

# 2015-2020年中国葡萄酒市 场竞争力分析及投资前景研究报告

## 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

《2015-2020年中国葡萄酒市场竞争力分析及投资前景研究报告》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/yanjiu1412/L31618BS07.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】2014-12-13

【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《2015-2020年中国葡萄酒市场竞争力分析及投资前景研究报告》共二十章。首先介绍了葡萄酒的概念、由来及分类等，接着分析了国际国内葡萄酒行业的发展概况，并对中国葡萄酒制造行业的财务状况进行了细致地分析。然后分别介绍了中国葡萄酒总体市场、高端市场和红葡萄酒、桃红葡萄酒、干葡萄酒、甜葡萄酒、冰葡萄酒、山葡萄酒、起泡葡萄酒、新型葡萄酒、年份酒、庄园酒的发展。随后，报告对葡萄酒市场做了区域发展分析、进出口分析、行业竞争分析、营销分析、原料供应分析、国内外重点企业经营状况分析和产业政策环境分析，最后分析了葡萄酒制造业的投资潜力与未来前景。葡萄酒业的规模化和大发展是近百年来发生的事情，现在葡萄酒业已遍布全球五大洲，葡萄酒的生产大国也不再局限于西欧国家，在美洲、大洋洲、非洲和亚洲也崛起了一些葡萄酒生产大国。

目前，中国已经拥有东北、北京、天津、河北、山东、山西、黄河故道、新疆、甘肃、陕西、宁蒙、西南高山、广西等13个葡萄酒产区，几乎覆盖了国内全部适合种植酿酒葡萄的区域，中国的葡萄酒地图正日渐清晰，相关的投资和产业链建设也正在向这些区域聚集。

近年来，随着国内需求的不断增长，我国成为了世界上葡萄酒消费增长最快的市场。我国人均葡萄酒消费量已突破1升大关。国内消费能力快速成长刺激葡萄酒制造业规模扩大。2012年1-12月，全国葡萄酒累计产量为1381614.56千升，比2011年同期增长了16.90%。2013年1-12月，全国葡萄酒累计产量为1178341.04千升。2014年1-6月我国共生产葡萄酒508459.74千升。

2012年7月，我国《葡萄酒行业准入条件》实施，对除特种葡萄酒生产企业之外的新建企业和酒庄，设置了规模、原料保障能力等硬性门槛。2012年我国发布了《葡萄酒行业“十二五”发展规划》，《规划》提出，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，比2010年增长85%，年均增长13%；利税120亿元，比2010年增长88%，年均增长13%。未来几年内，中国葡萄酒产业将迎来的是挑战和机遇并存的时代，同时发展潜力巨大。

## 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 2013-2014年国际葡萄酒行业分析

- 2.1 世界葡萄酒行业发展综述
  - 2.1.1 全球葡萄酒市场发展状况
  - 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 全球散装葡萄酒出口增长明显
- 2.2 2013-2014年世界葡萄酒市场分析
  - 2.2.1 2012年世界葡萄酒市场高位运行
  - 2.2.2 2012年世界葡萄酒市场运行状况
  - 2.2.3 2013年世界葡萄酒市场运行现状
  - 2.2.4 2014年世界葡萄酒市场发展动态
- 2.3 2013-2014年世界葡萄酒拍卖市场发展分析
  - 2.3.1 全球葡萄酒拍卖市场发展综述
  - 2.3.2 2013年世界葡萄酒拍卖市场销售状况
  - 2.3.3 2014年春节期间世界葡萄酒拍卖市场
  - 2.3.4 香港葡萄酒拍卖市场简析
- 2.4 法国
  - 2.4.1 法国葡萄酒的起源与发展
  - 2.4.2 法国国内市场葡萄酒消费文化减弱

