

2021年中国葡萄酒行业分析报告- 市场运营态势与发展定位研究

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《2021年中国葡萄酒行业分析报告-市场运营态势与发展定位研究》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/550532550532.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

葡萄酒是以鲜葡萄或葡萄汁为原料，经过全部或部分发酵酿造而成，且酒精含量介于10%~15%的酒精饮品。葡萄酒产业链上游主要为葡萄酒的原材料，主要包括葡萄（红葡萄、白葡萄）、淀粉、酵母、食品添加剂等；中游为葡萄酒种类，主要包括红葡萄酒、白葡萄酒、桃红葡萄酒等；下游为消费渠道，最后到达终端消费者。

葡萄酒产业链 资料来源：观研天下整理

一、上游分析

1.葡萄种植区域 从产区分布情况分析，我国酿酒葡萄酒产区主要集中在北纬38°至53°，分布在华北地区、沿海一带、新疆、甘肃等地，且已形成新疆、甘肃省威武、河北昌黎、东北、山东胶东半岛、山西省清徐、宁夏贺兰山及西南地区八个葡萄酒产区。

我国葡萄产区及品种概述

主产区

主要种植葡萄品种

葡萄酒代表企业

河北昌黎

赤霞珠、梅鹿辄

张裕、威龙、长城

宁夏贺兰山

赤霞珠、品丽珠、龙蛇珠

玉泉、贺兰山

山东胶东半岛

意斯林、赤霞珠

华夏长城、野力

东北

野生山葡萄、甜型红葡萄

通化、通天、长白山

新疆

赤霞珠、梅露辄、霞多丽

西域、楼兰、新天

甘肃省威武

赤霞珠、解白纳

莫高、皇台

山西清徐

龙眼、赤霞珠、梅洛

怡园酒业

西南地区

玫瑰蜜、梅鹿辄、赤霞珠

香格里拉、云南红资料来源：观研天下整理

2.种植面积 我国是全球葡萄种植面积第二大的国家。根据数据显示，2019年我国葡萄种植面积为726.2千公顷，2020年我国葡萄种植面积为730.65千公顷，同比增长0.61%；据推测2021年我国葡萄种植面积可达735.5千公顷。

2016-2021年我国葡萄种植面积、增速及预测 数据来源：观研天下整理

3.葡萄产量 近些年来，随着社会经济的快速发展及人们生活水平的提高,对葡萄的需求量日渐增加。根据数据显示，2020年我国葡萄产量为1471.4万吨，较2019年同比增长3.66%；预计2021年我国葡萄产量约达1524.2万吨。

2016-2021年我国葡萄产量、增速及预测 数据来源：观研天下整理

4.酵母 酵母是一种单细胞微生物，酵母菌体含有蛋白质、脂肪、糖分和B族维生素等，具有丰富的营养价值。根据数据显示，2019年我国酵母行业市场规模为39.57亿元，较2018年同比增长4.35%。

2014-2019年我国酵母市场规模及增速 数据来源：观研天下整理

5.食品添加剂 食品添加剂是为改善食品色、香、味等品质，以及为防腐和加工工艺的需要而加入食品中的人工合成或者天然物质。近几年，由于国家对食品添加剂的管理力度加强，导致我国食品添加剂产量有所下滑。根据数据显示，2019年我国食品添加剂产量为838万吨，较2019年同比下降24.9%；2020年我国产量为974，同比增长16.23%；预计2021年我国食品添加剂产量将有所上升至1080万吨。

