

# 2009-2012年葡萄酒行业竞争格局与投资战略研究 咨询报告

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2009-2012年葡萄酒行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/jiulei/5928059280.html>

报告价格：电子版: 6000元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 8000

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

2008年以来，随着金融危机的影响，一些葡萄酒的消费大国的销售情况都出现了下滑。与此同时，以中国为首的葡萄酒消费新兴市场却蕴含着巨大的增长潜力，未来中国将成为葡萄酒消费的主力市场。数据显示，法国2008年消费的葡萄酒比2007年减少大约10%。红葡萄酒、白葡萄酒和香槟等酒类都不同程度受到打击。2009年一季度，法国葡萄酒出口量更是下降15%左右。如果以价值计算，下降幅度更大，达到30%。另一消费大国美国也不例外。由于消费者节减开支，美国葡萄酒销售额15年来出现首次下滑。2008年美国葡萄酒销售额降至300亿美元，较2007年的304亿美元略有下降。这是1993年以来美国葡萄酒市场销售额的首次下降。金融危机是导致全球葡萄酒销量下降的原因。由于金融危机降低了一些消费者的收入，导致葡萄酒市场的消费人群消费能力下降。另外，随着经济危机的蔓延，葡萄酒的产销增长也将受到影响。金融危机导致传统的葡萄酒消费国家消费能力下滑，随着以中国为代表的葡萄酒消费新兴市场的壮大，未来中国或将成为葡萄酒消费的主力市场。中国一直是国际葡萄酒巨头眼红的市场，现在，许多品牌都进入中国市场。随着我国葡萄酒市场的崛起，越来越多的葡萄酒进口品牌将进入中国市场。2008年进口葡萄酒的市场销售份额占到了国内整个葡萄酒市场18%左右，而中国葡萄酒市场的增长量都在15%以上。目前，葡萄酒在我国的消费市场和消费人群不大，同白酒和葡萄酒的消费人群来讲，葡萄酒的消费市场潜力巨大。随着经济的回暖和我国居民消费能力的提高，我国将成为葡萄酒的主要市场，我国葡萄酒的消费量也将呈现出了快速增长的趋势，在酒类消费中的比例已不断的提高。我国葡萄酒近几年呈现出良好的发展态势，产量持续增加，质量稳步提高，经济效益不断增长，成为酒类行业中的朝阳产业。到2015年，我国葡萄酒行业的销售收入将达到400亿元以上。

随着金融危机带来的消费能力下滑，葡萄酒的产销都受到了不同程度的影响，器重，尤其是高端葡萄酒产品就是影响较大。消费能力下滑将影响到高端葡萄酒的销量，未来葡萄酒中低端市场竞争将更激烈。数据表明，近期葡萄酒产量增速正在走上正轨。2009年1-4月，葡萄酒累计产量为25.53万千升，增速仍为负增长。4月葡萄酒产量为6.38万千升，同比增长6.9%，增速从3月的-9.4%回升到6.9%。虽然目前出现了增长，但是金融危机对葡萄酒的影响是显而易见的。为了应对消费下滑和消费能力下滑，许多葡萄酒企业开始将目光转向了中低端葡萄酒市场。金融危机使得高端葡萄酒的销量下滑，而一部分消费者将会把目光转向中低端市场。而金融危机相对来说对中低端市场的影响不大，这也给中低端葡萄酒市场发展带来利好。目前，我国国产葡萄酒企业都在纷纷向高端市场进军，在金融危机的影响下，这些企业的业绩纷纷受到影响。以张裕为例，一季度，张裕实现营业收入12.5亿元，同比减少0.58%，营业利润3.9亿元，同比增长8.8%。公司营业收入小幅萎缩，出现自2001年以来的首度负增长。由于我国葡萄酒前景较好，国内的消费潜能还可得到进一步释放。目前，许多进口葡萄酒都放下价格跟国产葡萄酒竞争，由于进口葡萄酒在品牌方面占有优势，国产品牌自不得不通过降价、促销等方式来竞争，这样进一步挤压了国产品牌的生存空间，也对企业的业

绩造成影响，或将导致一部分中小品牌退出市场的局面。

本研究咨询报告依据国家统计局、国家商务部、国家海关总署、国家信息中心、中国葡萄酒协会、中国食品工业协会、中国酿酒工业协会、国民经济景气监测中心、《中国酒》、糖酒快讯以及葡萄酒专业研究单位等权威机构提供的数据资料，对我国葡萄酒行业的市场发展状况、国内外企业竞争焦点、进出口形势、行业发展趋势等进行了分析，并重点剖析了我国葡萄酒行业的市场情况和竞争热点。报告详尽介绍葡萄酒行业的市场规模、重点葡萄酒区域市场、竞争品牌以及关联产业、葡萄酒的各种影响因素分析、国内外葡萄酒品牌在国内市场竞争等内容，并对国家葡萄酒相关政策进行了介绍和政策趋向研究。本报告内容丰富、翔实，在撰写过程中，运用了大量的图、表等分析工具，结合相关的经济学理论，对我国葡萄酒行业的发展状况和发展趋势进行了深入透彻研究，揭示了葡萄酒产业新的发展机会，以及当前面临问题的解决方案，有助于企业准确了解目前中国葡萄酒市场发展动态，把握葡萄酒行业发展方向，为企业经营决策提供重要的参考依据。