- 2.4.3 法国葡萄酒市场销量趋势
- 2.4.4 2012-2013年法国葡萄酒出口状况
- 2.4.5 2012年法国葡萄酒市场整合
- 2.4.6 法国葡萄酒推广策略有变
- 2.4.7 法国规范葡萄酒市场发展
- 2.5 意大利
  - 2.5.1 意大利葡萄酒产业发展综述
  - 2.5.2 意大利葡萄酒原材料简述
  - 2.5.3 意大利主要葡萄酒产区介绍
  - 2.5.4 意大利葡萄酒行业产销回顾
  - 2.5.5 意大利葡萄酒消费状况分析
  - 2.5.6 意大利加速开发中国葡萄酒市场
- 2.6 澳大利亚
  - 2.6.1 澳大利亚葡萄酒产业发展综述
  - 2.6.2 澳大利亚主要葡萄酒产区简述
  - 2.6.3 澳大利亚葡萄酒的品种与生产企业
  - 2.6.4 塔斯马尼亚葡萄酒业投资机遇分析
  - 2.6.5 2012年澳大利亚葡萄酒对外贸易状况
  - 2.6.6 2013年澳大利亚葡萄酒出口贸易简析
- 2.7 德国
  - 2.7.1 德国葡萄酒产业的文化及地位
  - 2.7.2 德国葡萄酒产业的主要特点
  - 2.7.3 德国葡萄酒市场格局分析
  - 2.7.4 德国葡萄酒进出口状况
  - 2.7.5 德国巴伐利亚葡萄酒产量分析
  - 2.7.6 未来德国葡萄酒发展前景看好
- 2.8 美国
  - 2.8.1 美国葡萄酒的发展史
  - 2.8.2 2012-2013年美国葡萄酒出口状况分析
  - 2.8.3 2013年美国葡萄酒业发展焦点
  - 2.8.4 美国葡萄酒市场发展趋势展望
- 2.9 西班牙

- 2.9.1 西班牙葡萄酒产区介绍
- 2.9.2 西班牙葡萄酒产业发展环境
- 2.9.3 西班牙葡萄酒产业国际市场的开拓
- 2.9.5 2012-2013年西班牙葡萄酒出口分析
- 2.9.6 2012-2013年西班牙葡萄酒消费量分析
- 2.10 智利
  - 2.10.1 智利葡萄与葡萄酒产业发展简述
  - 2.10.2 智利主要葡萄酒产区分析
  - 2.10.3 智利葡萄酒产销情况
  - 2.10.4 2012年智利葡萄酒出口状况
  - 2.10.5 2013年智利葡萄酒发展状况
- 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 2013-2014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 2013-2014年中国葡萄酒行业分析
  - 3.3.1 2012年我国葡萄酒行业发展状况
  - 3.3.2 2013年中国葡萄酒工业运行简况
  - 3.3.3 2014年上半年我国葡萄酒行业运行状况
- 3.4 2013-2014年全国及主要省份葡萄酒产量分析
  - 3.4.1 2012年1-12月全国及主要省份葡萄酒产量分析
  - 3.4.2 2013年1-12月全国及主要省份葡萄酒产量分析
  - 3.4.3 2014年1-6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
  - 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 中国葡萄酒业发展存在的掣肘
- 3.6 中国葡萄酒工业发展对策
  - 3.6.1 中国葡萄酒工业的发展战略
  - 3.6.2 我国葡萄酒产业发展的建议
  - 3.6.3 葡萄酒工业的生命是成长性
  - 3.6.4 中国葡萄酒产业差异化策略分析

#### 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 2010-2014年6月葡萄酒制造业销售规模
  - 4.1.2 2010-2014年6月葡萄酒制造业利润规模
  - 4.1.3 2010-2014年6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 2010-2014年6月葡萄酒制造业亏损面
  - 4.2.2 2010-2014年6月葡萄酒制造业销售毛利率
  - 4.2.3 2010-2014年6月葡萄酒制造业成本费用利润率
  - 4.2.4 2010-2014年6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 2010-2014年6月葡萄酒制造业应收账款周转率
  - 4.3.2 2010-2014年6月葡萄酒制造业流动资产周转率
  - 4.3.3 2010-2014年6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 2010-2014年6月葡萄酒制造业资产负债率
  - 4.4.2 2010-2014年6月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 2013-2014年中国葡萄酒市场分析

- 5.1 2013-2014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
- 5.2 2013-2014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 2013-2014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 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 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014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 中国桃红葡萄酒市场发展分析

#### 7.3.3 中国桃红葡萄酒市场份额分析

#### 7.3.4 法国普罗旺斯桃红葡萄酒出口中国情况

#### 7.3.5 桃红葡萄酒企业市场突围战略探析

## 第八章 2013-2014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 2013-2014年干红葡萄酒市场状况

#### 8.2.1 干红葡萄酒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 2013-2014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 2013-2014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
- 9.5 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 2013-2014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
  - 10.2.1 德国2010年份葡萄酒
  - 10.2.2 波尔多2010年份葡萄酒
  - 10.2.3 波尔多2011年份葡萄酒
  - 10.2.4 2011年份葡萄酒整体行情
  - 10.2.5 新西兰2012年份葡萄酒
  - 10.2.6 2012年份法国勃艮第葡萄酒
- 10.3 中国市场年份酒状况
  - 10.3.1 葡萄酒并非年份越久越醇香
  - 10.3.2 山东蓬莱首制年份葡萄酒管理办法

