

# 2013-2018年中国葡萄酒市 场分析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](http://www.bosidata.com)

## 报告报价

《2013-2018年中国葡萄酒市场分析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/yanjiu1310/M46510XBF7.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2013-10-24

【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

## 报告说明:

博思数据发布的《2013-2018年中国葡萄酒市场分析与投资前景研究报告》共二十章。首先介绍了葡萄酒相关概述、中国葡萄酒市场运行环境等，接着分析了中国葡萄酒市场发展的现状，然后介绍了中国葡萄酒重点区域市场运行形势。随后，报告对中国葡萄酒重点企业经营状况分析，最后分析了中国葡萄酒行业发展趋势与投资预测。您若想对葡萄酒产业有个系统的了解或者想投资葡萄酒行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

2012年7月1日，由国家工信部颁布的《葡萄酒行业准入条件》开始施行。“准入条件”对葡萄酒生产的企业布局与规模、原料保障、工艺与装备、质量安全、节能降耗等方面做出了详细说明，将有助于对国内葡萄酒企业规范管理，促进行业良性发展。

其中有一条“准入条件”值得业界注意：以鲜葡萄或葡萄汁为原料生产葡萄酒产品的新建企业，其年生产能力应不低于1000千升。仅这一项，就将不少投资者拒之门外。“准入条件”的实施，无疑将给进入葡萄酒生产行业的资本设置一个较高的门槛。受此影响，将加快一些大品牌兼并、收购小公司。预计2013年，葡萄酒行业的参与者还将进一步减少。

而在进口葡萄酒方面，由于一直以来缺少相关法律法规监管，存在着以次充好、贴牌等诸多问题，“准入条件”的实行，有望加速行业洗牌，提升葡萄酒文化推广力度，净化葡萄酒消费市场，利好行业长远健康的发展。

目前，国内主要的葡萄酒消费市场主要集中在北京、上海、杭州、广州、深圳等东南沿海城市，但随着这些城市消费市场的日益饱和，其发展空间已愈来愈有限。今后两年，预计二三线城市、中西部城市将接棒，成为国内葡萄酒市场消费的主要区域。

近一年，国外主要葡萄酒产区纷纷到长沙、成都、武汉、重庆等二三线城市、中西部城市设立战略据点，开展系列推广活动。今后两年，预计这些城市进口葡萄酒的消费量均将有较大幅度上升，成为国内葡萄酒新一轮的消费增长点。

时下，二三线、中西部城市在葡萄酒消费上，无论是在年龄、性别、学历、收入水平等方面，还是在结构优化上，都有较大改善，朝着有利于提升葡萄酒消费的方向发展。葡萄酒消费热潮渐显，有些城市甚至会超过白酒。

## 第一章 葡萄酒概况

### 1.1 葡萄酒相关介绍

#### 1.1.1 葡萄酒的概念

#### 1.1.2 葡萄酒的由来与发展

- 1.1.3 葡萄酒类别和酿造过程
- 1.1.4 葡萄酒酿造技术的发展
- 1.1.5 葡萄酒与健康
- 1.2 葡萄酒的分类
  - 1.2.1 按颜色分类
  - 1.2.2 按含二氧化碳压力分类
  - 1.2.3 按含糖量分类
  - 1.2.4 按酿造方法分类
  - 1.2.5 按饮用方式分类

## 第二章 2012-2013年国际葡萄酒行业分析

- 2.1 世界葡萄酒业的主要产区
- 2.2 2010-2012年世界葡萄酒产销分析
- 2.3 2012-2013年世界葡萄酒拍卖市场发展分析
- 2.4 法国
- 2.5 意大利
- 2.6 澳大利亚
- 2.7 德国
- 2.8 美国
- 2.9 西班牙
- 2.10 智利
- 2.11 其他国家
  - 2.11.1 阿根廷
  - 2.11.2 葡萄牙
  - 2.11.3 奥地利
  - 2.11.4 加拿大
  - 2.11.5 南非
  - 2.11.6 新西兰
  - 2.11.7 俄罗斯