## 目录

### CONTENTS

#### 第一部分 行业发展现状

##### 第一章 葡萄酒行业发展概述

###### 第一节 葡萄酒的定义及分类

###### 一、葡萄酒的定义

###### 二、葡萄酒的分类

###### 三、葡萄酒的特性

###### 第二节 葡萄酒产业链分析

###### 一、市场特点

###### 二、行业经济特性

###### 三、产业链结构分析

###### 第三节 葡萄酒行业发展成熟度分析

###### 一、行业发展周期分析

###### 二、行业中外市场成熟度对比

###### 三、行业及其主要子行业成熟度分析

##### 第二章 全球葡萄酒市场发展分析

###### 第一节 2008年全球葡萄酒市场分析

###### 一、2008年全球葡萄酒市场回顾

###### 二、2008年全球葡萄酒市场环境

###### 三、2008年全球葡萄酒销售分析

###### 四、2008年全球葡萄酒市场规模

###### 第二节 2009年全球葡萄酒市场分析

- 一、2009年全球葡萄酒需求分析
- 二、2009年全球葡萄酒市场规模
- 三、2009年全球葡萄酒品牌分析
- 四、2009年中外葡萄酒市场对比
- 第三节 主要国家地区葡萄酒市场分析
  - 一、2008-2009年美国葡萄酒市场分析
  - 二、2008-2009年法国葡萄酒市场分析
  - 三、2008-2009年意大利葡萄酒市场分析
  - 四、2008-2009年西班牙葡萄酒市场分析
  - 五、2008-2009年澳大利亚葡萄酒市场分析
  - 六、2008-2009年其他国家葡萄酒市场分析
- 第三章 我国葡萄酒行业发展现状
  - 第一节 我国葡萄酒行业发展现状
    - 一、葡萄酒行业品牌发展现状
    - 二、葡萄酒行业消费市场现状
    - 三、葡萄酒市场消费层次分析
    - 四、我国葡萄酒市场走向分析
  - 第二节 2007-2009年葡萄酒业发展情况分析
    - 一、2007年葡萄酒行业发展情况分析
    - 二、2008年葡萄酒行业发展情况分析
    - 三、2009年葡萄酒行业发展特点分析
    - 四、2009年1-5月葡萄酒行业发展情况
  - 第三节 2008-2009年葡萄酒行业运行分析
    - 一、2008-2009年葡萄酒业产销存运行分析
    - 二、2008-2009年葡萄酒行业利润情况分析
    - 三、2008-2009年葡萄酒行业发展周期分析
    - 四、2009-2012年葡萄酒行业发展机遇分析
    - 五、2009-2012年葡萄酒行业利润增速预测
- 第四章 我国葡萄酒市场发展研究
  - 第一节 2008年我国葡萄酒市场发展研究
    - 一、2008年1季度我国葡萄酒市场研究
    - 二、2008年2季度我国葡萄酒市场研究
    - 三、2008年3季度我国葡萄酒市场研究
    - 四、2008年4季度我国葡萄酒市场研究
  - 第二节 2009年我国葡萄酒市场情况

- 一、2009年1-5月我国葡萄酒产销情况
- 二、2009年1-5月我国葡萄酒市场价格情况
- 三、2009年1-5月重点城市葡萄酒市场发展情况
- 四、2009年1-5月我国葡萄酒市场发展情况
- 第三节 2009年我国葡萄酒市场结构和价格走势分析
  - 一、2009年Q1我国葡萄酒市场结构和价格走势概述
  - 二、2009年Q1我国葡萄酒市场结构分析
  - 三、2009年Q1我国葡萄酒市场价格走势分析
  - 四、2009年1-5月我国葡萄酒市场结构和价格走势概述
  - 五、2009年1-5月我国葡萄酒市场结构分析
  - 六、2009年1-5月我国葡萄酒市场价格走势分析
- 第四节 2009年我国葡萄酒业市场发展特点分析
  - 一、2009年Q1我国葡萄酒市场格局特点
  - 二、2009年Q1我国葡萄酒产品创新特点
  - 三、2009年Q1我国葡萄酒市场服务特点
  - 四、2009年Q1我国葡萄酒市场品牌特点
- 第五章 我国葡萄酒市场调查分析
  - 第一节 2008年我国葡萄酒市场调查分析
    - 一、主要观点
    - 二、市场结构分析
    - 三、价格走势分析
    - 四、整体市场关注度
    - 五、品牌关注度格局
    - 六、产品关注度调查
    - 七、厂商分析
  - 第二节 2009年1季度我国葡萄酒市场调查分析
    - 一、主要观点
    - 二、市场结构分析
    - 三、价格走势分析
    - 四、整体市场关注度
    - 五、品牌关注度格局
    - 六、产品关注度调查
    - 七、厂商分析
  - 第三节 2009年4月份中国葡萄酒市场调查分析
    - 一、主要观点

