

2020年中国葡萄酒行业分析报告- 市场竞争格局与发展趋势预测

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年中国葡萄酒行业分析报告-市场竞争格局与发展趋势预测》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/434354434354.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

葡萄酒行业所处的产业链是由葡萄种植者、葡萄酒生产者、消费者、资源回收者等一系列利益相关者组成，通过自种酿酒葡萄或者收购酿酒葡萄或葡萄原酒，对之进行加工，之后销售产成品。除了以葡萄酒的原料种植、采摘、酿造生产和营销等组成的产业链为葡萄酒基础产业外，我国在葡萄酒企业管理、人才教育与培训、知识产权相关的技术转移、葡萄酒文化推广等辅助产业的发展仍有待提高。

葡萄酒产业链图

葡萄酒基础产业

内容

上游原料

葡萄种植、葡萄采摘

中游生产

干葡萄酒、半干葡萄酒、半甜葡萄酒、甜葡萄酒

下游渠道

经销商、超市、酒店、酒吧、餐馆、电商平台

葡萄酒辅助产业

葡萄酒企业管理、人才教育与培训、知识产权等相关技术的转移、生产原辅材料及葡萄酒机械与包装、旅游观光、葡萄酒文化推广.....数据来源：公开资料整理

目前，国家也为葡萄酒产业发展制定了科学的产业规划，一些葡萄酒产区政府也纷纷出台鼓励葡萄酒产业发展的区域产业政策，大力推动了葡萄酒产业的发展。

我国葡萄酒行业相关政策及规划

时间

政策

主要内容

2012年6月

《葡萄酒行业准入条件》

设置葡萄酒行业准入条件，规范葡萄酒行业发展，加强行业管理，防止盲目投资和低水平重复建设，引导企业合理布局

2016年

《“十三五”发展规划》

2016-2020年将大力推进园有企业改革、网络强国战略、法治建设和“一带一路”建设

2016年4月

《中国酒业“十三五”发展指导意见》

预计到2020年葡萄酒户量达160万升，葡萄酒行业销售收入达650亿元

2016年3月

《贺兰山东麓葡萄产业园区管委办公室、自治区财政厅关于印发创新财政支农方式加快葡萄产业发展的扶持政策暨实施办法的通知》(宁葡委办发[2016]13号)

从产品宣传、技术创新、人才引进、基地建设、配套服务等方面进行大力财政扶持，通过以奖代补的方式对酒庄(企业)在园内一二线城市建立葡萄酒展销平台、直销专卖店、评进列级酒庄等方面进行补贴

2017年4月

《宁夏回族自治区“十三五”工业发展及两化融合发展规划》

政府相关部门相继出台了加快推进葡萄酒产业发展的优惠政策。确定从产业扶持政策中专项安排资金1000万元，用于扶持葡萄酒产业发展中急需解决的重点环节

2017年5月

《食品工业十三五发展规划》

针对葡萄酒行业提出注重葡萄酒原料基地建设，逐步实现产品品种多样化，促进高档、中档葡萄酒和佐餐酒同步发展

2018年6月

《烟台市果蔬加工及葡萄酒产业集群转型升级专项资金管理使用暂行办法》

重点支持葡萄酒、水果蔬菜汁饮料、水果蔬菜休闲食品、水果蔬菜衍生食品、鲜食水果蔬菜等五大重点领域

2019年7月

T/CBJ4101-2019《酿酒葡萄》和T/CBJ4102-2019《橡木桶》

《酿酒葡萄》团体标准的制定，规范统一我国酿酒葡萄的技术指标和检验规范，明确了酿酒葡萄质量评价标准，提高酿酒葡萄栽培技术水平;同时，也为葡萄收购加工提供原料质量评价依据。这对提高我国葡萄酒产品的品牌竞争力，推动我国葡萄酒迈向国际市场，保障我国葡萄酒产业科学、健康、可持续发展，均具有重要意义。而《橡木桶》团体标准的制定为橡木桶产品的生产和选购以及质量管理与监测控制过程提供标准和依据，提高了橡木桶产品质量