## 第三章 2012-2013年中国葡萄酒行业分析

- 3.1 中国葡萄酒行业的发展进程

- 3.1.1 古代史料
- 3.1.2 近代葡萄酒工业
- 3.1.3 建国后到改革开放前
- 3.1.4 改革开放以后
- 3.2 中国葡萄酒行业发展状况
  - 3.2.1 中国葡萄酒产业发展的基本状况
  - 3.2.2 中国葡萄酒行业呈良好发展态势
  - 3.2.3 中国葡萄酒行业发展的优劣势分析
  - 3.2.4 中国葡萄酒行业期待开拓国际市场
  - 3.2.5 中国葡萄酒产区化的发展分析
- 3.3 2010-2012年中国葡萄酒行业分析
  - 3.3.1 2010年我国葡萄酒行业发展状况
  - 3.3.2 2011年中国葡萄酒工业运行简况
  - 3.3.3 2012年我国葡萄酒行业运行状况
- 3.4 2010-2012年全国及主要省份葡萄酒产量分析
  - 3.4.1 2010年1-12月全国及主要省份葡萄酒产量分析
  - 3.4.2 2011年1-12月全国及主要省份葡萄酒产量分析
  - 3.4.3 2012年1-12月全国及主要省份葡萄酒产量分析
- 3.5 中国葡萄酒工业存在的问题与对策

#### 第四章 中国葡萄酒制造行业财务状况

- 4.1 中国葡萄酒制造行业经济规模
  - 4.1.1 2008-2012年12月葡萄酒制造业销售规模
  - 4.1.2 2008-2012年12月葡萄酒制造业利润规模
  - 4.1.3 2008-2012年12月葡萄酒制造业资产规模
- 4.2 中国葡萄酒制造行业盈利能力指标分析
  - 4.2.1 2008-2012年12月葡萄酒制造业亏损面
  - 4.2.2 2008-2012年12月葡萄酒制造业销售毛利率
  - 4.2.3 2008-2012年12月葡萄酒制造业成本费用利润率
  - 4.2.4 2008-2012年12月葡萄酒制造业销售利润率
- 4.3 中国葡萄酒制造行业营运能力指标分析
  - 4.3.1 2008-2012年12月葡萄酒制造业应收账款周转率

- 4.3.2 2008-2012年12月葡萄酒制造业流动资产周转率
- 4.3.3 2008-2012年12月葡萄酒制造业总资产周转率
- 4.4 中国葡萄酒制造行业偿债能力指标分析
  - 4.4.1 2008-2012年12月葡萄酒制造业资产负债率
  - 4.4.2 2010-2013年12月葡萄酒制造业利息保障倍数

## 第五章 2012-2013年中国葡萄酒市场分析

- 5.1 2012-2013年中国葡萄酒市场总体情况
  - 5.1.1 中国葡萄酒市场简况
  - 5.1.2 中国葡萄酒市场发展态势解析
  - 5.1.3 我国葡萄酒的市场与产品结构
  - 5.1.4 国内葡萄酒市场呈现欣欣向荣态势
  - 5.1.5 我国进口葡萄酒市场结构分析
  - 5.1.6 2011年中国葡萄酒市场持续稳定运行
  - 5.1.7 2012年中国市场受新兴葡萄酒出口国青睐
- 5.2 2012-2013年部分地区葡萄酒市场发展状况
  - 5.2.1 北京葡萄酒市场分析
  - 5.2.2 上海葡萄酒市场发展现状
  - 5.2.3 天津葡萄酒市场发展态势
  - 5.2.4 广州葡萄酒市场发展现状
  - 5.2.5 珠海葡萄酒市场品牌变多
  - 5.2.6 深圳葡萄酒市场发展模式
  - 5.2.7 厦门葡萄酒市场运行状况
  - 5.2.8 成都葡萄酒市场分析
  - 5.2.9 云南葡萄酒市场消费潜力巨大
- 5.3 2012-2013年中国葡萄酒市场消费分析
  - 5.3.1 我国葡萄酒市场消费简况
  - 5.3.2 葡萄酒市场不同消费群体解析
  - 5.3.3 消费者对葡萄酒市场的认知
  - 5.3.4 葡萄酒市场消费者行为调查研究
  - 5.3.5 中国消费者喜爱的葡萄酒调查分析
  - 5.3.6 进口葡萄酒市场消费调查分析