二、市场结构分析

三、价格走势分析

四、整体市场关注度

五、品牌关注度格局

六、产品关注度调查

七、厂商分析

第四节 2009年5月份中国葡萄酒市场调查分析

一、主要观点

二、市场结构分析

三、价格走势分析

四、整体市场关注度

五、品牌关注度格局

六、产品关注度调查

七、厂商分析

第六章 葡萄酒行业经济运行分析

第一节 2008-2009年葡萄酒产量分析

一、2008年葡萄酒产量分析

二、2009年1-5月葡萄酒产量分析

第二节 2008-2009年葡萄酒行业主要经济指标分析

一、销售收入前十家企业分析

二、2008年葡萄酒行业主要经济指标分析

三、2009年1-5月葡萄酒行业主要经济指标分析

第三节 2008-2009年我国葡萄酒行业绩效分析

一、2008-2009年行业产销情况

二、2008-2009年行业规模情况

三、2008-2009年行业盈利能力

四、2008-2009年行业经营发展能力

五、2008-2009年行业偿债能力分析

第七章 我国葡萄酒行业进出口分析

第一节 我国葡萄酒进口分析

一、2008年进口总量分析

二、2008年进口结构分析

三、2008年进口区域分析

第二节 我国葡萄酒出口分析

一、2008年出口总量分析

二、2008年出口结构分析

三、2008年出口区域分析

第三节 我国葡萄酒进出口预测

一、2009年1季度进口分析

二、2009年1季度出口分析

三、2009年葡萄酒进口预测

四、2009年葡萄酒出口预测

第八章 我国葡萄酒行业细分市场分析

第一节 红葡萄酒

一、2008-2009年行业产销情况分析

二、2008-2009年行业发展现状分析

三、2008-2009年市场需求情况分析

四、2008-2009年市场规模情况分析

五、2008-2009年行业竞争格局分析

六、2008-2009年消费者的偏好分析

七、2009-2012年行业发展趋势分析

第二节 干葡萄酒

一、2008-2009年行业产销情况分析

二、2008-2009年行业发展现状分析

三、2008-2009年市场需求情况分析

四、2008-2009年市场规模情况分析

五、2008-2009年行业竞争格局分析

六、2008-2009年消费者的偏好分析

七、2009-2012年行业发展趋势分析

第三节 年份酒

一、2008-2009年行业产销情况分析

二、2008-2009年行业发展现状分析

三、2008-2009年市场需求情况分析

四、2008-2009年市场规模情况分析

五、2008-2009年行业竞争格局分析

六、2008-2009年消费者的偏好分析

七、2009-2012年行业发展趋势分析

第四节 庄园酒

一、2008-2009年行业产销情况分析

二、2008-2009年行业发展现状分析



三、2008-2009年市场需求情况分析

四、2008-2009年市场规模情况分析

五、2008-2009年行业竞争格局分析

六、2008-2009年消费者的偏好分析

七、2009-2012年行业发展趋势分析

#### 第五节 甜葡萄酒

一、2008-2009年行业产销情况分析

二、2008-2009年行业发展现状分析

三、2008-2009年市场需求情况分析

四、2008-2009年市场规模情况分析

五、2008-2009年行业竞争格局分析

六、2008-2009年消费者的偏好分析

七、2009-2012年行业发展趋势分析

#### 第六节 冰葡萄酒

一、2008-2009年行业产销情况分析

二、2008-2009年行业发展现状分析

三、2008-2009年市场需求情况分析

四、2008-2009年市场规模情况分析

五、2008-2009年行业竞争格局分析

六、2008-2009年消费者的偏好分析

七、2009-2012年行业发展趋势分析

#### 第七节 白葡萄酒

一、2008-2009年行业产销情况分析

二、2008-2009年行业发展现状分析

三、2008-2009年市场需求情况分析

四、2008-2009年市场规模情况分析

五、2008-2009年行业竞争格局分析

六、2008-2009年消费者的偏好分析

七、2009-2012年行业发展趋势分析

#### 第八节 起泡葡萄酒

一、2008-2009年行业产销情况分析

二、2008-2009年行业发展现状分析

三、2008-2009年市场需求情况分析

四、2008-2009年市场规模情况分析

五、2008-2009年行业竞争格局分析

六、2008-2009年消费者的偏好分析

七、2009-2012年行业发展趋势分析

## 第九章 葡萄酒区域市场情况分析

### 第一节 华北地区

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场需求情况分析

三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2008-2009年消费者的偏好分析

六、2009-2012年行业发展趋势分析

### 第二节 东北地区

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场需求情况分析

三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2008-2009年消费者的偏好分析

六、2009-2012年行业发展趋势分析

### 第三节 华东地区

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场需求情况分析

三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2008-2009年消费者的偏好分析

六、2009-2012年行业发展趋势分析

### 第四节 华南地区

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场需求情况分析

