

# 2014-2020年中国葡萄酒市 场研究与投资前景预测报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

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

## 一、报告报价

《2014-2020年中国葡萄酒市场研究与投资前景预测报告》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.abaogao.com/b/putaojiu/Q361897X4G.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

2014年7月6日工信部发布其和农业部联合制定的《葡萄酒行业“十二五”发展规划》，以促进葡萄酒行业结构调整和转型升级，保障质量安全，实现持续健康发展。

根据规划，葡萄酒行业“十二五”发展目标是，到2015年，葡萄酒产量达到220万千升，比2010年增长100%，年均增长15%；销售收入达到600亿元，增长85%，年均增长13%；利税120亿元，增长88%，年均增长13%。2010年，世界人均葡萄酒消费量约为7升，其中美国45升，阿根廷38升，而我国人均消费量不足0.5升，仅为世界平均水平的6%。

我国拥有世界上最大的葡萄酒消费潜在市场，“十二五”期间，随着人民收入水平的提高、葡萄酒文化和知识的普及，以及消费者对营养健康的重视，低酒精度的葡萄酒在酒类消费中的比例将继续增加，为行业发展提供了空间。

智研数据研究中心发布的《2014-2020年中国葡萄酒市场研究与投资前景预测报告》共二十章。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。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，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。