- 5.3.7 影响葡萄酒消费的三点因素
- 5.3.8 餐饮终端市场葡萄酒消费特点
- 5.4 2012-2013年中国葡萄酒市场存在的问题
  - 5.4.1 中国葡萄酒市场发展的思考
  - 5.4.2 中国葡萄酒市场的乱象
  - 5.4.3 葡萄酒市场四大问题亟待改善
  - 5.4.4 中国葡萄酒目标市场定位不明
  - 5.4.5 中国葡萄酒市场消费缺口较大
- 5.5 拓展葡萄酒市场的战略措施
  - 5.5.1 中国葡萄酒市场发展建议
  - 5.5.2 葡萄酒市场实现稳步发展的战略
  - 5.5.3 葡萄酒企业开拓市场的五大策略

## 第六章 2012-2013年葡萄酒高端市场分析

- 6.1 葡萄酒高端产品介绍
  - 6.1.1 高端葡萄酒的定义
  - 6.1.2 高端葡萄酒的品质
  - 6.1.3 高端葡萄酒的风格
  - 6.1.4 高端葡萄酒的稳定性
  - 6.1.5 高端葡萄酒的产量特征
  - 6.1.6 高端葡萄酒的产品附加值
  - 6.1.7 高端葡萄酒的价格
- 6.2 2012-2013年葡萄酒高端市场发展状况
  - 6.2.1 中国高端葡萄酒市场发展态势
  - 6.2.2 中国国产葡萄酒力图争夺高端市场
  - 6.2.3 中国企业进军高端葡萄酒市场
  - 6.2.4 高端进口葡萄酒市场消费分析
  - 6.2.5 高档葡萄酒的媒体投放趋向透析
- 6.3 2012-2013年高端葡萄酒面临的问题及发展战略
  - 6.3.1 国产高端葡萄酒发展面临的问题
  - 6.3.2 发展中国高端葡萄酒市场的措施
  - 6.3.3 我国高端葡萄酒发展的基本思路

- 6.3.4 解析葡萄酒高端产品的营销策略
- 6.4 葡萄酒高端市场前景
  - 6.4.1 未来高端葡萄酒还有提升空间
  - 6.4.2 高档葡萄酒的发展前景相当可观
  - 6.4.3 中国高端葡萄酒行业发展趋势展望
  - 6.4.4 高端葡萄酒市场未来价格走势分析

## 第七章 2012-2013年红葡萄酒与桃红葡萄酒市场分析

- 7.1 红葡萄酒特性
  - 7.1.1 酿红葡萄酒的葡萄品种
  - 7.1.2 红葡萄酒的健康功效
  - 7.1.3 影响红葡萄酒颜色的因素
  - 7.1.4 红葡萄酒生产工艺
- 7.2 2012-2013年红葡萄酒的市场状况
  - 7.2.1 新西兰酒厂大力开拓中国红葡萄酒市场
  - 7.2.2 普罗旺斯红葡萄酒发展分析
  - 7.2.3 中国红葡萄酒消费市场分析
  - 7.2.4 “串货”导致红酒低价抛售
- 7.3 2012-2013年桃红葡萄酒市场状况
  - 7.3.1 桃红葡萄酒的质量标准及其特点
  - 7.3.2 2010年英国桃红葡萄酒市场销售状况
  - 7.3.3 2011年普罗旺斯桃红葡萄酒畅销海外市场
  - 7.3.4 中国桃红葡萄酒市场发展分析
  - 7.3.5 法国普罗旺斯桃红葡萄酒出口中国情况
  - 7.3.6 桃红葡萄酒企业市场突围战略探析

## 第八章 2012-2013年干葡萄酒市场分析

- 8.1 干红葡萄酒相关特性
  - 8.1.1 干红葡萄酒简介
  - 8.1.2 干红葡萄酒的生产工艺
  - 8.1.3 干红葡萄酒酿造中橡木的使用
- 8.2 2012-2013年干红葡萄酒市场状况



- 8.2.1 干红葡萄成山东地区消费热点
- 8.2.2 2012年新疆干红葡萄酒发展动态
- 8.2.3 拉萨有望生产干红葡萄酒
- 8.2.4 未来发展干红葡萄酒文化的前景
- 8.3 干白葡萄酒相关特性
  - 8.3.1 干白葡萄酒的酿造
  - 8.3.2 干白葡萄酒的酿造控制工艺
  - 8.3.3 优质干白葡萄酒酿造工艺要求
  - 8.3.4 浅析干白葡萄酒的营养
- 8.4 2012-2013年干白葡萄酒市场综述
  - 8.4.1 我国白葡萄酒市场发展回顾
  - 8.4.2 我国干白葡萄酒市场发展现状
  - 8.4.3 白葡萄酒渐成女性消费热点
  - 8.4.4 突破我国干白市场困境的主要方法
  - 8.4.5 未来干白葡萄酒将成为一大流行趋势

