

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

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：提高出口退税率的清单

图表：略……

更多图表见报告正文

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