

2008年中国葡萄酒市场分析及投资前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2008年中国葡萄酒市场分析及投资前景预测报告》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/200807/3511.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中国葡萄酒行业现状

第一节 葡萄酒的概念及分类

一、产地概念

二、葡萄酒的年份概念

三、葡萄酒的树龄概念

第二节 2007-2008年中国葡萄酒行业经济运行情况分析

一、2007-2008年中国葡萄酒制造业规模变化及趋势分析

(一) 行业产值规模及变化趋势分析

(二) 行业资产规模及变化趋势分析

二、2007-2008年销售情况变化及趋势分析

(一) 销售收入变化及趋势分析

(二) 销售成本变化及趋势分析

(三) 销售费用变化及趋势分析

(四) 销售税金及附加变化及趋势分析

三、2007-2008年葡萄酒制造业盈利变化趋势分析

四、2007-2008年葡萄酒制造业企业变化趋势分析

(一) 企业数量变化趋势分析

(二) 亏损企业数量变化趋势分析

(三) 从业人员变化趋势分析

五、2007-2008年中国葡萄酒制造业管理费用变化趋势分析

(一) 管理费用趋势变化分析

(二) 财务费用趋势变化分析

(三) 税金总额趋势变化分析

第三节 2007-2008年葡萄酒产业结构及变化趋势

一、2007-2008年大型企业发展分析

二、2007-2008年中型企业发展分析

三、2007-2008年小型企业发展分析

第二章 2007-2008年中国葡萄酒对外贸易分析

第一节 进口情况

一、我国葡萄酒的进口情况

- 二、2007年我国葡萄酒进口特点分析
- 三、2007年我国葡萄酒进口持续增长原因分析
- 四、2007年我国葡萄酒进口价格情况

第二节 出口情况

第三章 2007-2008年中国葡萄酒行业发展及预测

第一节 2007-2008年葡萄酒产品产量

- 一、总体情况分析
- 二、2007-2008年葡萄酒产品分地区产量分析
 - (一) 2007-2008年北京葡萄酒产品产量
 - (二) 2007-2008年上海葡萄酒产品产量
 - (三) 2007-2008年天津葡萄酒产品产量
 - (四) 2007-2008年河北省葡萄酒产品产量
 - (五) 2007-2008年吉林省葡萄酒产品产量
 - (六) 2007-2008年山东省葡萄酒产品产量

第二节 2007年中国葡萄酒行业特点分析

- 一、我国葡萄酒行业特点
- 二、行业集中度分析
- 三、中国葡萄酒业的发展方向

第四章 葡萄酒区域市场

第一节 华东地区葡萄酒市场

- 一、行业规模
- 二、成长性
- 三、经营能力
- 四、盈利能力
- 五、偿债能力

第二节 华南地区葡萄酒市场运行情况分析

- 一、行业规模
- 二、成长性
- 三、经营能力
- 四、盈利能力

五、偿债能力

第三节 华北地区葡萄酒市场

一、行业规模

二、成长性

三、经营能力

四、盈利能

五、偿债能力

第四节 东北地区

一、行业规模

二、成长性

三、经营能力

四、盈利能力

五、偿债能力

第五节 西北地区葡萄酒市场运行情况分析

一、行业规模

二、成长性

三、经营能力

四、盈利能力

五、偿债能力

第六节 西南地区葡萄酒市场

一、行业规模

二、成长性

三、经营能力

四、盈利能力

五、偿债能力

第七节 葡萄酒行业省市运行情况分析

一、2007年北京葡萄酒市场分析

二、2007年天津葡萄酒市场分析

三、2007年河北葡萄酒市场分析

四、2007年山西葡萄酒市场分析

五、2007年辽宁葡萄酒市场分析

六、2007年吉林葡萄酒市场分析

- 七、2007年黑龙江葡萄酒市场分析
- 八、2007年上海葡萄酒市场分析
- 九、2007年安徽葡萄酒市场分析
- 十、2007年福建葡萄酒市场分析
- 十一、2007年山东葡萄酒市场分析
- 十二、2007年河南葡萄酒市场分析
- 十三、2007年湖南葡萄酒市场分析
- 十四、2007年广东葡萄酒市场分析
- 十五、2007年广西葡萄酒市场分析
- 十六、2007年云南葡萄酒市场分析
- 十七、2007年甘肃葡萄酒市场分析
- 十八、2007年宁夏葡萄酒市场分析
- 十九、2007年新疆葡萄酒市场分析