## 第九章 2012-2013年其它葡萄酒市场分析

- 9.1 甜葡萄酒
  - 9.1.1 甜葡萄酒的历史与酿造工艺
  - 9.1.2 美国甜型葡萄酒再受消费者青睐
  - 9.1.3 国产甜红葡萄酒受欢迎
  - 9.1.4 甜葡萄酒低价出售原因分析
  - 9.1.5 甜型葡萄酒企业出路之所在
  - 9.1.6 我国甜葡萄酒向高端方向发展
- 9.2 冰葡萄酒
  - 9.2.1 冰葡萄酒的概念及其生产状况
  - 9.2.2 国际冰葡萄酒产业发展现状
  - 9.2.3 国内冰酒生产工艺的开发
  - 9.2.4 中国冰酒产业的发展现状剖析
  - 9.2.5 辽宁桓仁县全力打造冰葡萄酒产业
  - 9.2.6 2012年首个冰葡萄酒地方性法规开始实施
  - 9.2.7 冰葡萄酒市场推广的营销策略

## 9.3 山葡萄酒

### 9.3.1 我国山葡萄酒产业发展综述

### 9.3.2 山葡萄酒的品质特点与保健功能

### 9.3.3 山葡萄酒的制作工艺

### 9.3.4 西藏山葡萄酒业的发展状况

### 9.3.5 我国山葡萄酒发展的对策分析

## 9.4 起泡葡萄酒

### 9.4.1 起泡葡萄酒的酿造方法

### 9.4.2 细菌对起泡葡萄酒的质量影响

### 9.4.3 国外起泡葡萄酒市场发展分析

### 9.4.4 起泡酒成为葡萄酒市场新热点

### 9.4.5 2011年中国葡萄汽酒进出口数据分析

### 9.4.6 2012年中国葡萄汽酒进出口数据分析

## 9.5 新型葡萄酒简介

### 9.5.1 红米葡萄酒

### 9.5.2 富香葡萄酒

### 9.5.3 大蒜葡萄酒

### 9.5.4 西瓜葡萄酒

### 9.5.5 无酒精葡萄酒

### 9.5.6 罐装葡萄酒

## 第十章 2012-2013年葡萄酒年份酒市场分析

### 10.1 葡萄酒年份解读

#### 10.1.1 葡萄酒年份的含义

#### 10.1.2 葡萄酒年份的内涵

#### 10.1.3 葡萄酒年份的评价

### 10.2 国外年份葡萄酒市场行情

### 10.3 中国市场年份酒状况

## 第十一章 2012-2013年葡萄酒庄园酒市场分析

### 11.1 2012-2013年中国庄园葡萄酒发展状况

#### 11.1.1 葡萄酒产业的“庄园”现象

- 11.1.2 葡萄酒产业兴起庄园投资建设热潮
- 11.1.3 葡萄酒产业庄园运动带来的变局
- 11.1.4 酒庄酒力促我国葡萄酒业进入高端市场
- 11.1.5 山东庄园葡萄酒管理规范实施
- 11.1.6 甘肃庄园葡萄酒业发展规划分析
- 11.2 2012-2013年葡萄酒庄项目发展情况
- 11.3 酒庄酒发展建议及策略
  - 11.3.1 酒庄酒应挖掘深层价值而不仅仅是高价
  - 11.3.2 国产庄园酒的发展之路
  - 11.3.3 酒庄酒发展的三点思考
  - 11.3.4 做好酒庄酒必须注意的前提
  - 11.3.5 我国庄园葡萄酒的发展建议

## 第十二章 2012-2013年中国葡萄酒区域产业发展分析

- 12.1 烟台
- 12.2 昌黎
- 12.3 宁夏
- 12.4 甘肃
- 12.5 新疆
- 12.6 吉林

## 第十三章 2012-2013年中国葡萄酒产业进出口分析

- 13.1 2012-2013年中国葡萄酒进出口状况
  - 13.1.1 我国葡萄酒进口状况回顾
  - 13.1.2 2011年我国葡萄酒进口分析
  - 13.1.3 2012年我国葡萄酒进口状况
  - 13.1.4 2013年中国启动对欧葡萄酒反倾销调查
- 13.2 2012-2013年进口葡萄酒市场分析
  - 13.2.1 进口葡萄酒市场格局的变化透析
  - 13.2.2 中国进口葡萄酒消费市场变化分析
  - 13.2.3 进口葡萄酒进入国内市场的机会分析
  - 13.2.4 进口葡萄酒受青睐的因素

