

2017-2022年中国葡萄酒市 场调查与发展趋势研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国葡萄酒市场调查与发展趋势研究报告》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.abaogao.com/b/putaojiu/S57750ORFI.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

据国际葡萄与葡萄酒组织(OIV)的数据显示，中国的葡萄园面积已跃居全球第二，2015 全球的葡萄酒产量达到 274.4 亿升，全球的葡萄酒消费情况已经趋于稳定。

国际葡萄与葡萄酒组织(OIV)公布的重要报告显示，2015 年，全球葡萄园面积已经增至 753.4 万公顷，葡萄酒生产和葡萄酒消费也有所增长。其中，新西兰和中国的葡萄园面积增长明显，且中国的葡萄种植面积已经超过法国，跃居全球第二位，仅次于西班牙。该报告中提到，目前西班牙的葡萄园面积依然保持绝对的领先地位，其面积超过 100 万公顷，为 102.1 万公顷；中国的葡萄园面积增至 82 万公顷，而法国的葡萄园面积为 78 万公顷。整体上，欧洲的葡萄种植面积继续呈缓慢递减趋势，2014 至 2015 年减少了 2.6 万公顷。

2015 年全球葡萄酒产量情况

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国葡萄酒市场调查与发展趋势研究报告》共十八章。首先介绍了葡萄酒行业市场发展环境、葡萄酒整体运行态势等，接着分析了葡萄酒行业市场运行的现状，然后介绍了葡萄酒市场竞争格局。随后，报告对葡萄酒做了重点企业经营状况分析，最后分析了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。

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 2015-2016年国际葡萄酒行业分析

2.1 2015-2016年世界葡萄酒行业供需格局

- 2.1.1 全球供应情况
- 2.1.2 市场消费需求
- 2.1.3 出口贸易分析
- 2.1.4 主要产区介绍
- 2.1.5 主要品牌发展
- 2.1.6 生产企业格局
- 2.1.7 欧盟放宽葡萄酒管制

2.2 2015-2016年世界葡萄酒行业运行态势

- 2.2.1 行业发展状况
- 2.2.2 细分市场分析
- 2.2.3 市场发展态势
- 2.2.4 行业变革分析
- 2.2.5 行业热点分析

2.3 2015-2016年世界葡萄酒拍卖市场发展分析

- 2.3.1 葡萄酒拍卖市场发展综述
- 2.3.2 2015年市场行情分析
- 2.3.3 2016年市场行情分析
- 2.3.4 2016年重点拍品介绍

2.4 法国

- 2.4.1 行业起源与发展
- 2.4.2 市场销量情况
- 2.4.3 生产供应现状
- 2.4.4 出口状况分析
- 2.4.5 市场份额分析
- 2.4.6 市场价格行情

2.4.7 行业政策规范

2.5 意大利

2.5.1 生产种植状况

2.5.2 市场产量规模

2.5.3 消费市场规模

2.5.4 出口贸易分析

2.5.5 进口贸易分析

2.5.6 原料相关简述

2.5.7 主要产区介绍

2.5.8 产区收成现状

2.6 澳大利亚

2.6.1 产业发展综述

2.6.2 主要产区简述

2.6.3 品种与生产企业

2.6.4 行业供给规模

2.6.5 市场消费态势

2.6.6 出口贸易状况

2.6.7 市场分化格局

2.6.8 投资合作机会

2.6.9 区域投资机遇

2.7 德国

2.7.1 产业文化及地位

2.7.2 产业特点分析

2.7.3 产品产量规模

2.7.4 市场消费情况

2.7.5 国际贸易分析

2.7.6 行业政策法规

2.7.7 未来发展前景

2.8 美国

2.8.1 行业发展进程

2.8.2 行业供给状况

2.8.3 市场消费状况

- 2.8.4 消费习惯调查
- 2.8.5 出口贸易分析
- 2.8.6 市场发展趋势
- 2.9 西班牙
 - 2.9.1 产业基本综述
 - 2.9.2 主要产区介绍
 - 2.9.3 产业发展环境
 - 2.9.4 行业供给现状
 - 2.9.5 主要销售市场
 - 2.9.6 出口贸易分析
- 2.10 智利
 - 2.10.1 产业发展简述
 - 2.10.2 主要产区介绍
 - 2.10.3 行业供给现状
 - 2.10.4 市场消费态势
 - 2.10.5 出口贸易分析
 - 2.10.6 关税变动情况
 - 2.10.7 产量规模预测
- 2.11 其他国家
 - 2.11.1 阿根廷
 - 2.11.2 葡萄牙
 - 2.11.3 加拿大
 - 2.11.4 南非
 - 2.11.5 新西兰
 - 2.11.6 俄罗斯
 - 2.11.7 格鲁吉亚
 - 2.11.8 保加利亚