- 10.3.3 我国年份酒检测及管理标准欠缺
- 10.3.4 2011年昌黎产区年份葡萄酒研究取得重大突破

## 第十一章 2013-2014年葡萄酒庄园酒市场分析

- 11.1 2013-2014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 2013-2014年葡萄酒庄项目发展情况
  - 11.2.1 10亿美元葡萄酒庄园项目定址郑州
  - 11.2.2 茅台集团葡萄酒庄园项目拉开序幕
  - 11.2.3 大连建设首个5000亩葡萄酒庄园
  - 11.2.4 蓬莱葡萄酒庄园被列为栽培示范区
  - 11.2.5 西咸新区泾河新城葡萄酒庄园项目启动
  - 11.2.6 湖州建设大型葡萄酒庄园
- 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 2013-2014年中国葡萄酒区域产业发展分析

- 12.1 烟台
  - 12.1.1 烟台葡萄酒产业发展状况
  - 12.1.2 烟台发展葡萄酒产业的优势与条件
  - 12.1.3 烟台葡萄酒行业发展的成就及经验
  - 12.1.4 烟台葡萄酒产业监管状况分析
  - 12.1.5 烟台蓬莱葡萄酒产业蓬勃发展

- 12.1.6 烟台葡萄酒产业发展目标及重点任务
- 12.2 昌黎
  - 12.2.1 昌黎葡萄酒产业发展现状
  - 12.2.2 2012年昌黎葡萄酒庄园建设进展状况
  - 12.2.3 昌黎干红葡萄酒产业的发展状况分析
  - 12.2.4 昌黎推动葡萄酒产业发展的措施与经验
  - 12.2.5 昌黎葡萄酒产区发展存在问题及对策分析
  - 12.2.6 河北昌黎葡萄酒产业总体规划情况
- 12.3 宁夏
  - 12.3.1 宁夏葡萄酒产业发展综述
  - 12.3.2 借势酒庄集群推进宁夏葡萄产业发展
  - 12.3.3 2012年宁夏葡萄酒产业发展状况
  - 12.3.4 2013年宁夏葡萄酒产区保护法规实施
  - 12.3.5 宁夏葡萄酒产业发展所面临的困境和出路
  - 12.3.6 宁夏葡萄酒产业的发展措施与建议
  - 12.3.7 宁夏葡萄酒产业的规划目标及方向
- 12.4 甘肃
  - 12.4.1 甘肃发展葡萄酒行业的优势条件
  - 12.4.2 甘肃葡萄酒产业发展良好
  - 12.4.3 甘肃武威积极发展葡萄酒产业
  - 12.4.4 甘肃保障葡萄酒业发展的措施
  - 12.4.5 未来甘肃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状况
  - 12.5.2 2012年新疆葡萄酒市场发展现状
  - 12.5.3 新疆葡萄酒产业发展形势趋好
  - 12.5.4 新疆葡萄酒产业监管状况分析
  - 12.5.5 焉耆盆地葡萄酒领域发展状况
  - 12.5.6 制约新疆葡萄酒业的问题与对策
- 12.6 吉林
  - 12.6.1 吉林葡萄酒产业发展状况
  - 12.6.2 吉林发展山葡萄酒的优势条件

- 12.6.3 吉林通化市葡萄酒产业发展简析
- 12.6.4 吉林葡萄酒市场的营销策略
- 12.6.5 未来吉林将重点发展葡萄酒旅游业
- 12.6.6 吉林省山葡萄酒业的发展规划

### 第十三章 2013-2014年中国葡萄酒产业进出口分析

- 13.1 2013-2014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 2012年我国葡萄酒进口分析
  - 13.1.3 2013年我国葡萄酒进口状况
  - 13.1.4 2014年上半年中国葡萄酒进口状况
- 13.2 2013-2014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 2013-2014年中国葡萄酒行业进出口数据分析
  - 13.3.1 2013-2014年6月葡萄酒进出口数据分析
  - 13.3.2 2013-2014年6月装入≤2升的容器的鲜葡萄酿造的酒进出口数据分析
  - 13.3.3 2013-2014年6月装入>2升的容器的鲜葡萄酿造的酒进出口数据分析
- 13.4 2013-2014年部分地区葡萄酒进口分析
  - 13.4.1 湖北省葡萄酒进口形势简析
  - 13.4.2 温州进口葡萄酒保持强劲增长
  - 13.4.3 上海葡萄酒进口状况
  - 13.4.4 广东葡萄酒进口状况
  - 13.4.5 福州葡萄酒进口简析