- 13.2.5 中国进口葡萄酒市场存在的问题
- 13.2.6 进口葡萄酒占据国内市场的对策
- 13.2.7 中国进口葡萄酒应加速本土化进程
- 13.3 2012-2013年部分地区葡萄酒进口分析
  - 13.3.1 2011年湖北省葡萄酒进口形势简析
  - 13.3.2 2011年温州进口葡萄酒保持强劲增长
  - 13.3.3 2012年上海葡萄酒进口状况
  - 13.3.4 2012年广东葡萄酒进口状况
  - 13.3.5 2012年福州葡萄酒进口简析

#### 第十四章 2012-2013年葡萄酒行业竞争分析

- 14.1 2012-2013年我国葡萄酒市场竞争动态分析
  - 14.1.1 我国葡萄酒竞争状况
  - 14.1.2 国内葡萄酒市场竞争趋于激烈
  - 14.1.3 2011中国葡萄酒市场竞争格局
  - 14.1.4 2012年我国葡萄酒线上市场竞争激烈
  - 14.1.5 二线葡萄酒品牌的竞争解析
  - 14.1.6 中档葡萄酒成市场竞争热点
  - 14.1.7 葡萄酒市场开启服务战新纪元
- 14.2 2012-2013年中外葡萄酒竞争状况
  - 14.2.1 国产葡萄酒面临国际竞争的优劣势分析
  - 14.2.2 进口葡萄酒在中国市场的发展态势
  - 14.2.3 新旧世界葡萄酒争夺中国市场
  - 14.2.4 国外葡萄酒大量进入中国的原因
  - 14.2.5 中外葡萄酒市场竞争迎来崭新时期
  - 14.2.6 进口葡萄酒抢占本土葡萄酒生存空间
- 14.3 中国葡萄酒品牌的“立体”竞争能力浅析
  - 14.3.1 产品组合力
  - 14.3.2 渠道终端力
  - 14.3.3 营销传播力
  - 14.3.4 价值增值力
  - 14.3.5 国际市场力