第三章 2015-2016年中国葡萄酒行业发展分析

- 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概况
 - 3.2.1 主要产区分布
 - 3.2.2 行业发展优劣势
 - 3.2.3 产区化发展分析
 - 3.2.4 产业步入调整期
 - 3.2.5 产业国际竞争力
- 3.3 2015-2016年中国葡萄酒行业运行现状
 - 3.3.1 行业发展规模
 - 3.3.2 行业经济效益
 - 3.3.3 地区销售水平
 - 3.3.4 行业增长态势
 - 3.3.5 行业发展热点
- 3.4 2015-2016年全国及主要省份葡萄酒产量分析
 - 3.4.1 2015-2016年全国葡萄酒产量趋势
 - 3.4.2 2015年全国葡萄酒产量情况
 - 3.4.3 2016年全国葡萄酒产量情况
 - 3.4.4 2016年葡萄酒产量分布情况
 - 3.4.5 2016年全国葡萄酒产量情况
- 3.5 2015-2016年中国葡萄酒电商发展分析
 - 3.5.1 葡萄酒电商平台类型
 - 3.5.2 葡萄酒电商发展现状
 - 3.5.3 葡萄酒电商发展提速
 - 3.5.4 葡萄酒电商数据分析
 - 3.5.5 葡萄酒电商发展模式
 - 3.5.6 葡萄酒电商上市路径
 - 3.5.7 主要电商平台发展态势
 - 3.5.8 电商对行业的冲击作用
 - 3.5.9 企业电商发展路径探索
- 3.6 中国葡萄酒工业存在的问题
 - 3.6.1 行业突出问题

- 3.6.2 产业制约因素
- 3.6.3 行业发展困境
- 3.6.4 行业挑战分析
- 3.7 中国葡萄酒工业发展的对策
 - 3.7.1 行业发展战略探讨
 - 3.7.2 行业个性化发展建议
 - 3.7.3 产业差异化经营策略
 - 3.7.4 纠正行业认知偏差
 - 3.7.5 产业健康发展策略

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 2011-2016年葡萄酒制造业销售规模
 - 4.1.2 2011-2016年葡萄酒制造业利润规模
 - 4.1.3 2011-2016年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 2011-2016年葡萄酒制造业亏损面
 - 4.2.2 2011-2016年葡萄酒制造业销售毛利率
 - 4.2.3 2011-2016年葡萄酒制造业成本费用利润率
 - 4.2.4 2011-2016年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 2011-2016年葡萄酒制造业应收账款周转率
 - 4.3.2 2011-2016年葡萄酒制造业流动资产周转率
 - 4.3.3 2011-2016年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 2011-2016年葡萄酒制造业资产负债率
 - 4.4.2 2011-2016年葡萄酒制造业利息保障倍数
- 4.5 中国葡萄酒制造行业财务状况综合评价
 - 4.5.1 葡萄酒制造业财务状况综合评价
 - 4.5.2 影响葡萄酒制造业财务状况的经济因素分析

第五章 2015-2016年中国葡萄酒市场发展分析

5.1 2015-2016年中国葡萄酒市场总体情况

5.1.1 市场运行环境

5.1.2 市场运行现状

5.1.3 行业动态分析

5.1.4 市场与产品结构

5.1.5 市场最新变化

5.1.6 产品时代细分

5.1.7 发力二三线市场

5.2 2015-2016年中国葡萄酒市场消费分析

5.2.1 市场消费规模水平

5.2.2 消费市场现状特征

5.2.3 市场消费趋向理性

5.2.4 市场消费风向分析

5.2.5 消费群体属性分析

5.2.6 消费行为调查分析

5.2.7 消费行为影响因素

5.2.8 终端市场消费特点

5.3 2015-2016年部分地区葡萄酒市场发展状况

5.3.1 北京葡萄酒市场

5.3.2 天津葡萄酒市场

5.3.3 广州葡萄酒市场

5.3.4 深圳葡萄酒市场

5.3.5 成都葡萄酒市场

5.3.6 温州葡萄酒市场

5.3.7 大连葡萄酒市场

5.3.8 武汉葡萄酒市场

5.3.9 福建葡萄酒市场

5.3.10 云南葡萄酒市场

5.4 中国葡萄酒市场存在的问题

5.4.1 市场乱象分析

5.4.2 市场四大问题

5.4.3 市场定位不明

5.4.4 市场矛盾分析

5.5 拓展葡萄酒市场的战略措施

5.5.1 市场稳步发展建议

5.5.2 市场开拓策略探索

5.5.3 企业市场突围建议

第六章 2015-2016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 2015-2016年葡萄酒高端市场发展状况

6.2.1 高端葡萄酒发展回顾

6.2.2 高端葡萄酒市场潜力

6.2.3 高端红酒市场的变迁

6.2.4 高档葡萄酒消费状况

6.2.5 高端葡萄酒进口分析

6.3 高端葡萄酒面临的问题及发展战略

6.3.1 高端葡萄酒行业面临的瓶颈

6.3.2 国产高端葡萄酒存在的问题

6.3.3 发展高端葡萄酒市场的措施

6.3.4 葡萄酒高端产品营销策略

6.4 葡萄酒高端市场前景分析

6.4.1 高端葡萄酒市场空间分析

6.4.2 高端葡萄酒的发展前景可观

6.4.3 高端葡萄酒市场的发展趋势

第七章 2015-2016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 2015-2016年红葡萄酒的市场状况
 - 7.2.1 新西兰酒厂拓展中国市场
 - 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 2015-2016年桃红葡萄酒市场状况
 - 7.3.1 全球桃红葡萄酒销量
 - 7.3.2 桃红葡萄酒质量标准及特点
 - 7.3.3 法国桃红葡萄酒相关概况
 - 7.3.4 法国普罗旺斯桃红葡萄酒市场
 - 7.3.5 法国波尔多桃红葡萄酒产量
 - 7.3.6 法国卢瓦尔河谷桃红葡萄酒市场
 - 7.3.7 中国桃红葡萄酒市场发展分析
 - 7.3.8 桃红葡萄酒企业市场突围战略

