包装的影响程度

第十章 中国有机葡萄酒行业进出口分析

第一节 中国有机葡萄酒出口分析

- 一、我国有机葡萄酒行业出口及增长情况
- 二、有机葡萄酒海外市场分布情况
- 三、有机葡萄酒行业经营海外市场的主要品牌
- 四、有机葡萄酒行业出口态势展望

第二节 中国有机葡萄酒进口分析

- 一、我国有机葡萄酒行业进口及增长情况
- 二、我国有机葡萄酒进口主要国家及地区
- 三、进口品牌对有机葡萄酒行业的促进与影响
- 四、有机葡萄酒行业进口态势展望

第十一章 2017-2020年中国有机葡萄酒行业生产分析

第一节 2017-2020年中国有机葡萄酒生产总量分析

- 一、2017-2020年中国有机葡萄酒行业生产总量及增速
- 二、2017-2020年中国有机葡萄酒行业产能及增速
- 三、国内外经济形势对有机葡萄酒行业生产的影响
- 四、2021-2026年中国有机葡萄酒行业生产总量及增速预测

第二节 2017-2020年中国有机葡萄酒子行业生产分析

第三节 2017-2020年中国有机葡萄酒细分区域生产分析

第四节 2017-2020年中国有机葡萄酒行业供需平衡分析

- 一、有机葡萄酒行业供需平衡现状
- 二、国内外经济形势对有机葡萄酒行业供需平衡的影响
- 三、有机葡萄酒行业供需平衡趋势预测

第十二章 2017-2020年中国有机葡萄酒市场竞争格局透析

第一节 2017-2020年中国葡萄酒市场竞争动态分析

- 一、国内葡萄酒市场竞争趋于激烈
- 二、认证助力葡萄酒企业增强竞争力
- 三、二线葡萄酒品牌的竞争解析
- 四、葡萄酒市场开启服务战新纪元
- 五、葡萄酒行业竞争趋势剖析

第二节 2017-2020年中国有机葡萄酒行业竞争现状

- 一、有机葡萄酒品牌竞争分析
- 二、有机葡萄酒价格竞争分析
- 三、有机葡萄酒技术竞争
- 四、有机葡萄酒营销方式竞争分析

第三节 2017-2020年中国有机葡萄酒行业集中度分析

- 一、有机葡萄酒市场集中度分析
- 二、有机葡萄酒生产企业的集中分布

第四节 2021-2026年中国有机葡萄酒行业竞争趋势分析

第十三章 中国有机葡萄酒部分企业发展现状分析

第一节 张裕葡萄酿酒股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第二节 烟台威龙葡萄酒股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

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、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第四节 通化葡萄酒股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第五节 甘肃莫高实业发展股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第六节 甘肃皇台酒业股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第七节 中粮南王山谷君顶酒庄有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第八节 青岛华东葡萄酿酒有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第九节 烟台中粮葡萄酿酒有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第十节 中国长城葡萄酒有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析
- 三、企业经营状况分析
 - 1、企业偿债能力分析
 - 2、企业运营能力分析
 - 3、企业盈利能力分析
- 四、企业竞争优势分析

第十四章 2021-2026年中国有机葡萄酒业发展前景预测分析

第一节 2021-2026年世界有机葡萄酒未来发展趋势预测分析

- 一、国际有机葡萄酒市场未来发展趋势
- 二、未来全球有机葡萄酒市场前景分析
- 三、未来国际有机葡萄酒市场消费预测

第二节 2021-2026年中国有机葡萄酒行业发展趋势分析

- 一、中国有机葡萄酒行业发展趋势
- 二、中国有望成为亚洲葡萄酒中心
- 三、国内有机葡萄酒消费市场结构发展趋势

第三节 2021-2026年中国有机葡萄酒行业发展前景分析

- 一、国内有机葡萄酒行业发展前景看好
- 二、国内有机葡萄酒进口消费市场广阔

第四节 2021-2026年中国有机葡萄酒市场发展前景预测

第十五章 2021-2026年中国有机葡萄酒投资及建议分析

第一节 2021-2026年中国有机葡萄酒行业投资机会分析

- 一、全球有机葡萄酒市场投资分析
- 二、有机葡萄酒成为投资新宠
- 三、国内有机葡萄酒产业投资环境
- 四、国内有机葡萄酒投资潜力分析
- 五、有机葡萄酒产业链的投资机会

第二节 2021-2026年中国有机葡萄酒行业投资风险分析

- 一、产业政策风险
- 二、市场竞争风险
- 三、市场原料风险
- 四、市场经营风险

第三节 专家投资建议

图表目录：

图表：2017-2020年中国有机葡萄酒行业市场规模变化

图表：2017-2020年中国有机葡萄酒行业销售收入变化

图表：2017-2020年中国有机葡萄酒行业销售投资收益率变化

图表：中国主要营销模式结构图

图表：2017-2020年中国有机葡萄酒行业潜在需求量变化

图表：2020年中国各种经销模式市场份额对比图

图表：2017-2020年中国有机葡萄酒行业市场容量变化

图表：2017-2020年中国有机葡萄酒供给量变化

图表：2017-2020年中国有机葡萄酒供需平衡分析

图表：2017-2020年中国有机葡萄酒市场供需分析

图表：2017-2020年中国有机葡萄酒行业产销分析

图表：2017-2020年中国有机葡萄酒行业利润率变化

图表详见正文 (GYZQPT)

【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国有机葡萄酒行业分析报告-产业供需现状与发展前景研究》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。

它是业内企业、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。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiulei/470329470329.html>