

# 2009年中国葡萄酒行业市场分析 及投资趋势展望报告

## 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

《2009年中国葡萄酒行业市场分析及投资趋势展望报告》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/200901/9997.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 2008年中国葡萄酒行业运行环境分析

#### 一、2008年中国经济发展环境分析

- (一) 2008年前三季度经济运行情况
- (二) 全球金融危机对中国产业格局影响
- (三) 中国应对金融危机的措施

#### 二、2008年中国葡萄酒行业政策环境分析

- (一) 国际葡萄酒标准情况
- (二) 中国葡萄酒产业政策的制定及执行情况
- (三) 相关政策法规

#### 三、2008年中国葡萄酒行业发展社会环境分析

### 第二章 2008年国际葡萄酒行业发展状况分析

#### 一、2008年全球葡萄酒行业发展概况

- (一) 全球葡萄酒业发展回顾
- (二) 全球葡萄酒发展迅速
- (三) 国际葡萄酒酿造技术向高科技发展

#### 二、2008年全球葡萄酒市场分析

- (一) 全球葡萄酒市场状况
- (二) 全球葡萄酒消费概况

#### 三、2009-2012年全球葡萄酒行业发展趋势分析

### 第三章 2008年全球主要国家葡萄酒行业运行情况解析

#### 一、法国

- (一) 法国葡萄酒的起源与发展
- (二) 法国葡萄酒产业品牌与文化的融合
- (三) 法国葡萄酒产业挑战欧盟改革
- (四) 法国葡萄酒加大在中国的推广力度

#### 二、意大利

- (一) 意大利葡萄酒原材料概述
- (二) 意大利葡萄酒的发展史
- (三) 意大利主要葡萄酒产区介绍

#### （四）意大利葡萄酒产品的分级

### 三、澳大利亚

#### （一）澳大利亚葡萄酒产业发展综述

#### （二）澳大利亚葡萄酒的品种与生产企业

#### （三）澳大利亚葡萄酒对华出口增长迅猛

### 四、德国

#### （一）德国葡萄酒产业的文化及地位

#### （二）德国葡萄酒产业的主要特点

#### （三）浅析德国雷司令葡萄酒的革命

#### （四）德国葡萄酒行业法规急待维新

#### （五）未来德国葡萄酒发展前景看好

### 五、美国

#### （一）美国葡萄酒的发展史

#### （二）美国葡萄酒命名原则探究

#### （三）美国葡萄酒消费量连续13年增长

#### （四）2010年美国将成全全球最大的葡萄酒市场

### 六、西班牙

#### （一）西班牙葡萄酒产区介绍

#### （二）西班牙葡萄酒产业的发展环境

#### （三）西班牙葡萄酒产业的四次革命

#### （四）西班牙葡萄酒产业国际市场的开拓

#### （五）西班牙欲做全球最大葡萄酒出口国

### 七、智利

#### （一）智利葡萄与葡萄酒产业发展简述

#### （二）智利瓶装葡萄酒出口增长迅速

#### （三）智利葡萄酒出口分析

#### （四）智利葡萄酒试图进军高端市场

#### （五）智利葡萄酒大力开拓中国市场

#### （六）两大因素阻碍智利葡萄酒业发展

### 八、其他国家国家

#### （一）奥地利葡萄酒产区介绍

#### （二）葡萄牙主要葡萄酒产区

### （三）加拿大葡萄酒概况与产地

## 第四章 2008年中国葡萄酒行业发展形势分析

### 一、2008年中国葡萄酒行业运行概述

- （一）中国葡萄酒行业的发展进程
- （二）国内葡萄酒产业链已初步形成
- （三）中国葡萄酒产业进入高速发展期

### 二、2008年中国葡萄酒行业分析

- （一）葡萄酒行业总体回顾
- （二）葡萄酒行业发展简况
- （三）葡萄酒产量数据分析

### 三、2008年中国葡萄酒工业存在的问题与对策

- （一）浅析国内葡萄酒行业的四大问题
- （二）制约葡萄酒业发展的瓶颈及对策
- （三）中国葡萄酒工业的发展战略
- （四）中国葡萄酒产业需适度发展
- （五）葡萄酒工业的生命是成长性