第八章 2015-2016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 干白葡萄酒酿造工艺介绍
 - 8.2.1 干白葡萄酒的酿造
 - 8.2.2 干白葡萄酒的酿造控制工艺
 - 8.2.3 优质干白葡萄酒酿造工艺要求
 - 8.2.4 浅析干白葡萄酒的营养
- 8.3 2015-2016年干红葡萄酒市场状况
 - 8.3.1 干红葡萄酒成山东地区消费热点

- 8.3.2 新疆干红葡萄酒发展动态
- 8.3.3 秦皇岛干红葡萄酒产业分析
- 8.3.4 干红葡萄酒文化发展前景
- 8.4 2015-2016年干白葡萄酒市场综述
 - 8.4.1 白葡萄酒市场回顾
 - 8.4.2 白葡萄酒市场现状
 - 8.4.3 白葡萄酒成女性消费热点
 - 8.4.4 突破干白市场困境的方法
 - 8.4.5 未来干白葡萄酒流行趋势

第九章 2015-2016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 美国甜葡萄酒市场状况
 - 9.1.3 国产甜红葡萄酒受欢迎
 - 9.1.4 甜型葡萄酒企业出路之所在
- 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 国内冰酒生产工艺的开发
 - 9.2.3 国内冰葡萄酒发展空间巨大
 - 9.2.4 中国冰葡萄酒产业发展概况
 - 9.2.5 辽宁桓仁县冰葡萄酒产业分析
 - 9.2.6 制约国产冰葡萄酒发展的关键
 - 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 山葡萄酒品质与功效
 - 9.3.2 山葡萄酒的制作工艺
 - 9.3.3 西藏山葡萄酒业的发展状况
 - 9.3.4 吉林通化市山葡萄酒市场现状
 - 9.3.5 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 全球起泡葡萄酒供需状况
- 9.4.4 美国起泡葡萄酒市场现状
- 9.4.5 意大利起泡葡萄酒销量现状
- 9.4.6 英国起泡酒销售状况
- 9.4.7 国内起泡葡萄酒消费现状
- 9.4.8 国内起泡葡萄酒增长因素
- 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 2015-2016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
 - 10.1.4 葡萄酒年份的理解
- 10.2 国外年份葡萄酒市场行情
 - 10.2.1 德国
 - 10.2.2 新西兰
 - 10.2.3 法国波尔多
 - 10.2.4 法国勃艮第
 - 10.2.5 法国罗纳河谷
- 10.3 中国市场年份酒状况
 - 10.3.1 我国年份酒检测及管理标准欠缺
 - 10.3.2 山东蓬莱首制年份葡萄酒管理办法
 - 10.3.3 河北昌黎产区年份葡萄酒研究突破