### 报告目录第一章 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 国际葡萄酒行业分析

### 2.1 世界葡萄酒行业发展概况

#### 2.1.1 全球葡萄酒市场发展现状

#### 2.1.2 新世界葡萄酒市场发展迅速

#### 2.1.3 欧洲旧世界葡萄酒业发展面临考验

#### 2.1.4 世界葡萄酒业的主要产区

#### 2.1.5 新世界葡萄酒主要品牌发展情况

#### 2.1.6 国际葡萄酒酿造技术向高科技发展

### 2.2 2009-2013年全球葡萄酒市场分析

#### 2.2.1 2009年国际葡萄酒行业生产消费状况

#### 2.2.2 2009年世界葡萄酒市场环保与经济并行

#### 2.2.3 2010年世界葡萄酒产业发展动态

#### 2.2.4 2013年世界葡萄酒产销状况

### 2.3 法国

#### 2.3.1 法国葡萄酒的起源与发展

#### 2.3.2 法国国内市场葡萄酒消费文化减弱

#### 2.3.3 2010年法国葡萄酒出口情况分析

#### 2.3.4 2013年上半年法国葡萄酒出口情况分析

#### 2.3.5 2013年法国葡萄酒产量分析

#### 2.3.6 法国葡萄酒推广策略有变

### 2.4 意大利

#### 2.4.1 意大利葡萄酒原材料概述

#### 2.4.2 意大利葡萄酒的发展史

#### 2.4.3 意大利主要葡萄酒产区介绍

#### 2.4.4 意大利葡萄酒产业发展现状综述

#### 2.4.5 2010年意大利葡萄酒行业产销状况

#### 2.4.6 2013年意大利葡萄酒产量分析

### 2.5 澳大利亚

#### 2.5.1 澳大利亚葡萄酒产业发展综述

#### 2.5.2 澳大利亚葡萄酒的品种与生产企业

#### 2.5.3 澳大利亚推行葡萄酒环保认证

- 2.5.4 2010年澳大利亚葡萄酒产销概况
- 2.5.5 2010年澳洲葡萄酒出口综况
- 2.5.6 2013年澳大利亚葡萄酒市场形势分析
- 2.6 德国
  - 2.6.1 德国葡萄酒产业的文化及地位
  - 2.6.2 德国葡萄酒产业的主要特点
  - 2.6.3 2010年德国葡萄酒市场格局分析
  - 2.6.4 2010年德国葡萄酒出口保持良好增长态势
  - 2.6.5 未来德国葡萄酒发展前景看好
- 2.7 美国
  - 2.7.1 美国葡萄酒的发展史
  - 2.7.2 美国葡萄酒市场消费特征
  - 2.7.3 2010年美国葡萄酒市场消费综述
  - 2.7.4 2010年美国葡萄酒出口创新高
  - 2.7.5 2014年美国葡萄酒市场增长预测
  - 2.7.6 美国葡萄酒市场发展趋势展望
- 2.8 西班牙
  - 2.8.1 西班牙葡萄酒产区介绍
  - 2.8.2 西班牙葡萄酒产业发展环境
  - 2.8.3 西班牙葡萄酒产业的四次革命
  - 2.8.4 西班牙葡萄酒产业国际市场的开拓
  - 2.8.5 2009年西班牙散装葡萄酒销量上升至世界首位
  - 2.8.6 2010年西班牙葡萄酒出口情况分析
  - 2.8.7 2010年西班牙散装葡萄酒出口全球领先
- 2.9 智利
  - 2.9.1 智利葡萄与葡萄酒产业发展简述
  - 2.9.2 智利葡萄酒的主要产区
  - 2.9.3 2010年智利葡萄酒产销情况
  - 2.9.4 2010年智利葡萄酒庄园出口简况
  - 2.9.5 2013年智利葡萄酒出口下滑严重
  - 2.9.6 智利葡萄酒商纷纷扩产应对成本上升压力

### 第三章 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 近代葡萄酒工业的开创
  - 3.1.3 建国后到改革开放前我国葡萄酒工业的发展进程
  - 3.1.4 改革开放以后我国葡萄酒产业发展的三个阶段
- 3.2 中国葡萄酒行业发展状况分析
  - 3.2.1 宏观经济对国内葡萄酒业的影响
  - 3.2.2 中国葡萄酒行业发展的优劣势分析
  - 3.2.3 我国葡萄酒产业步入第一个发展高潮
  - 3.2.4 我国葡萄酒行业景气度逐渐回升
- 3.3 2008-2013年中国葡萄酒行业分析
  - 3.3.1 2008年中国葡萄酒产业发展分析
  - 3.3.2 2009年中国葡萄酒行业发展状况盘点
  - 3.3.3 2010年我国葡萄酒行业概览
  - 3.3.4 2013年我国葡萄酒行业企业动态
- 3.4 2009-2013年全国及主要省份葡萄酒产量分析
  - 3.4.1 2009年全国及主要省份葡萄酒产量分析
  - 3.4.2 2010年全国及主要省份葡萄酒产量分析
  - 3.4.3 2013年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
  - 3.5.1 浅析国内葡萄酒行业的四大问题
  - 3.5.2 制约我国葡萄酒产业发展的主要因素
  - 3.5.3 中国葡萄酒工业的发展战略
  - 3.5.4 我国葡萄酒产业发展的建议
  - 3.5.5 葡萄酒工业的生命是成长性
  - 3.5.6 中国葡萄酒产业差异化策略分析
- 第四章 2009-2013年中国葡萄酒制造行业财务状况
  - 4.1 2009-2013年中国葡萄酒制造行业总体数据分析
    - 4.1.1 2009年中国葡萄酒制造行业全部企业数据分析
    - 4.1.2 2010年中国葡萄酒制造行业全部企业数据分析
    - 4.1.3 2013年中国葡萄酒制造行业全部企业数据分析
  - 4.2 2009-2013年中国葡萄酒制造行业不同规模企业数据分析
    - 4.2.1 2009年中国葡萄酒制造行业不同规模企业数据分析

- 4.2.2 2010年中国葡萄酒制造行业不同规模企业数据分析
- 4.2.3 2013年中国葡萄酒制造行业不同规模企业数据分析
- 4.3 2009-2013年中国葡萄酒制造行业不同所有制企业数据分析
  - 4.3.1 2009年中国葡萄酒制造行业不同所有制企业数据分析
  - 4.3.2 2010年中国葡萄酒制造行业不同所有制企业数据分析
  - 4.3.3 2013年中国葡萄酒制造行业不同所有制企业数据分析

