

# 2008年中国葡萄酒市场分析及投资发展预测报告

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

《2008年中国葡萄酒市场分析及投资发展预测报告》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/200806/3223.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

### 第一章 2007-2008年中国葡萄酒产业发展环境分析

#### 一、2007-2008年中国经济发展环境分析

- (一) 2007年中国宏观经济运行情况
- (二) 2008年经济增长趋势预测
- (三) 2008年5月PPI涨幅8.2%

#### 二、我国葡萄酒产业政策发展环境分析

- (一) 2008年葡萄酒新标准将执行
- (二) 解析《地理标志产品通化山葡萄酒》标准体系
- (三) 中国葡萄酿酒技术规范

#### 三、我国葡萄酒产业社会环境发展分析

### 第二章 全球葡萄酒产业发展形势分析

#### 一、全球葡萄酒产业发展概况分析

- (一) 新全球葡萄酒发展迅速
- (二) 全球葡萄酒酿造技术向高科技发展
- (三) 全球葡萄酒产业品牌竞争激烈分析

#### 二、全球葡萄酒市场运行状况分析

- (一) 全球葡萄种植面积统计分析
- (二) 2007年全球葡萄酒市场需求状况分析
- (三) 全球葡萄酒市场价格走高分析

#### 三、全球葡萄酒产业主要国家分析

- (一) 法国
- (二) 意大利
- (三) 澳大利亚
- (四) 德国
- (五) 美国

### 第三章 我国葡萄酒产业发展分析

#### 一、我国葡萄酒产业发展概况分析

- (一) 国内葡萄酒产业链已初步形成
- (二) 中国葡萄酒产业进入高速发展期

(三) 我国葡萄种植状况分析

## 二、我国葡萄酒产业发展特点分析

(一) 竞争趋于白热化，终端成为主战场

(二) 结构调整步伐加快，高档化趋势明显

(三) 东西差距缩小，实现增速并驾齐驱

(四) 消费显露成熟，产品评判出现新标准

(五) 中国成为国际葡萄酒关注的焦点

(六) 葡萄酒产销量稳步增长，价格稳定

## 三、我国葡萄酒工业存在的问题与对策分析

## 第四章 我国葡萄酒制造业运行数据统计分析

### 一、2007-2008年5月葡萄酒制造业总体数据分析

(一) 2007年1-12月葡萄酒制造业全部企业数据分析

(二) 2008年1-5月葡萄酒制造业全部企业数据分析

### 二、2007-2008年5月中国不同规模葡萄酒制造企业分析

(一) 2007年1-12月中国不同规模葡萄酒制造企业分析

(二) 2008年1-5月中国不同规模葡萄酒制造企业分析

### 三、2007-2008年5月葡萄酒制造业不同所有制性质企业分析

(一) 2007年1-12月葡萄酒制造业不同所有制性质企业分析

(二) 2008年1-5月葡萄酒制造业不同所有制性质企业分析

## 第五章 我国葡萄酒市场运行态势分析

### 一、我国葡萄酒市场运行状况分析

(一) 中国葡萄酒市场迎来收获季节

(二) 中国葡萄酒三大巨头拓展国际市场

(三) 中国葡萄酒市场出现专卖店新格局

### 二、我国葡萄酒市场发展存在的问题分析

(一) 葡萄酒市场的乱象

(二) 葡萄酒市场四大问题亟待改善

(三) 中国葡萄酒目标市场定位不明

(四) 中国葡萄酒市场缺乏个性的品牌

### 三、我国拓展葡萄酒市场的战略措施分析

- (一) 葡萄酒企业开拓市场的五大策略
- (二) 中国葡萄酒市场发展建议
- (三) 葡萄酒市场实现稳步发展的战略

## 第六章 我国葡萄酒高端市场需求状况分析

### 一、我国葡萄酒高端市场发展状况分析

- (一) 中外葡萄酒对决高端葡萄酒市场
- (二) 国产葡萄酒品牌发力高端市场
- (三) 高端甜葡萄酒掀起争夺战

### 二、我国高端葡萄酒市场需求调查分析

- (一) 消费者购买因素分析
- (二) 收入对消费者购买影响分析
- (三) 品牌对消费者购买影响分析

### 三、我国葡萄酒高端产品市场发展存在的问题分析

## 第七章 我国红葡萄酒以及干葡萄酒产业局势发展动态分析

### 一、我国红葡萄酒产业发展状况分析

- (一) 法国红葡萄酒强势突击中国市场
- (二) “串货”导致红酒低价抛售
- (三) 中国红葡萄酒市场将向高档化发展

### 二、我国干红葡萄酒市场动态分析

- (一) 国内中高档干红葡萄酒市场畅销
- (二) 洋葱、芹菜干红葡萄酒上海受宠
- (三) 未来发展干红葡萄酒文化的前景

### 三、我国红葡萄酒与干红葡萄酒市场比较分析

## 第八章 我国年份酒与庄园酒市场运行状况特点分析

### 一、年份酒

- (一) 自然环境对葡萄酒年份的影响
- (二) 葡萄酒标注假年份利润丰厚
- (三) 2008年将施行年份酒新标准

### 二、庄园酒

- (一) 葡萄酒产业的“庄园”现象
  - (二) 葡萄酒产业庄园运动带来的变局
  - (三) 庄园酒成为企业高端市场的法宝
- 三、我国庄园酒发展建议与对策分析