第十一章 2015-2016年葡萄酒庄园酒市场分析

11.1 2015-2016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 兴起庄园投资建设热潮

11.1.3 庄园运动带来的变局

11.1.4 酒庄酒促进高端市场发展

11.1.5 我国酒庄葡萄酒产业现状

11.1.6 我国推出葡萄酒庄酒标准

11.2 中国部分地区葡萄酒庄园发展分析

11.2.1 山东庄园葡萄酒管理规范实施

11.2.2 甘肃庄园葡萄酒业发展规划分析

11.2.3 新疆和硕县政策促进葡萄酒庄发展

11.2.4 房山区酒庄葡萄酒产业优势及模式

11.3 2015-2016年葡萄酒庄项目发展状况

11.3.1 2015年葡萄酒庄项目发展状况

11.3.2 2016年葡萄酒庄项目发展状况

11.3.3 2016年葡萄酒庄项目发展动态

11.4 酒庄酒发展建议及策略

11.4.1 酒庄酒应挖掘深层价值

11.4.2 国产庄园酒的发展之路

11.4.3 酒庄酒发展的三点思考

11.4.4 做好酒庄酒必须注意的前提

11.4.5 我国庄园葡萄酒的发展建议

第十二章 2015-2016年中国葡萄酒区域产业发展分析

12.1 烟台

12.1.1 产业优势条件

12.1.2 行业发展回顾

12.1.3 经济运行现状

12.1.4 发展特征分析

12.1.5 产业发展形势

12.1.6 发展战略建议

12.1.7 产业发展规划

12.2 河北

12.2.1 产业优势条件

12.2.2 总体发展现状

12.2.3 昌黎产区分析

12.2.4 怀来产区分析

12.2.5 发展对策建议

12.2.6 产业发展规划

12.3 宁夏

12.3.1 产业规模现状

12.3.2 品牌发展成就

12.3.3 重点政策分析

12.3.4 产业战略动态

12.3.5 产业发展建议

12.3.6 产业发展规划

12.4 甘肃

12.4.1 产业发展动力

12.4.2 产业发展回顾

12.4.3 产业发展现状

12.4.4 产业发展优势

12.4.5 武威地区分析

12.4.6 产业发展规划

12.4.7 主要发展措施

12.5 新疆

12.5.1 产业总体现状

12.5.2 昌吉发展分析

12.5.3 巴州发展分析

12.5.4 吐鲁番发展分析

12.5.5 未来初步规划

12.5.6 发展对策建议

12.6 云南

12.6.1 产业发展现状

- 12.6.2 产业优势条件
- 12.6.3 葡萄酒电商
- 12.6.4 主要发展不足
- 12.6.5 未来发展潜力
- 12.6.6 产业战略方向

第十三章 2015-2016年中国葡萄酒产业进出口分析

- 13.1 2015-2016年中国葡萄酒进口总体状况
 - 13.1.1 2015年葡萄酒进口状况分析
 - 13.1.2 2016年葡萄酒进口状况分析
 - 13.1.3 2016年葡萄酒十大进口市场
 - 13.1.4 2016年葡萄酒进口状况分析
 - 13.1.5 葡萄酒进口关税调整
 - 13.1.6 终止对欧葡萄酒反倾销调查
 - 13.1.7 进口葡萄酒质量问题
 - 13.1.8 葡萄酒跨境电商新政
- 13.2 2015-2016年中国进口葡萄酒行业分析
 - 13.2.1 进口葡萄酒行业发展特征
 - 13.2.2 进口葡萄酒市场价格分析
 - 13.2.3 进口葡萄酒的主要渠道
 - 13.2.4 进口葡萄酒的消费特点
 - 13.2.5 进口葡萄酒市场发展趋势
- 13.3 2015-2016年中国葡萄酒出口形势分析
 - 13.3.1 葡萄酒出口存在的问题
 - 13.3.2 促进葡萄酒出口的建议
 - 13.3.3 葡萄酒出口价格需调整
- 13.4 2015-2016年主要区域葡萄酒进口总体状况
 - 13.4.1 上海
 - 13.4.2 山东
 - 13.4.3 福建
 - 13.4.4 江苏
 - 13.4.5 河南

- 13.4.6 浙江
- 13.4.7 广东
- 13.4.8 广西
- 13.5 2015-2016年中国葡萄汽酒进出口数据分析
 - 13.5.1 2015-2016年中国葡萄汽酒进出口总量数据
 - 13.5.2 2015-2016年主要贸易国葡萄汽酒进出口情况分析
 - 13.5.3 2015-2016年主要省市葡萄汽酒进出口情况分析
- 13.6 2015-2016年中国装入≤2升的容器的鲜葡萄酿造的酒进出口数据分析
 - 13.6.1 中国装入≤2升的容器的鲜葡萄酿造的酒进出口总量数据分析
 - 13.6.2 2015-2016年主要贸易国装入≤2升的容器的鲜葡萄酿造的酒进出口情况分析
 - 13.6.3 2015-2016年主要省市装入≤2升的容器的鲜葡萄酿造的酒进出口情况分析
- 13.7 2015-2016年中国装入>2升的容器的鲜葡萄酿造的酒进出口数据分析
 - 13.7.1 中国装入>2升的容器的鲜葡萄酿造的酒进出口总量数据分析
 - 13.7.2 2015-2016年主要贸易国装入>2升的容器的鲜葡萄酿造的酒进出口情况分析
 - 13.7.3 2015-2016年主要省市装入>2升的容器的鲜葡萄酿造的酒进出口情况分析

第十四章 2015-2016年葡萄酒行业竞争分析

- 14.1 2015-2016年我国葡萄酒市场竞争动态分析
 - 14.1.1 服务竞争要素
 - 14.1.2 企业竞争动态
 - 14.1.3 中低端市场上扬
 - 14.1.4 线上市场竞争优势
 - 14.1.5 收购海外酒庄热潮
 - 14.1.6 企业争夺年轻消费群
 - 14.1.7 二线品牌的竞争解析
- 14.2 2015-2016年中外葡萄酒竞争状况分析
 - 14.2.1 本土葡萄酒的优劣势
 - 14.2.2 高税负影响本土酒业竞争力
 - 14.2.3 进口葡萄酒全面进入我国市场
 - 14.2.4 进口葡萄酒抢占中低端市场
 - 14.2.5 新旧世界葡萄酒在华竞争加剧
 - 14.2.6 进口葡萄酒市场触角逐步延伸

- 14.2.7 本土葡萄酒品牌竞争压力
- 14.2.8 中外葡萄酒竞争的积极影响
- 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 构建中国葡萄酒竞争力新纬度
 - 14.4.2 产业链竞争时代的企业战略
 - 14.4.3 本土企业提升竞争优势的途径
 - 14.4.4 葡萄酒经销商打造竞争力策略
 - 14.4.5 中小型酒厂提升竞争力的措施

第十五章 2015-2016年葡萄酒营销分析

- 15.1 国内外葡萄酒营销分析
 - 15.1.1 品牌化运营方式剖析
 - 15.1.2 “精准营销”模式分析
 - 15.1.3 进口葡萄酒开展微博营销
 - 15.1.4 葡萄酒行业营销模式亮点
 - 15.1.5 葡萄酒企业细分市场营销
 - 15.1.6 国内外葡萄酒营销文化差异
- 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
 - 15.2.6 国内电商营销平台建设加快
 - 15.2.7 夜场在区域市场开发中的作用
 - 15.2.8 红酒分渠道亟待解决的问题

- 15.2.9 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
 - 15.3.4 中粮君顶尝试跨界营销
- 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 螺旋盖包装葡萄酒受青睐
 - 15.5.3 葡萄酒非主流包装的市场动向
 - 15.5.4 中国葡萄酒包装期待变革
 - 15.5.5 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 2015-2016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 2015-2016年国外酿酒葡萄的分布及生产现状
 - 16.2.1 全球酿酒葡萄主要种植区
 - 16.2.2 全球葡萄园种植面积状况
 - 16.2.3 法国酿酒葡萄生产形势
 - 16.2.4 意大利酿酒葡萄生产形势
 - 16.2.5 美国加州酿酒葡萄生产形势
 - 16.2.6 澳洲酿酒葡萄生产形势
- 16.3 中国酿酒葡萄的种植及培育
 - 16.3.1 中国酿酒葡萄种植概况
 - 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 2013-2015年我国酿酒葡萄主要产区生产现状
 - 16.5.1 宁夏产区
 - 16.5.2 新疆产区
 - 16.5.3 河北产区