## 第五章 中国葡萄酒市场分析

- 5.1 中国葡萄酒市场总体情况
  - 5.1.1 中国葡萄酒市场概况
  - 5.1.2 我国葡萄酒的市场与产品结构
  - 5.1.3 2010年葡萄酒市场发展呈现欣欣向荣态势
  - 5.1.4 2013年我国葡萄酒市场状况分析
- 5.2 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 深圳葡萄酒市场发展模式阐述
  - 5.2.3 广州葡萄酒市场状况解析
  - 5.2.4 厦门葡萄酒市场运行状况
  - 5.2.5 成都葡萄酒市场分析
  - 5.2.6 临沂葡萄酒市场运行分析
  - 5.2.7 泰安葡萄酒市场发展特点分析
- 5.3 中国葡萄酒市场消费分析
  - 5.3.1 我国葡萄酒市场消费概况
  - 5.3.2 葡萄酒市场不同消费群体解析
  - 5.3.3 葡萄酒市场消费者行为调查研究
  - 5.3.4 进口葡萄酒市场消费调查分析
  - 5.3.5 影响葡萄酒消费的三点因素
  - 5.3.6 餐饮终端市场葡萄酒消费特点
- 5.4 中国葡萄酒市场存在的问题
  - 5.4.1 葡萄酒市场的乱象
  - 5.4.2 葡萄酒市场四大问题亟待改善
  - 5.4.3 中国葡萄酒目标市场定位不明
- 5.5 拓展葡萄酒市场的战略措施

