

2019-2025年中国红葡萄酒行业市场调查研究及投资前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2019-2025年中国红葡萄酒行业市场调查研究及投资前景预测报告》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：<https://www.huaon.com/detail/407696.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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

红酒（Red wine）是葡萄酒的一种，并不一定特指红葡萄酒。红酒的成分相当简单，是经自然发酵酿造出来的果酒，含有最多的是葡萄汁，葡萄酒有许多分类方式。以成品颜色来说，可分为红葡萄酒、白葡萄酒及粉红葡萄酒三类。其中红葡萄酒又可细分为干红葡萄酒、半干红葡萄酒、半甜红葡萄酒和甜红葡萄酒，白葡萄酒则细分为干白葡萄酒、半干白葡萄酒、半甜白葡萄酒和甜白葡萄酒。粉红葡萄酒也叫桃红酒、玫瑰红酒。杨梅酿制的叫做杨梅红酒。还有一种蓝莓酿制的蓝莓红酒。

随着80、90 后逐渐进入消费主流群体，消费品的品类、口味都正进行着升级和改变。年轻的消费者在商务宴会上养成了喝葡萄酒的习惯，并把这种习惯带入到社交生活中，过去几年，中国红酒消费者也逐渐从把红酒当成礼品赠送转变为更多的自身消费。红酒除了有利于节庆、商务场合烘托氛围之外，也有其他酒类所没有的健康功效。