16.5.4 胶东半岛

16.5.5 河西走廊

第十七章 2015-2016年国内葡萄酒生产企业经营状况

17.1 中粮酒业有限公司

17.1.1 企业发展概况

17.1.2 中粮长城发展综述

17.1.3 产品销售状况分析

17.1.4 中粮长城战略布局

17.1.5 葡萄酒种植基地

17.1.6 中粮长城业务转型

17.2 烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司

17.2.1 企业发展概况

17.2.2 经营效益分析

17.2.3 业务经营分析

17.2.4 财务状况分析

17.2.5 企业项目规划

17.2.6 未来前景展望

17.3 中法合营王朝葡萄酿酒有限公司

17.3.1 企业发展概况

17.3.2 企业经营状况

17.3.3 产品营销网络

17.3.4 经营亟待改善

17.4 甘肃莫高实业发展股份有限公司

17.4.1 企业发展概况

17.4.2 经营效益分析

17.4.3 业务经营分析

17.4.4 财务状况分析

17.4.5 品牌价值提升

17.4.6 未来前景展望

17.5 中国通天酒业集团有限公司

17.5.1 企业发展概况

- 17.5.2 企业经营状况
- 17.5.3 销售网络拓展
- 17.5.4 企业战略动向
- 17.6 中信国安葡萄酒业股份有限公司
 - 17.6.1 企业发展概况
 - 17.6.2 经营效益分析
 - 17.6.3 业务经营分析
 - 17.6.4 财务状况分析
 - 17.6.5 企业动态分析
 - 17.6.6 未来前景展望

第十八章 葡萄酒业投资及前景预测 (ZY GXH)

- 18.1 中国葡萄酒行业投资状况
 - 18.1.1 投资模式分析
 - 18.1.2 行业投资态势
 - 18.1.3 投资机会分析
 - 18.1.4 行业投资潜力
 - 18.1.5 西部地区投资机遇
- 18.2 葡萄酒产业投资建议
 - 18.2.1 行业投资要领
 - 18.2.2 行业投资准备工作
 - 18.2.3 行业投资需注意的问题
 - 18.2.4 投资酒庄存在的风险
 - 18.2.5 产业投资若干建议
 - 18.2.6 投资市场选择建议
- 18.3 世界葡萄酒未来发展趋势预测
 - 18.3.1 市场发展趋势
 - 18.3.2 未来行业变化
 - 18.3.3 市场需求预测
- 18.4 中国葡萄酒行业前景展望
 - 18.4.1 行业发展前景预测
 - 18.4.2 市场发展走势分析

- 18.4.3 市场消费变化趋势
- 18.4.4 区域市场潜力分析
- 18.4.5 “十三五”发展趋势
- 18.5 2017-2022年中国葡萄酒制造行业预测分析
 - 18.5.1 中国葡萄酒制造行业发展因素分析
 - 18.5.2 2017-2022年中国葡萄酒制造行业收入预测
 - 18.5.3 2017-2022年中国葡萄酒制造行业利润预测
 - 18.5.4 2017-2022年中国葡萄酒产量预测（ZY GXH）

图表目录：

- 图表1 葡萄酒与人体血液必需氨基酸含量的比较
- 图表2 葡萄酒中微量元素的含量与人体每天需要量的比较
- 图表3 全球葡萄酒年产量
- 图表4 2016年全球10大产酒国排行榜（欧盟国家）
- 图表5 全球各个主要葡萄酒生产国产量分布示意图
- 图表6 五大葡萄酒拍卖行全球成交总额
- 图表7 法国葡萄酒十大产区
- 图表8 2000-2015年法国葡萄酒出口量及出口额
- 图表9 2015年法国各大类葡萄酒产品出口量和出口额
- 图表10 意大利葡萄酒进口总额和总量变动统计表
- 图表11 意大利瓶装葡萄酒进口总额和总量变动统计表
- 图表12 意大利散装葡萄酒进口总额和总量变动统计表
- 图表13 意大利气泡葡萄酒进口额和进口量变动统计表
- 图表14 意大利葡萄酒进口额统计表
- 图表15 意大利葡萄酒进口量统计表
- 图表16 2008-2016年澳大利亚葡萄压榨规模
- 图表17 2015-2016年澳大利亚红葡萄压榨规模
- 图表18 2015-2016年澳大利亚白葡萄压榨规模
- 图表19 2005-2016年澳洲葡萄酒出口额变化情况
- 图表20 澳洲葡萄酒前五大出口市场销售额情况
- 图表21 塔斯马尼亚葡萄酒产区情况
- 图表22 塔斯马尼亚凉爽气候葡萄酒生产商成长时间表