5.5.1 葡萄酒企业开拓市场的五大策略

5.5.2 中国葡萄酒市场发展建议

5.5.3 葡萄酒市场实现稳步发展的战略

## 第六章 红葡萄酒与桃红葡萄酒

6.1 红葡萄酒特性

6.1.1 酿红葡萄酒的葡萄品种

6.1.2 红葡萄酒的健康功效

6.1.3 影响红葡萄酒颜色的因素

6.1.4 红葡萄酒生产工艺

6.2 红葡萄酒的市场概况与前景

6.2.1 印度消费者偏好消费红葡萄酒

6.2.2 新西兰酒厂大力开拓中国红葡萄酒市场

6.2.3 “串货”导致红酒低价抛售

6.2.4 我国开发出新型红葡萄酒产品

6.3 桃红葡萄酒市场状况

6.3.1 桃红葡萄酒的质量标准及其特点

6.3.2 2010年美国进口桃红葡萄酒销量增势喜人

6.3.3 2010-2013年英国桃红葡萄酒市场状况阐述

6.3.4 中国桃红葡萄酒市场发展分析

6.3.5 法国普罗旺斯桃红葡萄酒中国市场热销

6.3.6 浅议桃红葡萄酒企业市场突围战略

## 第七章 干葡萄酒

7.1 干红葡萄酒相关特性

7.1.1 干红葡萄酒简介

7.1.2 干红葡萄酒的生产工艺

7.1.3 干红葡萄酒酿造中橡木的使用

7.2 干红葡萄酒市场分析

7.2.1 我国芦荟干红借助国际公司挺进全球市场

7.2.2 2007年新疆伊珠干红首次销往福建三明

7.2.3 2009年我国第一批高档干红葡萄酒在津研制成功

7.2.4 2010年山东研发出干红葡萄酒闪蒸系统

7.2.5 未来发展干红葡萄酒文化的前景



## 7.3 干白葡萄酒相关特性

### 7.3.1 干白葡萄酒的酿造

### 7.3.2 干白葡萄酒的酿造控制工艺

### 7.3.3 优质干白葡萄酒酿造工艺要求

### 7.3.4 浅析干白葡萄酒的营养

## 7.4 干白葡萄酒发展概述

### 7.4.1 我国白葡萄酒市场发展回顾

### 7.4.2 我国干白葡萄酒市场发展现状

### 7.4.3 干白葡萄酒市场消费情况阐述

### 7.4.4 突破我国干白市场困境的主要方法

### 7.4.5 未来干白葡萄酒将成为一大流行趋势

## 第八章 其它葡萄酒

### 8.1 甜葡萄酒

#### 8.1.1 甜葡萄酒的历史与酿造工艺

#### 8.1.2 欧盟新规批准新西兰甜葡萄酒进入其市场

#### 8.1.3 美国甜型葡萄酒再受消费者青睐

#### 8.1.4 甜葡萄酒低价出售原因分析

#### 8.1.5 甜型葡萄酒企业出路之所在

#### 8.1.6 我国甜葡萄酒向高端方向发展

### 8.2 冰葡萄酒

#### 8.2.1 冰葡萄酒的概念及其生产状况

#### 8.2.2 国内冰酒生产工艺的开发

#### 8.2.3 中国冰酒产业的发展现状剖析

#### 8.2.4 辽宁桓仁县全力打造冰葡萄酒产业

#### 8.2.5 2013年我国冰葡萄酒地方标准通过审查

#### 8.2.6 加拿大冰葡萄酒发力中国市场

#### 8.2.7 冰酒市场推广的营销策略

### 8.3 山葡萄酒

#### 8.3.1 我国山葡萄酒产业发展综述

#### 8.3.2 山葡萄酒的品质特点与保健功能

#### 8.3.3 山葡萄酒的制作工艺

#### 8.3.4 2010年我国山葡萄酒国标制定进展

### 8.3.5 我国山葡萄酒发展的对策分析

## 8.4 起泡葡萄酒

### 8.4.1 起泡葡萄酒的酿造方法

### 8.4.2 细菌对起泡葡萄酒的质量影响

### 8.4.3 英国起泡酒市场份额占比大

### 8.4.4 美国起泡葡萄酒市场发展前景展望

### 8.4.5 我国起泡葡萄酒市场吸引力增强

### 8.4.6 我国进口起泡酒市场发展前景展望

## 8.5 新型葡萄酒简介

### 8.5.1 红米葡萄酒

### 8.5.2 富香葡萄酒

### 8.5.3 大蒜葡萄酒

### 8.5.4 西瓜葡萄酒

### 8.5.5 无酒精葡萄酒

### 8.5.6 罐装葡萄酒

## 第九章 葡萄酒高端市场

### 9.1 葡萄酒高端市场发展状况

#### 9.1.1 探究葡萄酒高端产品

#### 9.1.2 2010年国际高端葡萄酒市场运行状况

#### 9.1.3 中国国产葡萄酒力图争夺高端市场

#### 9.1.4 中国高端葡萄酒商业模式的创新

### 9.2 高端葡萄酒面临的问题及发展战略

#### 9.2.1 国产高端葡萄酒发展面临的问题

#### 9.2.2 发展中国高端葡萄酒市场的措施

#### 9.2.3 我国高端葡萄酒发展的基本思路

#### 9.2.4 解析葡萄酒高端产品的营销策略

### 9.3 葡萄酒高端市场前景

#### 9.3.1 未来高端葡萄酒还有提升空间

#### 9.3.2 高档葡萄酒的发展前景相当可观

#### 9.3.3 高档葡萄酒销售渠道日趋完善

## 第十章 年份酒

### 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
  - 10.2.1 波尔多2007年份葡萄酒
  - 10.2.2 罗曼尼康帝2008年份葡萄酒
  - 10.2.3 德国2009年份葡萄酒
  - 10.2.4 勃艮第2009年份葡萄酒
  - 10.2.5 德国2010年份葡萄酒
  - 10.2.6 波尔多2010年份葡萄酒
- 10.3 中国市场年份酒状况
  - 10.3.1 年份酒遭遇葡萄酒新国标
  - 10.3.2 葡萄酒并非年份越久越醇香
  - 10.3.3 我国红酒年份酒检测及管理标准欠缺
  - 10.3.4 山东蓬莱首制年份葡萄酒管理办法
  - 10.3.5 2013年昌黎产区年份葡萄酒研究取得重大突破