## 14.4 中国葡萄酒行业竞争力构建分析

### 14.4.1 源头发展是葡萄酒行业竞争力的重要保证

### 14.4.2 构建中国葡萄酒竞争力新纬度

### 14.4.3 提高我国葡萄酒行业竞争力的关键在于资源整合

### 14.4.4 中国葡萄酒企业提升竞争优势的五大途径

### 14.4.5 葡萄酒经销商的竞争力打造

### 14.4.6 中小型葡萄酒厂提升竞争力的措施

## 第十五章 2012-2013年葡萄酒营销分析

### 15.1 国内外葡萄酒营销分析

#### 15.1.1 进口葡萄酒主要品牌化运营方式剖析

#### 15.1.2 进口葡萄酒在中国的“精准营销”模式分析

#### 15.1.3 2012年进口葡萄酒纷纷开展微博营销

#### 15.1.4 澳洲虎葡萄酒的创新营销模式分析

#### 15.1.5 剖析国内外葡萄酒营销文化的差异

### 15.2 葡萄酒营销渠道分析

#### 15.2.1 中国葡萄酒市场运营模式

#### 15.2.2 第三方独立营销商和营销网络

#### 15.2.3 葡萄酒供应链模式剖析

#### 15.2.4 葡萄酒专卖店模式分析

#### 15.2.5 葡萄酒“全渠道”创新模式分析

#### 15.2.6 夜场在葡萄酒区域市场开发中的作用

#### 15.2.7 红酒分渠道亟待解决的四大问题

#### 15.2.8 进口葡萄酒商超渠道营销思路

### 15.3 主要葡萄酒品牌市场营销策略

#### 15.3.1 张裕公司的体验营销策略

#### 15.3.2 王朝公司的营销策略解析

#### 15.3.3 中粮探索高端营销模式

### 15.4 品牌营销策略分析

#### 15.4.1 葡萄酒品牌的价值分析

#### 15.4.2 中国葡萄酒品牌营销误区

#### 15.4.3 中国葡萄酒副品牌的开发策略

- 15.4.4 葡萄酒高端产品品牌策略分析
- 15.4.5 二三线葡萄酒品牌的营销路径
- 15.5 葡萄酒包装策略
  - 15.5.1 国外葡萄酒包装概况
  - 15.5.2 新型纸盒引领葡萄酒包装新潮流
  - 15.5.3 中国葡萄酒包装期待变革
  - 15.5.4 中国葡萄酒包装发展趋势预测
- 15.6 葡萄酒其它营销策略分析
  - 15.6.1 葡萄酒企业文化营销模式探析
  - 15.6.2 葡萄酒专卖店的营销战略
  - 15.6.3 量产葡萄酒的营销策略
  - 15.6.4 酒类商品的节日营销策略分析
  - 15.6.5 葡萄酒促销策略分析
  - 15.6.6 中国葡萄酒业营销的八点建议
- 15.7 未来我国葡萄酒营销环境分析
  - 15.7.1 产业链条全球化
  - 15.7.2 资本运营频繁化
  - 15.7.3 体验会所普遍化
  - 15.7.4 产品开发规范化

## 第十六章 2012-2013年葡萄酒原材料供应分析

- 16.1 酿酒葡萄综述
  - 16.1.1 葡萄栽培历史沿革
  - 16.1.2 酿酒葡萄品种介绍
  - 16.1.3 气候对葡萄种植的影响
  - 16.1.4 葡萄树龄对葡萄酒的影响
  - 16.1.5 酿酒用葡萄基本架式
- 16.2 国外酿酒葡萄的分布及生产
  - 16.2.1 全球酿酒葡萄的主要种植区
  - 16.2.2 欧洲各国酿酒用葡萄收获状况详述
  - 16.2.3 美国纳帕谷酿酒用葡萄生产状况
  - 16.2.4 法国酿酒用葡萄收成状况浅析