三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2008-2009年消费者的偏好分析

六、2009-2012年行业发展趋势分析

### 第五节 中南地区

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场需求情况分析

三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2008-2009年消费者的偏好分析

六、2009-2012年行业发展趋势分析

#### 第六节 西南地区

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场需求情况分析

三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2008-2009年消费者的偏好分析

六、2009-2012年行业发展趋势分析

#### 第七节 西北地区

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场需求情况分析

三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2008-2009年消费者的偏好分析

六、2009-2012年行业发展趋势分析

### 第十章 中国葡萄酒行业消费市场分析

#### 第一节 中国葡萄酒消费现状分析

一、2008年国内高端葡萄酒量跌价未动

二、进口葡萄酒渐成中国主流消费品

三、中国葡萄酒消费量雄冠亚洲

四、葡萄酒进入“产地生态消费时代”

五、国内消费水平趋于高端

六、葡萄酒消费的误区

#### 第二节 葡萄酒消费习惯调查分析

一、年轻人追求氛围，年长者追求保健

二、消费者饮用葡萄酒的场所

三、长城、张裕京城葡萄酒市场霸主地位不可动摇

四、消费者最喜欢山东烟台的葡萄酒

五、消费者平均每月饮用葡萄酒的次数

六、在家饮用和在外饮用的比例接近1:1

#### 第三节 葡萄酒消费者行为分析

一、消费目的

二、消费场所与购买场所

### 三、消费特征

### 四、消费行为

#### 第四节 女性消费葡萄酒的分析

##### 一、葡萄酒是时尚、优雅、文明的酒精饮料

##### 二、葡萄酒是美容抗衰老的健康饮品

##### 三、女性主导葡萄酒的购买权利

##### 四、女性是葡萄酒传播的最佳对象

#### 第五节 A牌葡萄酒消费领袖培养方案

##### 一、背景

##### 二、目的

##### 三、A牌现状分析

##### 四、消费领袖的开发

##### 五、开展培养消费领袖的策略与措施

##### 六、消费领袖的维护

#### 第六节 中国重点地区葡萄酒消费分析

##### 一、北京葡萄酒市场

##### 二、武汉葡萄酒市场

##### 三、青岛葡萄酒市场

##### 四、重庆葡萄酒市场

##### 五、广西葡萄酒市场

##### 六、吉林省葡萄酒市场

##### 七、福建省葡萄酒市场

##### 八、云南省葡萄酒市场

##### 九、义乌市葡萄酒市场

### 第十一章 我国葡萄酒行业销售渠道及营销策略分析

#### 第一节 中国葡萄酒主要销售渠道模式分析

##### 一、区域代理制

##### 二、经销制

##### 三、直销制

##### 四、买断品牌

##### 五、特许经营

#### 第二节 进口葡萄酒的五大销售模式分析

##### 一、传统代理型（分销加盟制）

##### 二、多品牌代理制（酒行代理制）

##### 三、品牌运营型

#### 四、单品牌代理制

#### 五、贴牌销售型

### 第三节 中国葡萄酒市场的分销渠道及销售网点分析

#### 一、中国葡萄酒市场的分销渠道

#### 二、销售网点分析

### 第四节 葡萄酒营销三大特色分析

#### 一、概念营销“培养”消费者

#### 二、体验营销“亲近”消费者

#### 三、小众营销“瞄准”消费者

### 第五节 中国葡萄酒企业文化营销模式分析

#### 一、广告宣传

#### 二、事件营销

#### 三、包装设计

#### 四、产区营销

#### 五、工业旅游

#### 六、渠道培训

### 第六节 葡萄酒终端营销革命分析

#### 一、营销战略思维求变

#### 二、上下游资源的强强联合

#### 三、消费时尚的引爆

#### 四、葡萄酒消费文化的培育

#### 五、从被动走向主动

#### 六、“如家”现象在葡萄酒业上演

### 第七节 中国葡萄酒企业营销传播策略分析

#### 一、明确营销传播的本质

#### 二、关注营销传播信息、受众与传播渠道之间的适应性

#### 三、排除营销传播过程中的“噪声”

#### 四、建立营销传播的“反馈通道”

### 第八节 经销高端葡萄酒的营销策略

#### 一、国产高端葡萄酒滞后的原因

#### 二、对高端产品认识的误区

#### 三、对运作高档品牌经销商的选择

#### 四、经销高端品牌的策略

## 第二部分 行业竞争格局

### 第十二章 葡萄酒行业竞争格局分析

## 第一节 行业竞争结构分析

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

## 第二节 行业集中度分析

- 一、市场集中度分析
- 二、企业集中度分析
- 三、区域集中度分析

## 第三节 中国葡萄酒行业竞争格局综述

- 一、2008年葡萄酒行业集中度
- 二、2008年葡萄酒行业竞争程度
- 三、2008年葡萄酒企业与品牌数量
- 四、2008年葡萄酒行业竞争格局分析

## 第四节 2008-2009年葡萄酒行业竞争格局分析

- 一、2008-2009年国内外葡萄酒竞争分析
- 二、2008-2009年我国葡萄酒市场竞争分析
- 三、2008-2009年我国葡萄酒市场集中度分析
- 四、2009-2012年国内主要葡萄酒企业动向
- 五、2009年国内葡萄酒拟在建项目分析

