

2011-2015年中国葡萄酒行业深度调研与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2011-2015年中国葡萄酒行业深度调研与投资前景研究报告》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.bosidata.com/yanjiu1103/26802915L7.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2011-03-11

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2011-2015年中国葡萄酒行业深度调研与投资前景研究报告》共八章。首先介绍了中国葡萄酒行业的概念，接着分析了中国葡萄酒行业发展环境，然后对中国葡萄酒行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国葡萄酒行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国葡萄酒行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

葡萄酒是用新鲜的葡萄或葡萄汁经发酵酿成的酒精饮料。通常分红葡萄酒和白葡萄酒两种。前者是红葡萄带皮浸渍发酵而成；后者是葡萄汁发酵而成的。以成品颜色来说，可分为红葡萄酒、白葡萄酒及粉红葡萄酒三类。其中红葡萄酒又可细分为干红葡萄酒、半干红葡萄酒、半甜红葡萄酒和甜红葡萄酒，白葡萄酒则细分为干白葡萄酒、半干白葡萄酒、半甜白葡萄酒和甜白葡萄酒。

第一章 国产品牌葡萄酒发展环境分析

第一节 国内葡萄酒经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2011年中国葡萄酒经济发展预测分析

第二节 中国葡萄酒行业政策环境分析

第二章 中国葡萄酒市场规模分析

第一节 2008-2010年中国葡萄酒市场规模分析

第二节 2010年我国葡萄酒区域结构分析

第三节 中国葡萄酒区域市场规模分析

一、东北地区市场规模分析

二、华北地区市场规模分析

三、华东地区市场规模分析

四、华中地区市场规模分析

五、华南地区市场规模分析

六、西部地区市场规模分析

第四节 2011-2015年中国葡萄酒市场规模预测

第三章 中国葡萄酒需求与消费者偏好调查

第一节 2008-2010年中国葡萄酒产量统计分析

第二节 2008-2010年中国葡萄酒历年消费量统计分析

第三节 葡萄酒产品目标客户群体调查

一、不同收入水平消费者偏好调查

二、不同年龄的消费者偏好调查

三、不同地区的消费者偏好调查

第四节 葡萄酒产品的品牌市场调查

一、消费者对葡萄酒品牌认知度宏观调查

二、消费者对葡萄酒产品的品牌偏好调查

三、消费者对葡萄酒品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、葡萄酒品牌忠诚度调查

六、葡萄酒品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第五节 不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

五、包装的影响程度

第四章 国产品牌葡萄酒市场价格分析

第一节 价格形成机制分析

第二节 2008-2010年国产品牌葡萄酒平均价格趋向势分析

第三节 2011-2015年国产品牌葡萄酒价格趋向预测分析

第五章 国产葡萄酒优势品牌企业分析

第一节 长城（中粮酒业有限公司）

一、企业概况

二、企业经营状况

三、品牌市场份额

四、品牌竞争策略

第二节 张裕（烟台张裕葡萄酒股份有限公司）

一、企业概况

二、企业经营状况

三、品牌市场份额

四、品牌竞争策略

第三节 王朝（中法合营王朝葡萄酿酒有限公司）

一、企业概况

二、企业经营状况

三、品牌市场份额

四、品牌竞争策略

第四节 通化（通化葡萄酒股份有限公司）

一、企业概况

二、企业经营状况

三、品牌市场份额

四、品牌竞争策略

第五节 威龙（烟台威龙葡萄酒股份有限公司）

一、企业概况

二、企业经营状况

三、品牌市场份额

四、品牌竞争策略

第六节 新天（新天国际葡萄酒业）

一、企业概况

二、企业经营状况

三、品牌市场份额

四、品牌竞争策略

第七节 丰收（北京丰收葡萄酒有限公司）

一、企业概况

二、企业经营状况

三、品牌市场份额

四、品牌竞争策略

第八节 紫轩（甘肃紫轩酒业有限公司）

一、企业概况

二、企业经营状况

三、品牌市场份额

四、品牌竞争策略

第九节 香格里拉（云南香格里拉酒业股份有限公司）

一、企业概况

二、企业经营状况

三、品牌市场份额

四、品牌竞争策略

第十节 龙徽（北京龙徽酿酒有限公司）

一、企业概况

二、企业经营状况

三、品牌市场份额

四、品牌竞争策略

第六章 国产品牌葡萄酒竞争格局分析

第一节 葡萄酒行业历史竞争格局概况

一、葡萄酒行业集中度分析

二、葡萄酒行业竞争程度分析

第二节 葡萄酒行业企业竞争状况分析

一、领导企业的市场力量

二、其他企业的竞争力

第七章 2011-2015年国产品牌葡萄酒发展预测

第一节 2011-2015年葡萄酒行业产量预测

第二节 2011-2015年葡萄酒行业总资产预测

第三节 2011-2015年葡萄酒行业工业总产值预测

第四节 2011-2015年葡萄酒行业销售收入预测

第八章 2011-2015年我国葡萄酒行业投资价值与投资策略分析

第一节 行业SWOT模型分析

一、优势分析

二、劣势分析

三、机会分析

四、风险分析

第二节 葡萄酒行业投资价值分析

一、行业盈利能力

二、行业偿债能力

三、行业发展能力

第三节 2011-2015年国产品牌葡萄酒投资风险预警

一、金融危机风险预警

二、行业竞争风险预警

三、技术风险预警

四、经营管理风险预警

第四节 葡萄酒行业投资策略分析

一、重点投资品种分析

二、重点投资地区分析

图表目录（部分）：

图表2005-2010年上半年国内生产总值

图表2005-2010年上半年居民消费价格涨跌幅度

图表2010年上半年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表2005-2010年上半年国家外汇储备

图表2005-2010年上半年财政收入

图表2005-2010年上半年全社会固定资产投资

图表2010年上半年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表2010年上半年固定资产投资新增主要生产能力

图表 ……

更多图表详见正文……

本研究报告数据主要采用国家统计数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据

主要来自于各类市场监测数据库。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/yanjiu1103/26802915L7.html>