## 第十一章 庄园酒

- 11.1 中国庄园葡萄酒发展分析
  - 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
- 11.2 葡萄酒庄项目发展情况
  - 11.2.1 云南借法国经验建葡萄酒庄园聚集区
  - 11.2.2 2010年茅台投资建设葡萄酒庄园
  - 11.2.3 2010年石河子张裕葡萄酒庄园建成投产
  - 11.2.4 2010年北京房山区葡萄酒庄园项目集群建设启动
  - 11.2.5 斥资10亿美元葡萄酒庄园项目将落户郑州
- 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 中国葡萄酒区域产业发展分析

### 12.1 烟台

12.1.1 2010年烟台葡萄酒产业发展综述

12.1.2 2013年上半年烟台葡萄酒产业运行状况

12.1.3 烟台发展葡萄酒产业的优势与条件

12.1.4 烟台葡萄酒行业发展的成就及经验

12.1.5 2014年烟台葡萄酒业财政扶持政策开始实施

12.1.6 烟台葡萄酒产业存在的问题及规划展望

### 12.2 昌黎

12.2.1 昌黎葡萄酒产业发展现状

12.2.2 昌黎推动葡萄酒产业发展的措施与经验

12.2.3 昌黎葡萄酒产区发展存在问题及对策分析

12.2.4 河北昌黎葡萄酒产业总体规划情况

12.2.5 昌黎干红葡萄酒产业打造酒庄集群化发展

### 12.3 宁夏

12.3.1 宁夏葡萄酒产业发展概况

12.3.2 借势酒庄集群推进宁夏葡萄产业发展

12.3.3 宁夏葡萄酒产业发展所面临的困境和出路

12.3.4 宁夏葡萄酒产业的发展措施与建议

12.3.5 宁夏葡萄酒产业的规划目标

12.3.6 宁夏葡萄酒行业的发展方向与思路

### 12.4 甘肃

12.4.1 甘肃省葡萄酒行业发展概况

12.4.2 2010-2013年甘肃省葡萄酒产业发展现状

12.4.3 甘肃省发展葡萄酒行业的优势条件

12.4.4 甘肃省葡萄酒行业发展面临的问题

12.4.5 甘肃省保障葡萄酒业发展的措施

12.4.6 未来十年甘肃省葡萄酒业发展思路及目标

### 12.5 新疆

12.5.1 新疆葡萄酒产业发展概况

- 12.5.2 2010年新疆葡萄酒业运行简述
- 12.5.3 焉耆盆地葡萄酒领域发展概况
- 12.5.4 和硕县葡萄酒产业发展前景看好
- 12.6 吉林
  - 12.6.1 吉林各地葡萄酒品牌分立
  - 12.6.2 吉林通化市葡萄酒产业发展现状
  - 12.6.3 吉林葡萄酒市场的营销策略
  - 12.6.4 吉林柳河县山葡萄酒产业未来发展规划
  - 12.6.5 今后吉林将重点发展葡萄酒旅游业
- 第十三章 中国葡萄酒产业进出口分析
  - 13.1 中国葡萄酒产业进出口概况
    - 13.1.1 2009年我国葡萄酒进口总额攀高峰
    - 13.1.2 2009年我国葡萄酒出口简况
    - 13.1.3 2010年我国葡萄酒进口情况解析
    - 13.1.4 2013年我国葡萄酒进出口情况
  - 13.2 进口葡萄酒市场分析
    - 13.2.1 我国进口葡萄酒市场概述
    - 13.2.2 进口葡萄酒进入国内市场的机会分析
    - 13.2.3 中国进口葡萄酒市场存在的问题
    - 13.2.4 当前葡萄酒进口值得关注的问题
    - 13.2.5 进口葡萄酒占据国内市场的对策
    - 13.2.6 中国进口葡萄酒应加速本土化进程
  - 13.3 部分地区葡萄酒进口情况
    - 13.3.1 2009年连云港口岸进口葡萄酒量价齐升
    - 13.3.2 2010年上海葡萄酒市场进口增长
    - 13.3.3 2010年浙江省葡萄酒进口的主要特征分析
    - 13.3.4 2013年1-10月温州葡萄酒进口增长势头迅猛
    - 13.3.5 2013年1-10月宁波葡萄酒进口强劲增长
- 第十四章 葡萄酒行业竞争分析
  - 14.1 我国葡萄酒市场竞争动态分析
    - 14.1.1 国内葡萄酒市场竞争趋于激烈
    - 14.1.2 认证助力葡萄酒企业增强竞争力