第五章 葡萄酒的消费市场分析

第一节 葡萄酒市场需求分析

- 一、中国葡萄酒市场总体情况
- 二、国内葡萄酒市场需求情况分析

第二节 葡萄酒消费市场面临的问题分析

- 一、葡萄酒原料与生产脱节 137
- 二、假冒伪劣盛行
- 三、促进葡萄酒消费市场的繁荣

第三节 中国主要葡萄酒消费地区分析

一、北京葡萄酒市场

- (一) 市场分析
- (二) 消费特征分析
- (三) 竞争层面分析

二、武汉葡萄酒市场

三、深圳葡萄酒市场

四、广州葡萄酒市场

五、青岛葡萄酒市场

六、重庆葡萄酒市场调查

- 七、广西葡萄酒市场调查
- 八、福建省葡萄酒市场调查
- 九、新疆省葡萄酒市场调查
- 十、上海葡萄酒市场

第六章 我国葡萄酒行业原材料供应-葡萄基地建设情况

第一节 我国葡萄种植区域优劣分析

一、全国九大葡萄产区

- 1、东北产地
- 2、渤海湾产地
- 3、沙城产地
- 4、清徐产地
- 5、银川产地
- 6、武威产地
- 7、吐鲁番产地
- 8、黄河故道产地
- 9.云南高原产地

二、胶东半岛产区

- 1、烟台产地
- 2、青岛产地

三、其他产区

- 1、甘肃产地
- 2、武威地区
- 3、宁夏贺兰山地
- 4、秦皇岛昌黎产地
- 5、天津产地
- 6、新疆产地

四、葡萄最佳生态区

第二节 中国葡萄酒酿酒基地竞争格局

一、基地市场格局

- 1、西域天山及吐鲁番片
- 2、贺兰片

- 3、云南高原片
- 4、黄淮片
- 5、长白山片
- 6、怀柔片
- 7、昌黎片
- 8、胶东半岛片

二、主要葡萄酒生产厂家本部市场布局分析

第三节 中国主要葡萄酒酿酒产地分析

- 一、胶东半岛
- 二、黄河故道
- 三、河北昌黎地区
- 四、天津地区
- 五、河北沙城
- 六、宁夏贺兰山
- 七、甘肃武威
- 八、新疆地区
- 九、云南地区
- 十、东北产地