## 第九章 我国其它葡萄酒市场发展讲解

### 一、甜葡萄酒

- (一) 甜葡萄酒的历史与酿造工艺
- (二) 甜葡萄酒低价出售原因分析
- (三) 甜型葡萄酒企业出路之所在

### 二、冰葡萄酒

- (一) 国产冰葡萄酒进入市场
- (二) 国内冰酒生产工艺的开发
- (三) 国内冰葡萄酒市场潜力大

### 三、白葡萄酒

- (一) 中国酿制白葡萄酒的葡萄品种
- (二) 白葡萄酒与红葡萄酒的区别
- (三) 白葡萄酒的杀菌作用

### 四、起泡葡萄酒

- (一) 起泡葡萄酒的酿造方法
- (二) 细菌对起泡葡萄酒的质量影响
- (三) 未来起泡葡萄酒市场潜力巨大

## 第十章 我国葡萄酒区域产业比较分析

### 一、蓬莱

- (一) 蓬莱葡萄酒产业发展的特色
- (二) 蓬莱葡萄酒产业面临严峻挑战
- (三) 蓬莱葡萄酒产业发展的对策

### 二、烟台

- (一) 烟台葡萄酒市场发展的主要特点
- (二) 烟台葡萄及葡萄酒旅游产业的发展
- (三) 烟台葡萄酒工业发展的问题与差距

(四) 烟台葡萄酒产业未来发展建议

### 三、昌黎

(一) 昌黎县葡萄酒产业发展的环境

(二) 2007-2008年昌黎干红葡萄酒产业概况

(三) 昌黎葡萄酒产区发展的问题剖析

(四) 未来昌黎葡萄酒业发展的工作重点

### 四、甘肃

(一) 甘肃省葡萄资源优势明显

(二) 甘肃省葡萄酒企业发展状况

(三) 未来几年甘肃省葡萄酒产销量

### 五、新疆

(一) 新疆葡萄种植业发展概况

(二) 新疆葡萄酒市场不景气

(三) 浅析原料产地争夺战打破新疆葡萄酒格局

## 第十一章 我国主要葡萄酒重点企业分析

### 一、张裕葡萄酿酒股份有限公司

(一) 企业基本概况分析

(二) 企业发展战略分析

(三) 未来企业发展规划分析

### 二、中粮华夏长城葡萄酒有限公司

(一) 企业基本概况分析

(二) 企业发展战略分析

(三) 未来企业发展规划分析

### 三、中法合营王朝葡萄酿酒有限公司

(一) 企业基本概况分析

(二) 企业发展战略分析

(三) 未来企业发展规划分析

### 四、新天国际葡萄酒业有限公司

(一) 企业基本概况分析

(二) 企业发展战略分析

(三) 未来企业发展规划分析

## 五、通化葡萄酒股份有限公司

- (一) 企业基本概况分析
- (二) 企业发展战略分析
- (三) 未来企业发展规划分析

## 第十二章 我国葡萄酒营销渠道与策略分析

### 一、国内外葡萄酒营销状况分析

- (一) 浅析法系葡萄酒在国内市场营销谋变
- (二) 澳洲虎葡萄酒的创新营销模式分析
- (三) 剖析国内外葡萄酒营销文化的差异
- (四) 中国葡萄酒业营销的八点建议

### 二、我国葡萄酒营销渠道分析

- (一) 中国葡萄酒市场运营模式
- (二) 中国葡萄酒的新营销流通趋势
- (三) 第三方独立营销商和营销网络
- (四) 红酒分渠道亟待解决的四大问题
- (五) 夜场在葡萄酒区域市场开发中的作用

### 三、我国葡萄酒营销策略分析

- (一) 品牌营销策略分析
- (二) 葡萄酒包装策略
- (三) 葡萄酒专卖店的营销战略
- (四) 葡萄酒促销策略分析

## 第十三章 2008-2010年中国葡萄酒业发展趋势及投资分析

### 一、2008-2010年中国葡萄酒行业发展前景趋势预测分析

- (一) 中国葡萄酒市场中长期的消费趋势
- (二) 未来葡萄酒产业将进入快速增长期
- (三) 国内葡萄酒产业已呈现四大发展趋势

### 二、我国葡萄酒行业投资环境分析

### 三、我国葡萄酒行业投资周期分析

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200806/3223.html>