- 图表23 德国葡萄酒主产区
- 图表24 德国葡萄酒产量
- 图表25 德国白葡萄酒种植区域分布
- 图表26 德国红葡萄酒种植区域分布
- 图表27 美国各州酒庄数与葡萄酒产量情况
- 图表28 2016年美国葡萄酒销售情况
- 图表29 2016年美国葡萄酒主要出口国际及金额
- 图表30 保加利亚葡萄园区域分布表
- 图表31 中国主要葡萄酒公司的资源分布图
- 图表32 2010-2015年中国规模以上葡萄酒生产企业产品产量及增速
- 图表33 2002-2015年中国规模以上葡萄酒生产企业葡萄酒产量及主营业务收入增长
- 图表34 2006-2015年我国葡萄酒行业利润率水平
- 图表35 2015年中国葡萄酒行业部分地区规模以上生产企业销售收入及增速
- 图表36 2015-2016年全国葡萄酒产量趋势图
- 图表37 2015年全国葡萄酒产量数据
- 图表38 2015年主要省份葡萄酒产量占全国产量比重情况
- 图表39 2016年全国葡萄酒产量数据
- 图表40 2016年主要省份葡萄酒产量占全国产量比重情况
- 图表41 2016年全国葡萄酒产量数据
- 图表42 2016年葡萄酒产量集中程度示意图
- 图表43 2011-2016年葡萄酒制造业销售收入
- 图表44 2011-2015年葡萄酒制造业销售收入增长趋势图
- 图表45 2011-2016年葡萄酒制造业利润总额
- 图表46 2011-2015年葡萄酒制造业利润总额增长趋势图
- 图表47 2011-2016年葡萄酒制造业资产总额
- 图表48 2011-2015年葡萄酒制造业总资产增长趋势图
- 图表49 2011-2016年葡萄酒制造业亏损面
- 图表50 2011-2016年葡萄酒制造业亏损企业亏损总额
- 图表51 2011-2015年葡萄酒制造业销售毛利率趋势图
- 图表52 2011-2016年葡萄酒制造业成本费用率
- 图表53 2011-2015年葡萄酒制造业成本费用利润率趋势图
- 图表54 2011-2015年葡萄酒制造业销售利润率趋势图

- 图表55 2011-2015年葡萄酒制造业应收账款周转率对比图
- 图表56 2011-2015年葡萄酒制造业流动资产周转率对比图
- 图表57 2011-2015年葡萄酒制造业总资产周转率对比图
- 图表58 2011-2015年葡萄酒制造业资产负债率对比图
- 图表59 2011-2016年葡萄酒制造业利息保障倍数对比图
- 图表60 2015年我国各酒种消费量
- 图表61 2002-2015年我国人均葡萄酒消费量
- 图表62 2012-2015年我国葡萄酒消费区域对比
- 图表63 2016年我国葡萄酒进口量及进口总额
- 图表64 普罗旺斯红葡萄酒和桃红葡萄酒产量市场份额
- 图表65 2000-2016年间法国、意大利及西班牙散装白葡萄酒对比图
- 图表66 葡萄酒企业贷款发放情况
- 图表67 2013年全球起泡酒出口量/出口额
- 图表68 2016年十大进口起泡葡萄酒来源国
- 图表69 2016年十大进口起泡葡萄酒消费地区
- 图表70 房山区葡萄酒全产业链网发展模式框架
- 图表71 房山区葡萄酒产业“一带、两圈”总体布局
- 图表72 2015年主要进口来源国瓶装葡萄酒均价
- 图表73 2011-2015年主要进口来源国瓶装葡萄酒历年价格趋势
- 图表74 2011-2015年主要进口来源国瓶装葡萄酒进口量
- 图表75 2016年葡萄酒进口量及进口金额
- 图表76 2016年葡萄酒进口总量来源国排名前十名
- 图表77 2016年中国进口葡萄酒增长情况
- 图表78 2016年散装酒进口量前十进口来源国占比排名
- 图表79 2016年散装酒进口量前十省市占比排名
- 图表80 2016年我国进口葡萄酒平均单价
- 图表81 中国进口葡萄酒价格指数模型
- 图表82 进口葡萄酒价格指数
- 图表83 进口葡萄酒消费成熟度城市排名
- 图表84 未来进口葡萄酒的消费趋势
- 图表85 2013-2015年浙江省葡萄酒进口量价走势图
- 图表86 2015-2016年中国葡萄酒进口分析