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。

报告目录：

第一部分红葡萄酒行业发展综述

第一章红葡萄酒产品概述

第一节产品定义

第二节产品用途

第三节红葡萄酒市场特点分析

一、产品特征

二、价格特征

三、渠道特征

四、发展特征

第四节行业发展周期特征分析

第五节行业发展现状分析

第六节我国红葡萄酒行业发展趋势

第二章红葡萄酒行业环境分析

第一节中国经济发展环境分析

一、中国GDP分析

二、固定资产投资

三、城镇人员从业状况

四、恩格尔系数分析

五、2019-2025年中国宏观经济发展预测

第二节中国红葡萄酒行业社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、中国城镇化率

第三节中国红葡萄酒行业政策环境分析

一、我国葡萄酒行业“十三五”规划

二、《葡萄酒行业准入政策》

三、产业政策分析

四、相关产业政策影响分析

第四节中国红葡萄酒行业技术环境分析

一、中国红葡萄酒技术发展概况

二、中国红葡萄酒产品工艺特点或流程

三、中国红葡萄酒行业技术发展现状

四、中国红葡萄酒行业技术发展趋势

第二部分红葡萄酒行业市场分析

第三章中国红葡萄酒市场分析

第一节红葡萄酒市场现状分析及预测

一、2014-2018年中国红葡萄酒市场规模分析

二、2019-2025年中国红葡萄酒市场规模预测

第二节红葡萄酒产品产量分析及预测

一、2014-2018年中国红葡萄酒产量分析

二、2019-2025年中国红葡萄酒产量预测

第三节红葡萄酒产品产能分析及预测

一、2014-2018年中国红葡萄酒产能分析

二、2019-2025年中国红葡萄酒产能预测

第四节红葡萄酒市场需求分析及预测

一、2014-2018年中国红葡萄酒市场需求分析

二、2019-2025年中国红葡萄酒市场需求预测

第五节红葡萄酒进出口数据分析

- 一、2014-2018年中国红葡萄酒进出口数据分析
- 二、2019-2025年国内红葡萄酒产品未来进出口情况预测

第四章红葡萄酒细分行业分析

第一节高端红葡萄酒行业分析

- 一、高端红葡萄酒行业概况
- 二、高端红葡萄酒行业运营模式

第二节中端红葡萄酒行业分析

- 一、中端红葡萄酒行业概况
- 二、中端红葡萄酒行业运营模式

第三节低端红葡萄酒行业分析

- 一、低端红葡萄酒行业概况
- 二、低端红葡萄酒行业运营模式

第五章红葡萄酒产业渠道分析

第一节2014-2018年国内红葡萄酒产品的需求地域分布结构

第二节2014-2018年中国红葡萄酒产品重点区域市场消费情况分析

一、华东

- 1、华东地区红葡萄酒发展概况
- 2、2014-2018年华东地区红葡萄酒市场消费情况

二、中南

- 1、中南地区红葡萄酒发展概况
- 2、2014-2018年中南地区红葡萄酒市场消费情况

三、华北

- 1、华北地区红葡萄酒发展概况
- 2、2014-2018年华北地区红葡萄酒市场消费情况

四、西部

- 1、西部地区红葡萄酒发展概况
- 2、2014-2018年西部地区红葡萄酒市场消费情况

第三节2014-2018年国内红葡萄酒产品的经销模式分析

第四节渠道格局

第五节渠道形式

第六节红葡萄酒行业国际化营销模式分析

第七节2014-2018年国内红葡萄酒产品生产及销售投资运作模式分析

- 一、国内生产企业投资运作模式

二、国内营销企业投资运作模式

三、外销与内销优势分析

第六章中国红葡萄酒企业分析

第一节 拉菲葡萄酒有限公司

一、企业总体概况

二、企业经营产品分析

三、企业竞争优势分析

四、企业经营效益分析

第二节 中粮华夏长城葡萄酒有限公司

一、企业总体概况

二、企业经营产品分析

三、企业竞争优势分析

四、企业经营效益分析

第三节 中法合营王朝葡萄酿酒有限公司

一、企业总体概况

二、企业经营产品分析

三、企业竞争优势分析

四、企业经营效益分析

第四节 威龙葡萄酒股份有限公司

一、企业总体概况

二、企业经营产品分析

三、企业竞争优势分析

四、企业经营效益分析

第五节 甘肃莫高实业发展股份有限公司

一、企业总体概况

二、企业经营产品分析

三、企业竞争优势分析

四、企业经营效益分析

第六节 中信国安葡萄酒业股份有限公司

一、企业总体概况

二、企业经营产品分析

三、企业竞争优势分析

四、企业经营效益分析

第七节 通化葡萄酒股份有限公司

一、企业总体概况

二、企业经营产品分析

三、企业竞争优势分析

四、企业经营效益分析

第八节 北京龙徽酿酒有限公司

一、企业总体概况

二、企业经营产品分析

三、企业竞争优势分析

四、企业经营效益分析

第九节 云南高原葡萄酒有限公司

一、企业总体概况

二、企业经营产品分析

三、企业竞争优势分析

四、企业经营效益分析

第十节 烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司

一、企业总体概况

二、企业经营产品分析

三、企业竞争优势分析

四、企业经营效益分析

第七章红葡萄酒行业相关产业分析

第一节红葡萄酒行业产业链概述

第二节红葡萄酒上游行业发展状况分析

一、上游原材料生产情况分析

二、上游原材料需求情况分析

第三节红葡萄酒下游行业发展情况分析

第四节中国红葡萄酒行业面临的问题

第五节未来几年内中国红葡萄酒行业竞争格局发展趋势分析

第三部分红葡萄酒行业发展前景展望

第八章2019-2025年红葡萄酒行业前景展望与趋势预测

第一节红葡萄酒行业投资价值分析

一、2019-2025年国内红葡萄酒行业盈利能力分析预测

二、2019-2025年国内红葡萄酒行业偿债能力分析预测

三、2019-2025年国内红葡萄酒产品投资收益率分析预测

四、2019-2025年国内红葡萄酒行业运营效率分析预测

第二节2019-2025年国内红葡萄酒行业投资机会分析

- 一、国内强劲的经济增长对红葡萄酒行业的支撑因素分析
- 二、下游行业的需求对红葡萄酒行业的发展因素分析
- 三、红葡萄酒产品相关产业的发展对红葡萄酒行业的带动因素分析

第三节2019-2025年国内红葡萄酒行业投资热点及未来投资方向分析

- 一、产品发展趋势
- 二、价格变化趋势
- 三、用户需求结构趋势

第四节2019-2025年国内红葡萄酒行业未来市场前景预测

- 一、市场规模预测分析
- 二、市场结构预测分析
- 三、市场供需情况预测

第五节我国红葡萄酒产业发展的SWOT分析

- 一、优势分析
- 二、劣势分析
- 三、机会分析
- 四、威胁分析
- 五、政策建议

第九章2019-2025年红葡萄酒行业投资战略研究

第一节2019-2025年中国红葡萄酒行业发展的关键要素

- 一、生产要素
- 二、需求条件
- 三、企业战略、结构与竞争状态
- 四、政府的作用

第二节2019-2025年中国红葡萄酒投资机会分析

- 一、红葡萄酒行业投资前景
- 二、红葡萄酒行业投资区域
- 三、红葡萄酒行业投资吸引力分析

第三节2019-2025年中国红葡萄酒投资风险分析

- 一、技术风险分析
- 二、原材料风险分析
- 三、政策/体制风险分析
- 四、进入/退出风险分析

五、经营管理风险分析

第四节对红葡萄酒项目的投资建议

一、目标群体建议（应用领域）

二、产品分类与定位建议

三、价格定位建议

四、投资区域建议

五、销售渠道建议

六、资本并购重组运作模式建议

八、企业经营管理建议

九、重点客户建设建议

第十章中国红葡萄酒行业经营战略研究

第一节品牌战略思考

一、红葡萄酒企业品牌的重要性

二、实施品牌战略的意义

三、品牌的现状分析

四、红葡萄酒企业的品牌战略

五、品牌战略管理的策略

第二节红葡萄酒企业经营管理策略

一、成本控制策略

二、定价策略

三、竞争策略

四、并购重组策略

五、营销策略

六、人力资源

七、财务管理

八、国际化策略

第三节红葡萄酒行业发展战略研究

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

第四节红葡萄酒行业竞争结构分析

- 一、现有红葡萄酒企业间竞争
- 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

第五节经营策略分析

- 一、功能糖市场细分策略
- 二、市场创新策略
- 三、品牌定位与品类规划
- 四、功能糖新产品差异化战略

第六节红葡萄酒行业投资战略研究

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/407696.html>