

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

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>