- 图表87 2015-2016年中国葡萄汽酒出口分析
- 图表88 2015-2016年中国葡萄汽酒贸易现状分析
- 图表89 2015-2016年中国葡萄汽酒贸易顺逆差分析
- 图表90 2015年主要贸易国葡萄汽酒进口量及进口额情况
- 图表91 2016年主要贸易国葡萄汽酒进口量及进口额情况
- 图表92 2016年主要贸易国葡萄汽酒进口量及进口额情况
- 图表93 2015年主要贸易国葡萄汽酒出口量及出口额情况
- 图表94 2016年主要贸易国葡萄汽酒出口量及出口额情况
- 图表95 2016年主要贸易国葡萄汽酒出口量及出口额情况
- 图表96 2015年主要省市葡萄汽酒进口量及进口额情况
- 图表97 2016年主要省市葡萄汽酒进口量及进口额情况
- 图表98 2016年主要省市葡萄汽酒进口量及进口额情况
- 图表99 2015年主要省市葡萄汽酒出口量及出口额情况
- 图表100 2016年主要省市葡萄汽酒出口量及出口额情况
- 图表101 2016年主要省市葡萄汽酒出口量及出口额情况
- 图表102 2015-2016年中国装入≤2升的容器的鲜葡萄酿造的酒进口分析
- 图表103 2015-2016年中国装入≤2升的容器的鲜葡萄酿造的酒出口分析
- 图表104 2015-2016年中国装入≤2升的容器的鲜葡萄酿造的酒贸易现状分析
- 图表105 2015-2016年中国装入≤2升的容器的鲜葡萄酿造的酒贸易顺逆差分析
- 图表106 2015年主要贸易国装入≤2升的容器的鲜葡萄酿造的酒进口量及进口额情况
- 图表107 2016年主要贸易国装入≤2升的容器的鲜葡萄酿造的酒进口量及进口额情况
- 图表108 2016年主要贸易国装入≤2升的容器的鲜葡萄酿造的酒进口量及进口额情况
- 图表109 2015年主要贸易国装入≤2升的容器的鲜葡萄酿造的酒出口量及出口额情况
- 图表110 2016年主要贸易国装入≤2升的容器的鲜葡萄酿造的酒出口量及出口额情况
- 图表111 2016年主要贸易国装入≤2升的容器的鲜葡萄酿造的酒出口量及出口额情况
- 图表112 2015年主要省市装入≤2升的容器的鲜葡萄酿造的酒进口量及进口额情况
- 图表113 2016年主要省市装入≤2升的容器的鲜葡萄酿造的酒进口量及进口额情况
- 图表114 2016年主要省市装入≤2升的容器的鲜葡萄酿造的酒进口量及进口额情况
- 图表115 2015年主要省市装入≤2升的容器的鲜葡萄酿造的酒出口量及出口额情况
- 图表116 2016年主要省市装入≤2升的容器的鲜葡萄酿造的酒出口量及出口额情况
- 图表117 2016年主要省市装入≤2升的容器的鲜葡萄酿造的酒出口量及出口额情况
- 图表118 2015-2016年中国装入 > 2升的容器的鲜葡萄酿造的酒进口分析

- 图表119 2015-2016年中国装入 > 2升的容器的鲜葡萄酿造的酒出口分析
- 图表120 2015-2016年中国装入 > 2升的容器的鲜葡萄酿造的酒贸易现状分析
- 图表121 2015-2016年中国装入 > 2升的容器的鲜葡萄酿造的酒贸易顺逆差分析
- 图表122 2015年主要贸易国装入 > 2升的容器的鲜葡萄酿造的酒进口量及进口额情况
- 图表123 2016年主要贸易国装入 > 2升的容器的鲜葡萄酿造的酒进口量及进口额情况
- 图表124 2016年主要贸易国装入 > 2升的容器的鲜葡萄酿造的酒进口量及进口额情况
- 图表125 2015年主要贸易国装入 > 2升的容器的鲜葡萄酿造的酒出口量及出口额情况
- 图表126 2016年主要贸易国装入 > 2升的容器的鲜葡萄酿造的酒出口量及出口额情况
- 图表127 2016年主要贸易国装入 > 2升的容器的鲜葡萄酿造的酒出口量及出口额情况
- 图表128 2015年主要省市装入 > 2升的容器的鲜葡萄酿造的酒进口量及进口额情况
- 图表129 2016年主要省市装入 > 2升的容器的鲜葡萄酿造的酒进口量及进口额情况
- 图表130 2016年主要省市装入 > 2升的容器的鲜葡萄酿造的酒进口量及进口额情况
- 图表131 2015年主要省市装入 > 2升的容器的鲜葡萄酿造的酒出口量及出口额情况
- 图表132 2016年主要省市装入 > 2升的容器的鲜葡萄酿造的酒出口量及出口额情况
- 图表133 2016年主要省市装入 > 2升的容器的鲜葡萄酿造的酒出口量及出口额情况
- 图表134 不同葡萄品种对有效积温的要求
- 图表135 2015年和2013年葡萄成熟期单宁、总酚、色度对比图
- 图表136 2015年和2013年葡萄成熟期单宁、总酚、色度对比表
- 图表137 2012-2015财年星座公司综合收益表
- 图表138 2013-2015财年星座公司收入分部资料
- 图表139 2012-2015财年星座公司收入分地区资料
- 图表140 2013-2016财年星座公司综合收益表
- 图表141 2013-2016财年星座公司收入分部资料
- 图表142 2013-2016财年星座公司收入分地区资料
- 图表143 2015-2016财年星座公司综合收益表
- 图表144 2015-2016财年星座公司分部资料
- 图表145 2015-2016财年星座公司收入分地区资料
- 图表146 2012-2015财年帝亚吉欧综合损益表
- 图表147 2015财年帝亚吉欧不同部门销售情况
- 图表148 2012-2015财年帝亚吉欧不同产品销售额细分情况
- 图表149 2016财年帝亚吉欧公司销售额增长区域
- 图表150 2012/2013-2013/2015财年保乐力加综合收益表