## 第十三章 葡萄酒企业竞争策略分析

### 第一节 葡萄酒市场竞争策略分析

- 一、2009年葡萄酒市场增长潜力分析
- 二、2009年葡萄酒主要潜力品种分析
- 三、现有葡萄酒产品竞争策略分析
- 四、潜力葡萄酒品种竞争策略选择
- 五、典型企业产品竞争策略分析

### 第二节 葡萄酒企业竞争策略分析

- 一、金融危机对葡萄酒行业竞争格局的影响
- 二、金融危机后葡萄酒行业竞争格局的变化
- 三、2009-2012年我国葡萄酒市场竞争趋势
- 四、2009-2012年葡萄酒行业竞争格局展望
- 五、2009-2012年葡萄酒行业竞争策略分析
- 六、2009-2012年葡萄酒企业竞争策略分析

## 第十四章 主要葡萄酒企业竞争分析

### 第一节 烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、竞争优势分析

#### 三、2008-2009年经营状况

#### 四、2009-2012年发展战略

### 第二节 通化葡萄酒股份有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、竞争优势分析

#### 三、2008-2009年经营状况

#### 四、2009-2012年发展战略

### 第三节 新天国际葡萄酒业有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、竞争优势分析

#### 三、2008-2009年经营状况

#### 四、2009-2012年发展战略

### 第四节 中粮华夏长城葡萄酒有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、竞争优势分析

#### 三、2008-2009年经营状况

#### 四、2009-2012年发展战略

### 第五节 烟台威龙葡萄酒股份有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、竞争优势分析

#### 三、2008-2009年经营状况

#### 四、2009-2012年发展战略

### 第六节 北京丰收葡萄酒有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、竞争优势分析

#### 三、2008-2009年经营状况

#### 四、2009-2012年发展战略

### 第七节 甘肃莫高实业发展股份有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、竞争优势分析

#### 三、2008-2009年经营状况

#### 四、2009-2012年发展战略

##### 第三部分 行业前景预测

##### 第十五章 葡萄酒行业发展趋势分析

###### 第一节 我国葡萄酒行业前景与机遇分析

###### 一、我国葡萄酒行业发展前景

###### 二、我国葡萄酒发展机遇分析

###### 三、2009年葡萄酒的发展机遇分析

###### 四、金融危机对葡萄酒行业的影响分析

###### 第二节 2009-2012年中国葡萄酒市场趋势分析

###### 一、2008-2009年葡萄酒市场趋势总结

###### 二、2009-2012年葡萄酒发展趋势分析

###### 三、2009-2012年葡萄酒市场发展空间

###### 四、2009-2012年葡萄酒产业政策趋向

###### 五、2009-2012年葡萄酒技术革新趋势

###### 六、2009-2012年葡萄酒价格走势分析

###### 七、2009-2012年国际环境对行业的影响

##### 第十六章 未来葡萄酒行业发展预测

###### 第一节 未来葡萄酒需求与消费预测

###### 一、2009-2012年葡萄酒产品消费预测

###### 二、2009-2012年葡萄酒市场规模预测

###### 三、2009-2012年葡萄酒行业总产值预测

###### 四、2009-2012年葡萄酒行业销售收入预测

###### 五、2009-2012年葡萄酒行业总资产预测

###### 第二节 2009-2012年中国葡萄酒行业供需预测

###### 一、2008-2012年中国葡萄酒供给预测

###### 二、2009-2012年中国葡萄酒产量预测

###### 三、2009-2012年中国葡萄酒需求预测

###### 四、2009-2012年中国葡萄酒供需平衡预测

###### 五、2009-2012年中国葡萄酒产品价格预测

###### 六、2009-2012年主要葡萄酒产品进出口预测

##### 第四部分 投资战略研究

##### 第十七章 葡萄酒行业投资现状分析

###### 第一节 2008年葡萄酒行业投资情况分析

###### 一、2008年总体投资及结构

###### 二、2008年投资规模情况



三、2008年投资增速情况

四、2008年分行业投资分析

五、2008年分地区投资分析

六、2008年外商投资情况

第二节 2009年1-5月葡萄酒行业投资情况分析