## 第五章 2007-2008年中国葡萄酒制造业运行数据统计分析

### 一、2007-2008年葡萄酒制造业总体数据分析

- （一）2007年葡萄酒制造业全部企业数据分析
- （二）2008年葡萄酒制造业全部企业数据分析

### 二、2007-2008年中国不同规模葡萄酒制造企业数据

- （一）2007年中国不同规模葡萄酒制造企业数据分析
- （二）2008年中国不同规模葡萄酒制造企业数据分析

### 三、2007-2008年葡萄酒制造业不同所有制性质企业数据

- （一）2007年葡萄酒制造业不同所有制性质企业数据
- （二）2008年葡萄酒制造业不同所有制性质企业数据

### 四、2008年中国葡萄酒相关行业产品进出口分析

## 第六章 2008年中国葡萄酒市场运行动态分析

### 一、2008年中国葡萄酒市场总体情况

- (一) 简述中国葡萄酒市场的发展
- (二) 中国葡萄酒市场迎来收获季节
- (三) 中国葡萄酒三大巨头拓展国际市场
- (四) 中国葡萄酒市场出现专卖店新格局
- 二、2008年中国葡萄酒市场消费状况分析
  - (一) 中国葡萄酒消费状况分析
  - (二) 餐饮终端市场葡萄酒消费特点
  - (三) 浅析国内葡萄酒的消费误区
  - (四) 影响葡萄酒消费的三点因素
  - (五) 中国葡萄酒市场消费潜力大
- 三、2008年中国葡萄酒市场存在的问题分析
  - (一) 葡萄酒市场的乱象
  - (二) 中国葡萄酒十几年来增销缓慢
  - (三) 葡萄酒市场四大问题亟待改善
  - (四) 中国葡萄酒市场供求矛盾突出
  - (五) 中国葡萄酒目标市场定位不明
  - (六) 中国葡萄酒市场缺乏个性的品牌
- 四、2008年中国拓展葡萄酒市场的战略措施
  - (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

## 第七章 2008年中国葡萄酒市场营销策略分析

- 一、2008年国内外葡萄酒营销分析
  - (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、2008年中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、2008年主要葡萄酒品牌市场营销策略

(一) 长城营销策略

(二) 张裕营销策略

(三) 王朝营销策略

### 四、2008年中国葡萄酒品牌营销策略分析

(一) 葡萄酒品牌的价值分析

(二) 品牌的内在属性构成

(三) 品牌营销的结构剖析

(四) 中国葡萄酒品牌营销误区

(五) 中国葡萄酒副品牌的开发策略

(六) 葡萄酒高端产品品牌策略分析

### 五、2008年中国葡萄酒包装策略分析

(一) 国外葡萄酒包装概况

(二) 中国葡萄酒包装期待变革

(三) 中国葡萄酒包装发展趋势预测

### 六、2008年中国葡萄酒其它营销策略分析

(一) 葡萄酒企业文化营销模式探析

(二) 葡萄酒专卖店的营销战略

(三) 量产葡萄酒的营销策略

(四) 酒类商品的节日营销策略分析

(五) 葡萄酒超市营销渠道运作流程

(六) 葡萄酒促销策略分析

## 第八章 2008年中国葡萄酒高端市场运行态势分析

### 一、2008年中国葡萄酒高端市场状况分析

(一) 探究葡萄酒高端产品

(二) 浅谈中国高端葡萄酒市场的发展

(三) 中外葡萄酒对决高端葡萄酒市场

(四) 国产葡萄酒品牌发力高端市场

(五) 高端甜葡萄酒掀起争夺战

(六) 期酒搅热国内高端葡萄酒市场

## 二、2008年中国葡萄酒高端市场战略剖析

(一) 国产葡萄酒推出高端新品的原因

(二) 发展中国高端葡萄酒市场的措施

(三) 解析葡萄酒高端产品的营销策略

## 三、2009-2012年中国葡萄酒高端市场前景分析

(一) 未来高端葡萄酒还有提高空间

(二) 高端商务葡萄酒市场容量巨大

(三) 未来高档葡萄酒的前景相当可观

(四) 高档葡萄酒销售渠道日渐完善

## 第九章 2008年中国红葡萄酒行业市场运行态势分析

### 一、红葡萄酒特性

(一) 酿红葡萄酒的葡萄品种

(二) 红葡萄酒的健康功效

(三) 影响红葡萄酒颜色的因素

### 二、红葡萄酒生产工艺

(一) 传统发酵

(二) 旋转罐法

(三) 二氧化碳浸渍法

(四) 其他方法

### 三、2008年中国红葡萄酒的市场概况与前景

(一) 全球红葡萄酒生产过剩冲击南非市场

(二) 法国红葡萄酒强势突击中国市场

(三) “串货”导致红酒低价抛售

(四) 中国红葡萄酒市场将向高档化发展

## 第十章 2008年中国干葡萄酒行业市场运行走势分析

### 一、干红葡萄酒的相关特性

(一) 干红葡萄酒简介

(二) 干红葡萄酒的生产工艺

(三) 干红葡萄酒酿造中橡木的使用



## 二、2008年中国干红葡萄酒市场分析

- (一) 浅析中国干红葡萄酒不逊洋品牌
- (二) 国内中高档干红葡萄酒市场畅销
- (三) 洋葱、芹菜干红葡萄酒上海受宠
- (四) 中国与法国合作推广干红葡萄酒
- (五) 未来发展干红葡萄酒文化的前景

## 三、2008年中国干白葡萄酒概述

- (一) 干白葡萄酒的酿造
- (二) 干白葡萄酒的酿造控制工艺
- (三) 优质干白葡萄酒酿造工艺要求
- (四) 干白葡萄酒的营养和消费情况
- (五) 国内干白葡萄酒市场逐渐回暖