- 图表151 2012/2013-2013/2015财年保乐力加收入分地区资料
- 图表152 2013/2015-2015/2016财年保乐力加综合收益表
- 图表153 2013/2015-2015/2016财年保乐力加收入分地区资料
- 图表154 2012/2013-2013/2015财年保乐力加综合损益表
- 图表155 2013-2015年酩悦•轩尼诗 - 路易•威登集团综合收益表
- 图表156 2013-2015年酩悦•轩尼诗 - 路易•威登集团收入分部资料
- 图表157 2015-2016年酩悦•轩尼诗 - 路易•威登集团收入分部资料
- 图表158 2016-2016年酩悦•轩尼诗 - 路易•威登集团收入分部资料
- 图表159 2015-2016年烟台张裕葡萄酒股份有限公司总资产和净资产
- 图表160 2015-2016年烟台张裕葡萄酒股份有限公司营业收入和净利润
- 图表161 2016年烟台张裕葡萄酒股份有限公司营业收入和净利润
- 图表162 2015-2016年烟台张裕葡萄酒股份有限公司现金流量
- 图表163 2016年烟台张裕葡萄酒股份有限公司现金流量
- 图表164 2016年烟台张裕葡萄酒股份有限公司主营业务收入分行业、分产品、分地区
- 图表165 2015-2016年烟台张裕葡萄酒股份有限公司成长能力
- 图表166 2016年烟台张裕葡萄酒股份有限公司成长能力
- 图表167 2015-2016年烟台张裕葡萄酒股份有限公司短期偿债能力
- 图表168 2016年烟台张裕葡萄酒股份有限公司短期偿债能力
- 图表169 2015-2016年烟台张裕葡萄酒股份有限公司长期偿债能力
- 图表170 2016年烟台张裕葡萄酒股份有限公司长期偿债能力
- 图表171 2015-2016年烟台张裕葡萄酒股份有限公司运营能力
- 图表172 2016年烟台张裕葡萄酒股份有限公司运营能力
- 图表173 2015-2016年烟台张裕葡萄酒股份有限公司盈利能力
- 图表174 2016年烟台张裕葡萄酒股份有限公司盈利能力
- 图表175 2013-2015年王朝酒业综合收益表
- 图表176 2015-2016年甘肃莫高实业发展股份有限公司总资产和净资产
- 图表177 2015-2016年甘肃莫高实业发展股份有限公司营业收入和净利润
- 图表178 2016年甘肃莫高实业发展股份有限公司营业收入和净利润
- 图表179 2015-2016年甘肃莫高实业发展股份有限公司现金流量
- 图表180 2016年甘肃莫高实业发展股份有限公司现金流量
- 图表181 2016年甘肃莫高实业发展股份有限公司主营业务收入分行业、分产品
- 图表182 2015-2016年甘肃莫高实业发展股份有限公司成长能力

- 图表183 2016年甘肃莫高实业发展股份有限公司成长能力
- 图表184 2015-2016年甘肃莫高实业发展股份有限公司短期偿债能力
- 图表185 2016年甘肃莫高实业发展股份有限公司短期偿债能力
- 图表186 2015-2016年甘肃莫高实业发展股份有限公司长期偿债能力
- 图表187 2016年甘肃莫高实业发展股份有限公司长期偿债能力
- 图表188 2015-2016年甘肃莫高实业发展股份有限公司运营能力
- 图表189 2016年甘肃莫高实业发展股份有限公司运营能力
- 图表190 2015-2016年甘肃莫高实业发展股份有限公司盈利能力
- 图表191 2016年甘肃莫高实业发展股份有限公司盈利能力
- 图表192 2012-2013年通天酒业综合收益表
- 图表193 2012-2013年通天酒业分部资料
- 图表194 2012-2013年通天酒业收入分地区资料
- 图表195 2013-2015年通天酒业综合收益表
- 图表196 2013-2015年通天酒业分部资料
- 图表197 2013-2015年通天酒业收入分地区资料
- 图表198 2015-2016年通天酒业综合收益表
- 图表199 2015-2016年通天酒业分部资料
- 图表200 2015-2016年通天酒业收入分地区资料
- 图表201 2015-2016年中信国安葡萄酒业股份有限公司总资产和净资产
- 图表202 2015-2016年中信国安葡萄酒业股份有限公司营业收入和净利润
- 图表203 2016年中信国安葡萄酒业股份有限公司营业收入和净利润
- 图表204 2015-2016年中信国安葡萄酒业股份有限公司现金流量
- 图表205 2016年中信国安葡萄酒业股份有限公司现金流量
- 图表206 2016年中信国安葡萄酒业股份有限公司主营业务收入分行业、分产品
- 图表207 2015-2016年中信国安葡萄酒业股份有限公司成长能力
- 图表208 2016年中信国安葡萄酒业股份有限公司成长能力
- 图表209 2015-2016年中信国安葡萄酒业股份有限公司短期偿债能力
- 图表210 2016年中信国安葡萄酒业股份有限公司短期偿债能力
- 图表211 2015-2016年中信国安葡萄酒业股份有限公司长期偿债能力
- 图表212 2016年中信国安葡萄酒业股份有限公司长期偿债能力
- 图表213 2015-2016年中信国安葡萄酒业股份有限公司运营能力
- 图表214 2016年中信国安葡萄酒业股份有限公司运营能力

- 图表215 2015-2016年中信国安葡萄酒业股份有限公司盈利能力
- 图表216 2016年中信国安葡萄酒业股份有限公司盈利能力
- 图表217 葡萄酒感官要求
- 图表218 葡萄酒理化要求
- 图表219 葡萄酒抽样表
- 图表220 山葡萄酒的感官要求
- 图表221 山葡萄酒的理化要求
- 图表222 山葡萄酒抽样方案
- 图表223 2017-2022年中国葡萄酒制造行业收入预测
- 图表224 2017-2022年中国葡萄酒制造行业利润总额预测
- 图表225 2017-2022年中国葡萄酒产量预测

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/putaojiu/S57750ORFI.html>