2016-2021年我国食品添加剂产量、增速及预测 数据来源：观研天下整理

二、中游分析

1.葡萄酒种类 葡萄酒的品种很多，因葡萄的栽培、葡萄酒生产工艺条件的不同，产品风格各不相同。按酒的颜色来分，主要有红葡萄酒、白葡萄酒和桃红葡萄酒三大类。

葡萄酒种类及概述

种类

概述

红葡萄酒

采用皮红肉白或皮肉皆红的葡萄经葡萄皮和汁混合发耐而成。酒色呈自然深宝石红、宝石红、紫红或石榴红，凡黄讷、褐或土褐颜色，均不符合红葡萄酒的色泽要求。

白葡萄酒

用白葡萄或皮红肉白的葡萄分离发酵制成。酒的颜色微黄带绿，近似无色或浅黄、禾杆黄、金黄。凡深黄、土黄、裳黄或褐黄等色，均不符合白葡萄酒的色泽要求。

桃红葡萄酒

用带色的红葡萄带皮发酵或分离发酵制成。酒色为淡红、桃红、橘红或玫瑰色。凡色泽过深或过浅均不符合桃红葡萄酒的要求。这一类葡萄酒在风味上具有新鲜感和明显的果香，含单宁不宜太高。玫瑰香葡萄、黑比诺、佳利酿、法国蓝等品种都适合酿制桃红葡萄酒。另红、白葡萄酒按一定比例勾兑也可算是桃红葡萄酒。资料来源：观研天下整理

2.葡萄酒产量 由于我国气候条件导致葡萄质量达不到生产葡萄酒的层次，我国葡萄酒产量出现下滑态势。根据数据显示，2019年我国葡萄酒产量为45.1万千升，2020年我国葡萄酒产量为41.3万千升，同比下降8.43%；预计2021年我国葡萄酒产量可达40.5万千升。

2016-2021年我国葡萄酒产量、增速及预测 数据来源：观研天下整理

3.葡萄酒市场规模 受益于我国消费者对于葡萄酒饮用的认可，我国葡萄酒行业市场规模呈现持续增长的态势。根据数据显示，2020年我国葡萄酒市场规模为1036.2亿元，较2019年同比增长5.66%；据推测，2021年我国葡萄酒市场规模可达1106.5亿元。

2016-2021年我国葡萄酒市场规模、增速及预测 数据来源：观研天下整理

4.企业优势分析 现阶段，我国葡萄酒行业产业链中游优秀企业主要包括张裕集团、中粮集团、甘肃莫高实业发展股份有限公司、中法合营王朝葡萄酿酒有限公司、通化葡萄酒股份有限公司、威龙葡萄酒股份有限公司、云南香格里拉酒业股份有限公司、云南红葡萄酒产业集团等。

我国葡萄酒行业产业链中游代表企业优势分析

品牌名称

企业名称

优势分析

张裕葡萄酒

张裕集团

产业规模优势：张裕集团以兼并、联合、划拨的形式先后接收了5个相关企业，集团的综合实力进一步壮大。目前，张裕集团已由单一的葡萄酒生产经营企业发展成为以葡萄酒酿造为主，集保健酒、中成药研制开发、粮食白酒与酒精加工、进出口贸易、包装装潢、机械加工、交通运输、玻璃制瓶等于一体的大型综合性企业集团，拥有一个控股上市公司、一个控股子公司、四个全资子公司和一个分公司。

长城葡萄酒

中粮集团

产业规模优势：长城葡萄酒成为北京2008年奥运会正式葡萄酒产品。同年，以125.87亿元的品牌价值荣登“2006中国品牌500强”行业榜首。2009年，长城葡萄酒成为2010年上海世博会唯一指定葡萄酒。中粮酒业旗下长城葡萄酒是中国最早按照国际标准酿造的葡萄酒，并拥有“中国出口名牌”称号，是国家免检产品。长城葡萄酒在中国最好的葡萄产区河北沙城、河北昌黎和山东蓬莱拥有三大生产基地，其旗下著名产品长城桑干酒庄系列、华夏葡园小产

区系列、星级干红系列、海岸葡萄酒系列等产品多次在巴黎、布鲁塞尔、伦敦等多个国际专业评酒会上捧得最高奖项，远销法国等20多个国家和地区，以独具个性的风格和品味带给消费者丰富多彩的葡萄酒体验。长城葡萄酒亦是唯一荣登全球权威商业调查机构美国盖洛普“21世纪奢华品牌榜之顶级品牌榜”的中国葡萄酒。

莫高葡萄酒

甘肃莫高实业发展股份有限公司

产业规模优势：莫高葡萄酒生产基地位于中国葡萄酒的发祥地——甘肃武威，这里是我国酿酒葡萄的最佳种植区之一，1985年第一瓶“莫高”干红葡萄酒诞生。经过20多年的发展，现已建成万亩酿造葡萄种植基地和年产2.5万吨干型葡萄酒的生产能力，拥有干红、干白、解佰纳、甜型酒、特种酒、冰酒、白兰地等七大系列130多个品种，是名副其实的庄园式葡萄酒生产企业。