一、2009年1-5月总体投资及结构

二、2009年1-5月投资规模情况

三、2009年1-5月投资增速情况

四、2009年1-5月分行业投资分析

五、2009年1-5月分地区投资分析

六、2009年1-5月外商投资情况

第十八章 葡萄酒行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

一、2008-2009年我国宏观经济运行情况

二、2009-2012年我国宏观经济形势分析

三、2009-2012年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

一、2009年葡萄酒行业政策环境分析

二、2009年国内宏观政策对其影响

三、2009年行业产业政策对其影响

第三节 技术发展环境分析

一、国内葡萄酒技术现状

二、2009年葡萄酒技术发展分析

三、2009-2012年葡萄酒技术发展趋势分析

第四节 社会发展环境分析

一、国内社会环境发展现状

二、2009年社会环境发展分析

三、2009-2012年社会环境对行业的影响分析

第十九章 葡萄酒行业投资机会与风险

第一节 行业活力系数比较及分析

一、2009年相关产业活力系数比较

二、2007-2008行业活力系数分析

第二节 行业投资收益率比较及分析

一、2009年相关产业投资收益率比较

二、2007-2008行业投资收益率分析

### 第三节 葡萄酒行业投资效益分析

- 一、2008-2009年葡萄酒行业投资状况分析
- 二、2009-2012年葡萄酒行业投资效益分析
- 三、2009-2012年葡萄酒行业投资趋势预测
- 四、2009-2012年葡萄酒行业的投资方向
- 五、2009-2012年葡萄酒行业投资的建议
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析

### 第四节 影响葡萄酒行业发展的主要因素

- 一、2009-2012年影响葡萄酒行业运行的有利因素分析
- 二、2009-2012年影响葡萄酒行业运行的稳定因素分析
- 三、2009-2012年影响葡萄酒行业运行的不利因素分析
- 四、2009-2012年我国葡萄酒行业发展面临的挑战分析
- 五、2009-2012年我国葡萄酒行业发展面临的机遇分析

### 第五节 葡萄酒行业投资风险及控制策略分析

- 一、2009-2012年葡萄酒行业市场风险及控制策略
- 二、2009-2012年葡萄酒行业政策风险及控制策略
- 三、2009-2012年葡萄酒行业经营风险及控制策略
- 四、2009-2012年葡萄酒行业技术风险及控制策略
- 五、2009-2012年葡萄酒行业同业竞争风险及控制策略
- 六、2009-2012年葡萄酒行业其他风险及控制策略

## 第二十章 葡萄酒行业投资战略研究

### 第一节 葡萄酒行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

### 第二节 对我国葡萄酒品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、葡萄酒实施品牌战略的意义
- 三、葡萄酒企业品牌的现状分析
- 四、我国葡萄酒企业的品牌战略
- 五、葡萄酒品牌战略管理的策略

### 第三节 葡萄酒行业投资战略研究

- 一、2009年酿酒行业投资战略
- 二、2009年葡萄酒行业投资战略
- 三、2009-2012年葡萄酒行业投资战略
- 四、2009-2012年细分行业投资战略

### 第四节 中国葡萄酒企业投资建议

- 一、产品创新建议
- 二、营销手法创新建议
- 三、渠道创新建议

#### 图表目录

- 图表：葡萄酒产业链分析
- 图表：国际葡萄酒市场规模
- 图表：国际葡萄酒生命周期
- 图表：2003-2008年中国葡萄酒行业市场规模
- 图表：2002-2008年全球葡萄酒产业市场规模
- 图表：2006-2008年葡萄酒重要数据指标比较
- 图表：2003-2008年中国葡萄酒行业销售情况分析
- 图表：2003-2008年中国葡萄酒行业利润情况分析
- 图表：2003-2008年中国葡萄酒行业资产情况分析
- 图表：2008-2009年中国葡萄酒发展能力分析
- 图表：2008-2009年中国葡萄酒竞争力分析
- 图表：2009-2012年中国葡萄酒产能预测
- 图表：2009-2012年中国葡萄酒消费量预测
- 图表：2009-2012年中国葡萄酒市场前景预测
- 图表：2009-2012年中国葡萄酒市场价格走势预测
- 图表：2009-2012年中国葡萄酒发展前景预测
- 图表：2008年1-12月葡萄酒产量全国合计
- 图表：2008年1-12月葡萄酒产量北京市合计
- 图表：2008年1-12月葡萄酒产量天津市合计
- 图表：2008年1-12月葡萄酒产量河北省合计
- 图表：2008年1-12月葡萄酒产量山西省合计
- 图表：2008年1-12月葡萄酒产量辽宁省合计
- 图表：2008年1-12月葡萄酒产量吉林省合计
- 图表：2008年1-12月葡萄酒产量黑龙江合计
- 图表：2008年1-12月葡萄酒产量上海市合计