第四节 我国酿酒葡萄种植面积、品种结构情况

第七章 葡萄酒营销分析

第一节 葡萄酒行业的销售渠道分析

- 一、区域代理
- 二、弱势品牌操作模式
- 三、买断品牌

第二节 洋酒进入中国市场营销谋略分析

- 一、洋葡萄酒中国市场策略分析
- 二、进口葡萄酒营销战略分析与预测

第三节 中国葡萄酒攻防策略分析

- 一、我国高端葡萄酒产品策略
- 二、中国葡萄酒市场终端策略

第四节 国产葡萄酒市场运营模式分析

第五节 2007年中国葡萄酒业营销策略分析

一、葡萄酒行业的市场整合策略分析

二、葡萄酒行业的质量方略

三、葡萄酒行业的品牌整合策略分析

四、葡萄酒行业的文化营销策略分析

五、葡萄酒行业的入世策略分析

第六节 中外葡萄酒市场竞争对比分析

一、国产干红市场竞争力分析

二、洋葡萄酒市场竞争力分析

三、国产葡萄酒消费能力分析

第八章 中国葡萄酒产业竞争

第一节 葡萄酒业的竞争态势

第二节 目前影响我国葡萄酒产业竞争力的因素

第九章 烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司

第一节 公司基本情况

一、公司简介

二、主要产品

第二节 张裕葡萄酒经营状况分析

一、2007年主营业务经营状况分析

二、销售与市场经营分析

三、市场分布及发展策略分析

第三节 张裕葡萄酒竞争优势劣势分析

一、竞争优势分析

二、竞争劣势分析

第十章 中粮酒业有限公司

第一节 基本情况

第二节 中国长城葡萄酒有限公司

一、公司简介

二、主要产品

第三节 烟台中粮葡萄酒有限公司

一、企业介绍

二、主要产品

三、战略动态

第四节 华夏葡萄酒有限公司

一、公司简介

二、主要产品

三、竞争力分析

第十一章 中法王朝葡萄酒有限公司

第一节 企业基本情况

一、公司简介

二、主要产品

第二节 王朝葡萄酒生产经营及市场策略分析

一、经营状况分析

二、经营策略分析

三、发展战略分析

四、生产能力分析

五、市场竞争策略分析

第十二章 通化葡萄酒股份有限公司

第一节 公司概况

一、公司简介

二、主要产品

第二节 生产经营情况及策略分析

第十三章 新天国际酒业有限公司

第一节 公司概况

一、公司简介

二、产业现状分析

三、主要产品

第二节 生产经营情况及策略分析

- 一、营销策略分析
- 二、发展方向
- 三、经营状况

第十四章 中国葡萄酒加入WTO后竞争分析

第一节 2008-2009年我国葡萄酒产业发展趋势

- 一、葡萄酒将进入“流金岁月”
- 二、葡萄酒高端发展趋势
- 三、葡萄酒竞争惨烈趋势
- 四、葡萄酒产销增长、价格上涨趋势
- 五、葡萄酒产业多元化趋势

第二节 中国葡萄酒国际化趋势分析

- 一、中国葡萄酒国际化趋势分析
- 二、2008中国葡萄酒市场消费趋势

第三节 WTO与中国葡萄酒业

- 一、加入WTO洋葡萄酒中国市场分析
- 二、洋葡萄酒终端营销策略分析

第十五章 2008年中国葡萄酒行业及关联产业走向及预测

第一节 葡萄酒市场走向及预测

- 一、葡萄酒厂家分级管理制度
- 二、酒庄建设情况
- 三、葡萄酒市场格局分析
- 四、葡萄酒厂商技术竞争分析
- 五、葡萄酒原料问题分析
- 六、行业整体竞争力分析

第二节 2008年葡萄酒及关联产业分析及预测

- 一、产量分析
- 二、价格分析
- 三、原料供应预测
- 四、产业格局预测
- 五、行业效益预测

六、2008年中国葡萄酒趋势

第十六章 我国葡萄酒产业发展的政策环境

第一节 葡萄酒的相关政策分析

- 一、进口葡萄酒关税将会继续下调
 - 二、国家税收政策对中国葡萄酒产业发展的影响分析
 - 三、山葡萄酒行业标准的分析
- #### 第二节 2007年宏观经济政策对葡萄酒业的影响分析
- 一、财政政策对葡萄酒业的影响
 - 二、货币政策对葡萄酒业的影响
 - 三、食品安全政策对葡萄酒业的影响
 - 四、餐饮业管理规范对葡萄酒业的影响
 - 五、新农村政策对葡萄酒业的影响
 - 六、进一步对外开放政策对葡萄酒业的影响

第十七章 我国葡萄酒产业发展的生产技术环境

第一节 葡萄酒的生物技术链

- 一、葡萄酒的特性
 - (一) 多样性
 - (二) 变化性
 - (三) 复杂性
 - (四) 不稳定性
 - (五) 自然特性
- 二、葡萄酒的质量
- 三、葡萄酒的生物技术链
- 四、葡萄酒酿造
- 五、发酵
- 六、葡萄酒的稳定和成熟
- 七、橡木桶与葡萄酒
 - (一) 橡木桶对葡萄酒感官质量的影响
 - (二) 橡木桶在干白葡萄酒酿造和陈酿过程中的应用
 - (三) 橡木桶在红葡萄酒陈酿中的应用

第二节 葡萄酒包装技术分析

第十八章 国际葡萄酒市场

第一节 国际葡萄酒产业现状及趋势

一、国际葡萄酒消费量分析

二、国际葡萄酒消费量预测

第二节 2010-2012年国际葡萄酒市场分析及预测

一、2010年中国葡萄酒的消费总量预测

二、2010年中国葡萄酒产量预测

三、2010年我国葡萄酒消费结构预测

四、2012年澳洲葡萄酒行业销售额预测

五、2010年印度国内葡萄酒消费量预测

第三节 2007-2008国际葡萄酒市场动态分析

一、南非市场

二、法国市场

三、澳大利亚市场

第四节 国际葡萄酒原料供应分析及预测

一、国际葡萄酒主要生产国分析

二、2008年国际葡萄酒主要生产国产量预测

三、葡萄种植面积

四、葡萄酒

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200807/3511.html>