王朝葡萄酒

中法合营王朝葡萄酿酒有限公司

技术优势：公司从国外引进了具有国际先进水平的葡萄酒生产设备和技术，拥有国际酿酒名种葡萄原料种植基地近3万亩，建立了技术开发（科研）中心，有强劲的科技开发能力。公司现生产具有中国地域风格的三大系列80多个品种具有欧洲风格的葡萄酒，生产能力为4万吨/年，是亚洲地区规模最大的全汁高档葡萄酒生产企业之一。

市场规模优势：王朝葡萄酒实现营业收入8.35亿元，年实现利税逾3.4亿元，净利润1.75亿元，营业额与净利润同比分别增长16%和28%，年产量为3万吨，约合3000万瓶。现今，王朝共生产葡萄酒、白兰地和香槟酒3个系列超过50种酒精饮料产品，拥有超过70人的销售队伍以及200个分销商。正像其宣传口号“酒的王朝”那样，25年的市场拼搏，王朝葡萄酒在中国葡萄酒市场上成就了其坚实的、具有优势的市场竞争地位。

通化葡萄酒

通化葡萄酒股份有限公司

产品优势：通过ISO14001国际环境管理体系认证；2004年，通化被国家商标局认定为“中国驰名商标”；2005年，再次被国务院中国名牌战略推进委员会和国家质检总局授予“中国名牌”称号。2004年以来，通化开始了迈向现代企业的新历程，进行了有史以来最大规模的新产品开发和品牌资源整合，推出的中国高端甜型酒的代表作—国宴1959，在2006年获得了有葡萄酒奥斯卡之称的国际烈酒、葡萄酒挑战赛（IWC）金奖。

威龙葡萄酒

威龙葡萄酒股份有限公司

产业规模优势：拥有员工1500余名（其中工程技术人员180多名），占地面积30万平方米，资产6.5亿元，配备有国外全自动灌装生产线、酒石处理系统、真空过滤机等先进设备30多台套，5处发酵站（年发酵能力6万吨），年产各类葡萄酒（干酒、甜酒、起泡酒、白兰地等四大系列八十多个品种）3万多吨，2009年销售收入近10亿元。产销量居全国同行业前两名

，综合实力已跃居前四名，市场占有率超过10%。威龙公司所处的烟台地区，被国际葡萄与葡萄酒组织（OIV）认证为亚洲唯一的葡萄与葡萄酒城。

香格里拉葡萄酒

云南香格里拉酒业股份有限公司

产品优势：“香格里拉”干红葡萄酒是云南十佳名酒。“香格里拉·藏秘”青稞干红酒是“云南省名牌产品”；“香格里拉”、“香格里拉·藏秘”商标是云南省著名商标认定委员会认定的“云南省著名商标”；公司还被评为“云南省质量效益型先进企业”和“执行标准先进单位”；2005年“香格里拉”等品牌葡萄酒被国家质量监督检验检疫总局认定为国家免检产品；香格里拉品牌先后还被评为中国红酒行业十大影响力品牌和亚洲品牌500强。

云南红

云南红葡萄产业集团

产业规模优势：云南红酒业集团，现已拥有2万亩优质高原酿酒葡萄园，并拥有年出圃400万株优良酿酒葡萄的种苗基地和依照国际标准在葡萄园区内建立的、大型现代化厂房及国际一流的葡萄酒酿造设备。在未来五年内，公司将发展成为拥有5万亩葡萄基地，年产5万吨葡萄酒的大型现代化企业。

技术优势：拥有国内一流的技术队伍和管理班子：在种植方面，由山东酿酒葡萄研究所在云南设分所负责技术指导；在酿造方面，由法国波尔多地区尼古拉酿酒世家第五代传人担任酿造工艺顾问，国内最优秀的酿酒师、国家级品酒师担任总工程师，采用最先进的酿造工艺，完全按照国际标准来精心酿造。资料来源：观研天下整理

三、下游分析

1.消费者消费原因 从我国消费者购买葡萄酒的原因来看，2019年我国77%的消费者饮用葡萄酒的原因是健康需要，51%的消费者饮用葡萄酒的原因是社交需要。

2019年我国消费者消费葡萄酒的原因 数据来源：观研天下整理

2.不同品类葡萄酒消费占比 从我国消费者购买不同品类葡萄酒次数来看，2019年我国消费者购买红葡萄酒次数最多，占总次数的54.6%；其次为白葡萄酒，占比为31.2%；购买桃红葡萄酒次数占总次数的14.2%。