图表：2008年1-12月葡萄酒产量江苏省合计

图表：2008年1-12月葡萄酒产量浙江省合计

图表：2008年1-12月葡萄酒产量安徽省合计

图表：2008年1-12月葡萄酒产量福建省合计

图表：2008年1-12月葡萄酒产量江西省合计

图表：2008年1-12月葡萄酒产量山东省合计

图表：2008年1-12月葡萄酒产量河南省合计

图表：2008年1-12月葡萄酒产量湖北省合计

图表：2008年1-12月葡萄酒产量湖南省合计

图表：2008年1-12月葡萄酒产量广东省合计

图表：2008年1-12月葡萄酒产量广西区合计

图表：2008年1-12月葡萄酒产量海南省合计

图表：2008年1-12月葡萄酒产量重庆市合计

图表：2008年1-12月葡萄酒产量四川省合计

图表：2008年1-12月葡萄酒产量贵州省合计

图表：2008年1-12月葡萄酒产量云南省合计

图表：2008年1-12月葡萄酒产量陕西省合计

图表：2008年1-12月葡萄酒产量甘肃省合计

图表：2008年1-12月葡萄酒产量新疆区合计

图表：2008年1-12月葡萄酒产量内蒙古合计

图表：2009年1-5月葡萄酒产量全国合计

图表：2009年1-5月葡萄酒产量北京市合计

图表：2009年1-5月葡萄酒产量天津市合计

图表：2009年1-5月葡萄酒产量河北省合计

图表：2009年1-5月葡萄酒产量山西省合计

图表：2009年1-5月葡萄酒产量辽宁省合计

图表：2009年1-5月葡萄酒产量吉林省合计

图表：2009年1-5月葡萄酒产量黑龙江合计

图表：2009年1-5月葡萄酒产量上海市合计

图表：2009年1-5月葡萄酒产量江苏省合计

图表：2009年1-5月葡萄酒产量浙江省合计

图表：2009年1-5月葡萄酒产量安徽省合计

图表：2009年1-5月葡萄酒产量福建省合计

图表：2009年1-5月葡萄酒产量江西省合计

图表：2009年1-5月葡萄酒产量山东省合计

图表：2009年1-5月葡萄酒产量河南省合计

图表：2009年1-5月葡萄酒产量湖北省合计

图表：2009年1-5月葡萄酒产量湖南省合计

图表：2009年1-5月葡萄酒产量广东省合计

图表：2009年1-5月葡萄酒产量广西区合计

图表：2009年1-5月葡萄酒产量海南省合计

图表：2009年1-5月葡萄酒产量重庆市合计

图表：2009年1-5月葡萄酒产量四川省合计

图表：2009年1-5月葡萄酒产量贵州省合计

图表：2009年1-5月葡萄酒产量云南省合计

图表：2009年1-5月葡萄酒产量陕西省合计

图表：2009年1-5月葡萄酒产量甘肃省合计

图表：2009年1-5月葡萄酒产量新疆区合计

图表：2009年1-5月葡萄酒产量内蒙古合计

图表：2008年1-12月葡萄酒经济指标全国合计

图表：2008年1-12月葡萄酒经济指标北京市合计

图表：2008年1-12月葡萄酒经济指标天津市合计

图表：2008年1-12月葡萄酒经济指标河北省合计

图表：2008年1-12月葡萄酒经济指标山西省合计

图表：2008年1-12月葡萄酒经济指标内蒙古合计

图表：2008年1-12月葡萄酒经济指标辽宁省合计

图表：2008年1-12月葡萄酒经济指标吉林省合计

图表：2008年1-12月葡萄酒经济指标黑龙江合计

图表：2008年1-12月葡萄酒经济指标上海市合计

图表：2008年1-12月葡萄酒经济指标江苏省合计

图表：2008年1-12月葡萄酒经济指标浙江省合计

图表：2008年1-12月葡萄酒经济指标安徽省合计

图表：2008年1-12月葡萄酒经济指标福建省合计

图表：2008年1-12月葡萄酒经济指标江西省合计

图表：2008年1-12月葡萄酒经济指标山东省合计

图表：2008年1-12月葡萄酒经济指标河南省合计

图表：2008年1-12月葡萄酒经济指标湖北省合计

图表：2008年1-12月葡萄酒经济指标湖南省合计

图表：2008年1-12月葡萄酒经济指标广东省合计

图表：2008年1-12月葡萄酒经济指标广西区合计

图表：2008年1-12月葡萄酒经济指标海南省合计

图表：2008年1-12月葡萄酒经济指标重庆市合计

图表：2008年1-12月葡萄酒经济指标四川省合计

图表：2008年1-12月葡萄酒经济指标贵州省合计

图表：2008年1-12月葡萄酒经济指标云南省合计

图表：2008年1-12月葡萄酒经济指标陕西省合计

图表：2008年1-12月葡萄酒经济指标甘肃省合计

图表：2008年1-12月葡萄酒经济指标青海省合计

图表：2008年1-12月葡萄酒经济指标宁夏区合计

图表：2008年1-12月葡萄酒经济指标新疆区合计

图表：2009年1-5月葡萄酒经济指标全国合计

图表：2009年1-5月葡萄酒经济指标北京市合计