2019年11月

《葡萄酒产区标准》

该标准的制定与推广实施，可以更好地明确产区概念，指导产区建设，打造产区知名度，从而推动我国葡萄酒行业健康发展，有效减少由于定义模糊带来的行业性问题，规范葡萄酒行业的发展数据来源：公开资料整理

近几年，由于我国实行“三公”政策对葡萄酒行业发展造成一定负面影响，葡萄酒行业一直处于产业结构调整时期。根据国家统计局数据显示，自2012年开始我国葡萄酒产量一直处于下降状态，2019年我国葡萄酒产量达到45.1万千升，同比下降60.7%。

2012-2019年我国葡萄酒行业产量及增长情况

数据来源：国家统计局

目前，我国葡萄酒进出口体现“量跌价升”的现象，并且随着国内消费升级的推进，我进口葡萄酒结构主要以高端酒为主。根据相关数据显示，2019年我国葡萄酒进口量达到66.23万千升，同比减少9.2%。

2015-2019年我国葡萄酒行业进口量及增长情况

数据来源：中国海关

我国葡萄酒进口金额呈持续增长态势，2019年进口金额达到35.36亿美元，同比减少9.7%。

2015-2019年我国葡萄酒行业进口金额及增长情况

数据来源：中国海关

近年来，随着葡萄酒市场整合加剧，具有品牌的企业和产品更容易在市场中脱颖而出。在国产葡萄酒领域，排名靠前的企业收割了大部分行业利润，不断挤占中小型企业市场空间。以张裕、长城、茅台葡萄酒、王朝为代表的大品牌企业，在品牌市场不断下沉的情况下，进一步占领区域性品牌的市场。

2019年我国葡萄酒行业品牌C-BP排名情况

数据来源：互联网

未来，我国葡萄酒行业将朝着市场品牌化、进口酒多元分化及新营销模式方向发展。

2020年我国葡萄酒行业发展趋势

趋势

内容

葡萄酒市场品牌化

现在的消费者更加倾向于选购进口葡萄酒，但实际上国产葡萄酒的性价比和质量远超大众认知，相信随着消费者教育的加深，国内的中低端葡萄酒市场将会向品牌化演变

进口酒多元分化

2020年，估计进口品牌和进口酒商分化加大，品牌、大酒商会越来越好，小酒商低价低质，淘汰将加速。进口葡萄酒的多元化、个性化、精品化为品类知识普及、精英群体教育做出了贡献。进口葡萄酒对葡萄酒整体品质的提升，意义是相当大的。进口葡萄酒更容易多元化、个性化，原因是那么多葡萄酒国家，还有新世界旧世界的传播，这一点上不像啤酒，说得出来的啤酒只有德国、美国，没有那么多啤酒代表性国家，但是葡萄酒不一样，葡萄酒容易多元化、个性化

新营销模式成主流

旺销餐饮、旺销酒行、粉丝群，并且互联网化，这将是未来区域市场动销的重要模式。随着电商、微商、快手、抖音、美团、拼多多、1919等大渠道的建立，2020年新营销渠道的优势将愈加明显，成本也相对可控

数据来源：公开资料整理WYD
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。《2021年中国葡萄酒行业分析报告-市场竞争格局与发展趋势预测》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。

【报告大纲】

第一章 2017-2020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

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、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 2017-2020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 欧盟葡萄酒行业地区市场分析
 - 一、欧盟葡萄酒行业市场现状分析
 - 二、欧盟葡萄酒行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧盟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、全社会消费品葡萄酒总额

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

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 中国葡萄酒行业供需平衡分析

第六节 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 2017-2020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分析
- 二、中国葡萄酒行业企业集中度分析

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 中国葡萄酒行业竞争力分析

- 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 2017-2020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 2017-2020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 2017-2020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SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

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、发展现状

四、优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、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 葡萄酒行业企业经营发展分析及建议

一、葡萄酒行业经营模式

二、葡萄酒行业销售模式

三、葡萄酒行业创新方向

第三节 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 中国葡萄酒行业定价策略分析

第三节 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

第四节 中国葡萄酒行业价格策略

第五节 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/434354434354.html>