2019年我国消费者购买不同种类葡萄酒分布情况 数据来源：观研天下整理

3.葡萄酒消费量

近年来，我国葡萄酒消费量波动下降，但整体消费量高于我国葡萄酒产量，我国葡萄酒市场对于进口依赖较大。根据数据显示，2019年我国葡萄酒消费量为111.3万千升，2020年我国葡萄酒消费量为62.1万千升，同比下降44.2%；据推测2021年我国葡萄酒消费量可达86.7万千升。（TJL）2016-2021年我国葡萄酒消费量、增速及预测 数据来源：观研天下整理

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。

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。

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。

【目录大纲】

第一章 2017-2021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、葡萄酒行业基本情况介绍

三、葡萄酒行业发展特点分析

四、葡萄酒行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售模式

五、葡萄酒行业需求主体分析

第二节 中国葡萄酒行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、葡萄酒行业产业链条分析

三、产业链运行机制

(1) 沟通协调机制

(2) 风险分配机制

(3) 竞争协调机制

四、中国葡萄酒行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 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

第四节 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

第五节 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

第二章 2017-2021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 2021-2026年世界葡萄酒行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球葡萄酒行业市场规模预测

第三章 中国葡萄酒产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 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、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 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

第三节 中国葡萄酒产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

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
 - 1、行业技术发展现状
 - 2、行业技术专利情况
 - 3、技术发展趋势分析
- 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

第三节 中国葡萄酒行业供应情况分析

第四节 中国葡萄酒行业需求情况分析

第五节 我国葡萄酒行业细分市场分析

- 1、细分市场一
- 2、细分市场二
- 3、其它细分市场

第六节 中国葡萄酒行业供需平衡分析

第七节 中国葡萄酒行业发展趋势分析

第五章 中国葡萄酒所属行业运行数据监测

第一节 中国葡萄酒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

第六章 2017-2021年中国葡萄酒市场格局分析

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情况分析

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

第五节 中国葡萄酒行业钻石模型分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2021年中国葡萄酒行业需求特点与动态分析

第一节 中国葡萄酒行业消费市场动态情况

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、渠道因素

四、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、中国葡萄酒行业价格影响因素

二、中国葡萄酒行业平均价格走势预测

三、中国葡萄酒行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021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布

第二节 中国华东地区葡萄酒市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区葡萄酒市场规模分析

四、华东地区葡萄酒市场规模预测

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、华中地区葡萄酒市场规模分析

四、华中地区葡萄酒市场规模预测

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、华南地区葡萄酒市场规模分析

四、华南地区葡萄酒市场规模预测

第九章 2017-2021年中国葡萄酒行业竞争情况

第一节 中国葡萄酒行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国葡萄酒行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国葡萄酒行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 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、公司优劣势分析

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、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026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 中国葡萄酒行业市场发展预测

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

一、中国葡萄酒行业毛利润同比增速预测

二、中国葡萄酒行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国葡萄酒行业投资风险与营销分析

第一节 葡萄酒行业投资风险分析

一、葡萄酒行业政策风险分析

二、葡萄酒行业技术风险分析

三、葡萄酒行业竞争风险分析

四、葡萄酒行业其他风险分析

第二节 葡萄酒行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国葡萄酒行业发展战略及规划建议

第一节 中国葡萄酒行业品牌战略分析

一、葡萄酒企业品牌的重要性

二、葡萄酒企业实施品牌战略的意义

三、葡萄酒企业品牌的现状分析

四、葡萄酒企业的品牌战略

五、葡萄酒品牌战略管理的策略

第二节 中国葡萄酒行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国葡萄酒行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章 2021-2026年中国葡萄酒行业发展策略及投资建议

第一节 中国葡萄酒行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国葡萄酒行业营销渠道策略

一、葡萄酒行业渠道选择策略

二、葡萄酒行业营销策略

第三节 中国葡萄酒行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国葡萄酒行业重点投资区域分析

二、中国葡萄酒行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

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/550532550532.html>