- 14.1.3 二线葡萄酒品牌的竞争解析
- 14.1.4 葡萄酒市场开启服务战新纪元
- 14.1.5 葡萄酒行业竞争趋势剖析
- 14.2 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 国外葡萄酒大量进入中国的原因
  - 14.2.4 面对竞争中国葡萄酒巨头加速展开行动
  - 14.2.5 未来中外品牌竞争格局预测
- 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 加快国际化进程打造葡萄酒行业竞争力
  - 14.4.4 提高我国葡萄酒行业竞争力的关键在于资源整合
  - 14.4.5 中国葡萄酒企业提升竞争优势的五大途径
  - 14.4.6 重视开发有机葡萄酒走差异化之路
  - 14.4.7 葡萄酒经销商的竞争力打造
  - 14.4.8 中小型葡萄酒厂提升竞争力的措施
- 第十五章 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 浅析法系葡萄酒在国内市场营销谋变
    - 15.1.4 澳洲虎葡萄酒的创新营销模式分析
    - 15.1.5 葡萄酒网络营销迅速崛起
    - 15.1.6 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 红酒分渠道亟待解决的四大问题
- 15.2.4 夜场在葡萄酒区域市场开发中的作用
- 15.2.5 葡萄酒超市营销渠道运作流程
- 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 长城葡萄酒探索网络行销模式
  - 15.3.3 王朝营销策略
- 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 品牌的内在属性构成
  - 15.4.3 品牌营销的结构剖析
  - 15.4.4 中国葡萄酒品牌营销误区
  - 15.4.5 中国葡萄酒副品牌的开发策略
  - 15.4.6 葡萄酒高端产品品牌策略分析
- 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 未来十年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 中国葡萄酒产业政策环境分析