## 16.3 中国酿酒葡萄的种植及培育

### 16.3.1 酿酒葡萄的分布与面积

### 16.3.2 中国酿酒葡萄品种构成

### 16.3.3 中国酿酒葡萄的质量

### 16.3.4 中国酿酒葡萄栽培的特点

## 16.4 中国九大葡萄产地分析

### 16.4.1 东北产地

### 16.4.2 渤海湾产地

### 16.4.3 沙城产地

### 16.4.4 清徐产地

### 16.4.5 银川产地

### 16.4.6 武威产地

### 16.4.7 吐鲁番产地

### 16.4.8 黄河故道产地

### 16.4.9 云南高原产地

## 16.5 我国酿酒葡萄主要产区生产情况

### 16.5.1 东北产区

### 16.5.2 宁夏产区

### 16.5.3 新疆产区

### 16.5.4 沙城产区

### 16.5.5 河西走廊

## 第十七章 2012-2013年国际葡萄酒生产企业分析

### 17.1 星座公司 (CONSTELLATION BRANDS, INC.)

#### 17.1.1 企业简介

#### 17.1.2 企业竞争力分析

### 17.2 帝亚吉欧公司 (DIAGEO PLC)

#### 17.2.1 企业简介

#### 17.2.2 企业竞争力分析

### 17.3 保乐力加集团 (PERNOD RICARD GROUP)

#### 17.3.1 企业简介

#### 17.3.2 企业竞争力分析

## 17.4 福斯特集团 ( FOSTER&prime;S GROUP LIMITED )

### 17.4.1 企业简介

### 17.4.2 企业竞争力分析

## 第十八章 2012-2013年国内葡萄酒生产企业经营状况

### 18.1 中粮酒业有限公司

#### 18.1.1 企业简介

#### 18.1.2 企业竞争力分析

### 18.2 张裕葡萄酿酒股份有限公司

#### 18.2.1 企业简介

#### 18.2.2 企业竞争力分析

### 18.3 中法合营王朝葡萄酿酒有限公司

#### 18.3.1 企业简介

#### 18.3.2 企业竞争力分析

### 18.4 甘肃莫高实业发展股份有限公司

#### 18.4.1 企业简介

#### 18.4.2 企业竞争力分析

### 18.5 中国通天酒业

#### 18.5.1 企业简介

#### 18.5.2 企业竞争力分析

### 18.6 中信国安葡萄酒业股份有限公司

#### 18.6.1 企业简介

#### 18.6.2 企业竞争力分析

## 第十九章 2012-2013年葡萄酒产业政策环境分析

### 19.1 国际葡萄酒标准分析

#### 19.1.1 国际葡萄酒组织实施最新环保标准

#### 19.1.2 法国葡萄酒产区定级标准

#### 19.1.3 德国葡萄酒执行严格的标准

#### 19.1.4 意大利葡萄酒产区定级标准

#### 19.1.5 西班牙葡萄酒评级标准

### 19.2 2012-2013年中国葡萄酒行业政策标准制定状况



- 19.2.1 葡萄酒产业的政策环境概述
- 19.2.2 我国葡萄酒国标解读
- 19.2.3 解析《地理标志产品通化山葡萄酒》标准体系
- 19.2.4 葡萄酒使用添加剂的相关标准规定
- 19.2.5 山葡萄酒新国标实施
- 19.2.6 2012年7月葡萄酒业准入政策正式生效
- 19.3 葡萄酒行业地方标准
  - 19.3.1 《蓬莱产区控制葡萄酒》地方标准颁布实施
  - 19.3.2 葡萄酒庄省级标准将促进行业健康发展
  - 19.3.3 冰葡萄酒地方标准获准通过
- 19.4 相关政策法规
  - 19.4.1 葡萄酒行业准入条件
  - 19.4.2 中国葡萄酿酒技术规范
  - 19.4.3 葡萄酒标准GB15037-2006
  - 19.4.4 国家行业标准之山葡萄酒
  - 19.4.5 葡萄酒生产管理办法
  - 19.4.6 酒类广告管理办法
  - 19.4.7 葡萄酒消费税管理办法

## 第二十章 2013-2018年葡萄酒业投资及前景预测

- 20.1 中国葡萄酒行业投资状况
  - 20.1.1 中国葡萄酒业的投资模式
  - 20.1.2 我国葡萄酒行业迎来投资机遇期
  - 20.1.3 国内葡萄酒企业全球化投资提速
  - 20.1.4 葡萄酒行业投资前景看好
  - 20.1.5 葡萄酒旅游业投资时机成熟
- 20.2 葡萄酒产业投资建议
  - 20.2.1 葡萄酒行业的投资要领
  - 20.2.2 投资葡萄酒行业的准备工作
  - 20.2.3 投资葡萄酒行业亟需注意的问题
  - 20.2.4 投资葡萄酒庄存在的风险
  - 20.2.5 投资国内葡萄酒产业的若干建议

- 20.2.6 葡萄酒领域投资的市场选择建议
- 20.3 世界葡萄酒未来发展趋势预测
  - 20.3.1 未来国际葡萄酒市场发展趋势
  - 20.3.2 未来葡萄酒行业的发展趋向
  - 20.3.3 未来世界葡萄酒市场需求预测
- 20.4 中国葡萄酒行业前景展望
  - 20.4.1 中国葡萄酒行业发展前景广阔
  - 20.4.2 中国葡萄酒行业发展趋势分析
  - 20.4.3 我国葡萄酒市场消费潜力大
  - 20.4.4 网购葡萄酒成为消费市场新趋势
  - 20.4.5 2015年我国葡萄酒市场产销预测
  - 20.4.6 未来我国葡萄酒市场发展趋势分析
- 20.5 “十二五”期间中国葡萄酒业发展规划
  - 20.5.1 “十二五”期间我国葡萄酒业发展面临形势
  - 20.5.2 “十二五”期间我国葡萄酒业发展目标
  - 20.5.3 “十二五”期间我国葡萄酒业发展主要任务
  - 20.5.4 “十二五”期间我国葡萄酒业发展保障措施
- 20.6 2013-2018年中国葡萄酒制造行业预测分析
  - 20.6.1 影响中国葡萄酒制造行业因素分析
  - 20.6.2 2013-2018年中国葡萄酒制造行业产值预测
  - 20.6.3 2013-2018年中国葡萄酒制造行业产品销售收入预测
  - 20.6.4 2013-2018年中国葡萄酒制造行业产品盈利能力预测
  - 20.6.5 2013-2018年中国葡萄酒产量预测

#### 图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2012年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2012年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2013年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2013年中国GDP增速预测

图表：略&hellip;&hellip;

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/yanjiu1310/M46510XBF7.html>