图表：2009年1-5月葡萄酒经济指标天津市合计

图表：2009年1-5月葡萄酒经济指标河北省合计

图表：2009年1-5月葡萄酒经济指标山西省合计

图表：2009年1-5月葡萄酒经济指标内蒙古合计

图表：2009年1-5月葡萄酒经济指标辽宁省合计

图表：2009年1-5月葡萄酒经济指标吉林省合计

图表：2009年1-5月葡萄酒经济指标黑龙江合计

图表：2009年1-5月葡萄酒经济指标上海市合计

图表：2009年1-5月葡萄酒经济指标江苏省合计

图表：2009年1-5月葡萄酒经济指标浙江省合计

图表：2009年1-5月葡萄酒经济指标安徽省合计

图表：2009年1-5月葡萄酒经济指标福建省合计

图表：2009年1-5月葡萄酒经济指标江西省合计

图表：2009年1-5月葡萄酒经济指标山东省合计

图表：2009年1-5月葡萄酒经济指标河南省合计

图表：2009年1-5月葡萄酒经济指标湖北省合计

图表：2009年1-5月葡萄酒经济指标湖南省合计

图表：2009年1-5月葡萄酒经济指标广东省合计

图表：2009年1-5月葡萄酒经济指标广西区合计

图表：2009年1-5月葡萄酒经济指标海南省合计

图表：2009年1-5月葡萄酒经济指标重庆市合计

图表：2009年1-5月葡萄酒经济指标四川省合计

图表：2009年1-5月葡萄酒经济指标贵州省合计

图表：2009年1-5月葡萄酒经济指标云南省合计

图表：2009年1-5月葡萄酒经济指标陕西省合计

图表：2009年1-5月葡萄酒经济指标甘肃省合计

图表：2009年1-5月葡萄酒经济指标青海省合计

图表：2009年1-5月葡萄酒经济指标宁夏区合计

图表：2009年1-5月葡萄酒经济指标新疆区合计

图表：2008年1-12月葡萄酒进口数据

图表：2008年1季度葡萄酒进口数据

图表：2008年1月葡萄酒进口数据

图表：2008年2月葡萄酒进口数据

图表：2008年3月葡萄酒进口数据

图表：2008年2季度葡萄酒进口数据

图表：2008年4月葡萄酒进口数据

图表：2008年5月葡萄酒进口数据

图表：2008年6月葡萄酒进口数据

图表：2008年3季度葡萄酒进口数据

图表：2008年7月葡萄酒进口数据

图表：2008年8月葡萄酒进口数据

图表：2008年9月葡萄酒进口数据

图表：2008年4季度葡萄酒进口数据

图表：2008年10月葡萄酒进口数据

图表：2008年11月葡萄酒进口数据

图表：2008年12月葡萄酒进口数据

图表：2008年1-12月葡萄酒出口数据

图表：2008年1季度葡萄酒出口数据

图表：2008年1月葡萄酒出口数据

图表：2008年2月葡萄酒出口数据

图表：2008年3月葡萄酒出口数据

图表：2008年2季度葡萄酒出口数据

图表：2008年4月葡萄酒出口数据

图表：2008年5月葡萄酒出口数据

图表：2008年6月葡萄酒出口数据

图表：2008年3季度葡萄酒出口数据

图表：2008年7月葡萄酒出口数据

图表：2008年8月葡萄酒出口数据

- 图表：2008年9月葡萄酒出口数据
- 图表：2008年4季度葡萄酒出口数据
- 图表：2008年10月葡萄酒出口数据
- 图表：2008年11月葡萄酒出口数据
- 图表：2008年12月葡萄酒出口数据
- 图表：2009年1-5月葡萄酒进口数据
- 图表：2009年1季度葡萄酒进口数据
- 图表：2009年1月葡萄酒进口数据
- 图表：2009年2月葡萄酒进口数据
- 图表：2009年3月葡萄酒进口数据
- 图表：2009年2季度葡萄酒进口数据
- 图表：2009年4月葡萄酒进口数据
- 图表：2009年5月葡萄酒进口数据
- 图表：2009年1-5月葡萄酒出口数据
- 图表：2009年1季度葡萄酒出口数据
- 图表：2009年1月葡萄酒出口数据
- 图表：2009年2月葡萄酒出口数据
- 图表：2009年3月葡萄酒出口数据
- 图表：2009年2季度葡萄酒出口数据
- 图表：2009年4月葡萄酒出口数据
- 图表：2009年5月葡萄酒出口数据
- 图表：葡萄酒市场调查对象情况分析
- 图表：葡萄酒消费者消费习惯调查
- 图表：消费者对葡萄酒产品价格认同情况调查分析
- 图表：消费者购买渠道情况调查分析
- 图表：葡萄酒消费者品牌状况调查分析
- 图表：2008-2009年中国消费者葡萄酒品牌构成
- 图表：葡萄酒消费者性别比例
- 图表：葡萄酒消费者年龄分布
- 图表：葡萄酒消费者购买频率分析
- 图表：葡萄酒消费者购买葡萄酒的规格
- 图表：葡萄酒消费者购买葡萄酒消费金额
- 图表：消费者葡萄酒功能关注度调查分析
- 图表：影响消费者购买的因素调查分析



详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiulei/5928059280.html>