#### 16.1 国际葡萄酒标准情况

##### 16.1.1 国际葡萄酒组织实施最新环保标准

##### 16.1.2 法国葡萄酒产区定级标准

##### 16.1.3 德国葡萄酒执行严格的标准

##### 16.1.4 意大利葡萄酒产区定级标准

##### 16.1.5 西班牙葡萄酒评级标准

#### 16.2 中国葡萄酒行业政策标准制定情况

##### 16.2.1 葡萄酒产业的政策环境概述

##### 16.2.2 2008年我国葡萄酒国标开始执行

##### 16.2.3 解析《地理标志产品通化山葡萄酒》标准体系

##### 16.2.4 葡萄酒新国标制定进展及改动

##### 16.2.5 葡萄酒使用添加剂的相关标准规定

#### 16.3 葡萄酒行业地方标准

##### 16.3.1 《蓬莱产区控制葡萄酒》地方标准颁布实施

##### 16.3.2 葡萄酒庄省级标准将促进行业健康发展

##### 16.3.3 冰葡萄酒地方标准获准通过

#### 16.4 相关政策法规

##### 16.4.1 中国葡萄酿酒技术规范

##### 16.4.2 葡萄酒标准GB15037-2006

##### 16.4.3 国家行业标准之山葡萄酒

##### 16.4.4 葡萄酒生产管理办法

##### 16.4.5 酒类广告管理办法

##### 16.4.6 葡萄酒消费税管理办法

### 第十七章 国际葡萄酒生产企业

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

#### 17.2 帝亚吉欧公司 (DIAGEO PLC)

#### 17.3 保乐力加集团 (PERNOD RICARD GROUP)

#### 17.4 福斯特集团 (FOSTER'S GROUP LIMITED)

### 第十八章 国内葡萄酒生产企业

#### 18.1 张裕葡萄酿酒股份有限公司



- 18.1.1 企业概况
- 18.1.2 竞争优势分析
- 18.1.3 2013-2014年经营状况分析
- 18.1.4 2014-2020年公司发展战略分析
- 18.2 中信国安葡萄酒业股份有限公司
- 18.2.1 企业概况
- 18.2.2 竞争优势分析
- 18.2.3 2013-2014年经营状况分析
- 18.2.4 2014-2020年公司发展战略分析
- 18.3 中法合营王朝葡萄酿酒有限公司
- 18.3.1 企业概况
- 18.3.2 竞争优势分析
- 18.3.3 2013-2014年经营状况分析
- 18.3.4 2014-2020年公司发展战略分析
- 18.4 通化葡萄酒股份有限公司
- 18.4.1 企业概况
- 18.4.2 竞争优势分析
- 18.4.3 2013-2014年经营状况分析
- 18.4.4 2014-2020年公司发展战略分析
- 第十九章 葡萄酒原材料供应分析
- 19.1 酿酒葡萄概述
- 19.1.1 葡萄栽培历史沿革
- 19.1.2 酿酒葡萄品种介绍
- 19.1.3 气候对葡萄种植的影响
- 19.1.4 葡萄树龄对葡萄酒的影响
- 19.1.5 酿酒用葡萄基本架式
- 19.2 国外酿酒葡萄的分布及生产
- 19.2.1 全球酿酒葡萄的主要种植区
- 19.2.2 2010年欧洲各国酿酒用葡萄收获状况详述
- 19.2.3 2010年美国纳帕谷酿酒用葡萄生产概述
- 19.3 中国酿酒葡萄的种植及培育
- 19.3.1 酿酒葡萄的分布与面积

- 19.3.2 中国酿酒葡萄品种构成
  - 19.3.3 中国酿酒葡萄的质量
  - 19.3.4 中国酿酒葡萄栽培的特点
  - 19.4 中国九大葡萄产地分析
    - 19.4.1 东北产地
    - 19.4.2 渤海湾产地
    - 19.4.3 沙城产地
    - 19.4.4 清徐产地
    - 19.4.5 银川产地
    - 19.4.6 武威产地
    - 19.4.7 吐鲁番产地
    - 19.4.8 黄河故道产地
    - 19.4.9 云南高原产地
  - 19.5 2013年我国酿酒葡萄主要产区生产情况
    - 19.5.1 东北产区
    - 19.5.2 宁夏产区
    - 19.5.3 新疆产区
    - 19.5.4 沙城产区
    - 19.5.5 河西走廊
- ## 第二十章 葡萄酒业投资及前景预测
- 20.1 中国葡萄酒行业投资概况
    - 20.1.1 我国葡萄酒行业迎来投资机遇期
    - 20.1.2 我国葡萄酒行业投资区域集中度简析
    - 20.1.3 国内葡萄酒企业全球化投资提速
    - 20.1.4 温州葡萄酒产业掀起投资热潮
    - 20.1.5 葡萄酒行业投资前景看好
  - 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 投资葡萄酒行业亟需注意的问题
    - 20.2.3 投资国内葡萄酒产业的若干建议
    - 20.2.4 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 国际葡萄酒市场未来发展趋势
- 20.3.2 未来葡萄酒行业的发展趋向
- 20.3.3 未来几年国际葡萄酒市场消费整体预测
- 20.3.4 未来主要国家葡萄酒市场消费预测
- 20.4 中国葡萄酒行业发展前景及趋势预测
  - 20.4.1 我国葡萄酒市场消费潜力大
  - 20.4.2 国内葡萄酒产业四大发展趋势
  - 20.4.3 中国葡萄酒市场未来发展趋势分析
  - 20.4.4 中国葡萄酒市场中长期消费趋势
  - 20.4.5 2013-2015年中国葡萄酒制造行业预测分析

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/putaojiu/Q361897X4G.html>