## 第十一章 2008年中国年份酒市场运行情况透析

### 一、年份酒概述

- (一) 葡萄酒年份细说
- (二) 自然环境对葡萄酒年份的影响
- (三) 年份酒的误解与真相

### 二、2008年中国年份酒发展现状分析

- (一) 葡萄酒标注假年份利润丰厚
- (二) 年份乱引发葡萄酒行业反省
- (三) 2008年将施行年份酒新标准

### 三、2009-2012年中国年份酒行业趋势分析

## 第十二章 2008年中国庄园酒市场运行状况浅析

### 一、关于庄园酒

- (一) 葡萄酒庄园和庄园酒
- (二) 庄园葡萄酒的类型
- (三) 剖析庄园酒的中国概念

### 二、2008年中国庄园酒发展的总体概况

- (一) 葡萄酒产业的“庄园”现象
- (二) 中国庄园酒发展的总体回顾

- (三) 葡萄酒产业庄园运动带来的变局
- (四) 庄园酒成为企业高端市场的法宝
- (五) 庄园酒及其行业问题剖析
- (六) 中国或将迎来庄园酒时代

### 三、2008年中国庄园酒发展建议与对策

- (一) 适当发展葡萄酒庄意义重大
- (二) 庄园葡萄酒要向特色化发展
- (三) 通过“酒庄联盟”推动产业健康发展
- (四) 庄园酒给葡萄酒企业带来的思考
- (五) 浅析庄园酒的营销传播策略
- (六) 发展中国庄园酒产业的其他策略

## 第十三章 2008年中国其它葡萄酒市场研究

### 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) 冰葡萄酒的概念
- (二) 国内外冰酒品牌盘点
- (三) 国产冰葡萄酒进入市场
- (四) 国内冰酒生产工艺的开发
- (五) 国内冰葡萄酒市场潜力大

### 三、白葡萄酒

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

### 四、起泡葡萄酒

- (一) 起泡葡萄酒介绍
- (二) 起泡葡萄酒的酿造方法
- (三) 细菌对起泡葡萄酒的质量影响

(四) 未来起泡葡萄酒市场潜力巨大

## 五、新型葡萄酒简介

(一) 红米葡萄酒

(二) 富香葡萄酒

(三) 大蒜葡萄酒

(四) 西瓜葡萄酒

(五) 无酒精葡萄酒

(六) 罐装葡萄酒

## 第十四章 2008年中国葡萄酒行业市场竞争格局分析

### 一、2008年中国影响葡萄酒产品竞争力的因素

(一) 葡萄酒的品牌

(二) 葡萄酒的市场价格

(三) 葡萄酒的销售策略

### 二、2008年中国葡萄酒区域产业格局分析

(一) 蓬莱

(二) 昌黎

(三) 甘肃

(四) 新疆

### 三、2008年中国提高竞争力的建议与对策

(一) 中国葡萄酒产业需实现国际化

(二) 提高葡萄酒行业竞争力的方略

(三) 应提高葡萄酒企业的核心竞争力

## 第十五章 中国主要葡萄酒生产企业分析

### 一、烟台张裕集团有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况分析

(三) 企业竞争力分析

### 二、中粮华夏长城葡萄酒有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况分析

### （三）企业竞争力分析

## 三、中法合营王朝葡萄酒有限公司

### （一）企业概况

### （二）企业经营状况分析

### （三）企业竞争力分析

## 四、新天国际葡萄酒业有限公司

### （一）企业概况

### （二）企业经营状况分析

### （三）企业竞争力分析

## 五、通化葡萄酒股份有限公司

### （一）企业概况

### （二）企业经营状况分析

### （三）企业竞争力分析

## 第十六章 2009-2012年中国葡萄酒行业发展及投资前景分析

### 一、2009-2012年中国葡萄酒行业发展前景分析

#### （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

#### （四）“十一五”葡萄酒业及长远的发展环境

### 二、2009-2012年中国葡萄酒行业市场预测分析

#### （一）市场供给预测分析

#### （二）市场需求预测分析

#### （三）市场进出口预测分析

### 三、2009-2012年中国葡萄酒产业投资分析

#### （一）葡萄酒行业投资前景看好

#### （二）解析投资酒行业需要注意的问题

#### （三）葡萄酒行业的投资要领

#### （四）投资葡萄酒行业亟需注意的问题

#### （五）投资国内葡萄酒产业的若干建议

图表目录（部分）：

图表：2006-2008年三季度中国GDP增长情况

图表：2008年前三季度中国三大产业结构

图表：2003-2008年中国工业增加值增长率

图表：2005-2008年中国固定资产投资及消费品零售增长情况

图表：2007年9月-2008年9月中国CPI、PPI走势

图表：2008年1-9月中国外贸增长情况

图表：2008年1-9月份我国部分行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份我国周期性行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长（同比增长率%）

图表：近期公布的刺激经济的政策一览表

图表：提高出口退税率的商品清单

图表：略&hellip;&hellip;

更多图表见报告正文

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200901/9997.html>