### 第十四章 2013-2014年葡萄酒行业竞争分析

- 14.1 2013-2014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 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 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014年国际葡萄酒生产企业经营状况

- 17.1 星座公司 ( CONSTELLATION BRANDS, INC. )
  - 17.1.1 企业简介
  - 17.1.2 2012财年星座公司经营状况
  - 17.1.3 2013财年星座公司经营状况
  - 17.1.4 2014财年上半年星座公司经营状况
- 17.2 帝亚吉欧公司 ( DIAGEO PLC )
  - 17.2.1 企业简介
  - 17.1.2 2012财年帝亚吉欧公司经营状况
  - 17.1.3 2013财年帝亚吉欧公司经营状况
  - 17.1.4 2014财年上半年帝亚吉欧公司经营状况
- 17.3 保乐力加集团 ( PERNOD RICARD GROUP )
  - 17.3.1 企业简介
  - 17.3.2 2011/2012财年保乐力加经营状况
  - 17.3.3 2012/2013财年保乐力加经营状况
  - 17.3.4 2013/2014财年保乐力加经营状况
- 17.4 福斯特集团 ( FOSTER&prime;S GROUP LIMITED )
  - 17.4.1 企业简介
  - 17.4.2 2012财年福斯特经营状况
  - 17.4.3 2013财年福斯特经营状况
  - 17.4.4 2014财年上半年福斯特经营状况

## 第十八章 2013-2014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 中粮长城葡萄酒的发展综述

#### 18.1.3 中粮长城葡萄酒的国内外产业布局

#### 18.1.4 2012年中粮长城葡萄酒经营状况分析

#### 18.1.5 2013年中粮长城葡萄酒经营状况分析

#### 18.1.5 2014年上半年中粮长城葡萄酒经营状况分析

### 18.2 张裕葡萄酿酒股份有限公司

#### 18.2.1 企业发展概况

#### 18.2.2 经营效益分析

#### 18.2.3 业务经营分析

#### 18.2.4 财务状况分析

#### 18.2.5 未来前景展望

### 18.3 中法合营王朝葡萄酿酒有限公司

#### 18.3.1 企业发展概况

#### 18.3.2 经营效益分析

#### 18.3.3 业务经营分析

#### 18.3.4 财务状况分析

#### 18.3.5 未来前景展望

### 18.4 甘肃莫高实业发展股份有限公司

#### 18.4.1 企业发展概况

#### 18.4.2 经营效益分析

#### 18.4.3 业务经营分析

#### 18.4.4 财务状况分析

#### 18.4.5 未来前景展望

### 18.5 中国通天酒业

#### 18.5.1 企业发展概况

#### 18.5.2 经营效益分析

#### 18.5.3 业务经营分析

#### 18.5.4 财务状况分析

#### 18.5.5 未来前景展望

## 18.6 中信国安葡萄酒业股份有限公司

### 18.6.1 企业发展概况

### 18.6.2 经营效益分析

### 18.6.3 业务经营分析

### 18.6.4 财务状况分析

### 18.6.5 未来前景展望

## 第十九章 2013-2014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 2013-2014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 博思数据关于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 2016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 2015-2020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 2015-2020年中国葡萄酒制造行业产值预测
- 20.6.3 2015-2020年中国葡萄酒制造行业产品销售收入预测
- 20.6.4 2015-2020年中国葡萄酒制造行业产品盈利能力预测
- 20.6.5 2015-2020年中国葡萄酒产量预测

## 图表目录

- 图表 葡萄酒与人体血液必需氨基酸含量的比较
- 图表 葡萄酒中微量元素的含量与人体每天需要量的比较
- 图表 全球葡萄酒出口市场份额变化
- 图表 2013年五大葡萄酒拍卖行全球成交总额
- 图表 法国葡萄酒十大产区
- 图表 意大利葡萄酒生产总量
- 图表 2010-2012年意大利各类葡萄酒出口总量和出口总额
- 图表 2013年按金额计算意大利葡萄酒最重要出口目的国排行
- 图表 2013年按出口量计算意大利葡萄酒最重要出口目的国排行
- 图表 2013年意大利葡萄酒进口总量和进口额
- 图表 2013年按金额计算意大利葡萄酒最重要进口来源国排行
- 图表 2013年按进口量计算意大利葡萄酒最重要进口来源国排行
- 图表 2012年塔斯马尼亚葡萄酒产区情况
- 图表 塔斯马尼亚凉爽气候葡萄酒生产商成长时间表
- 图表 德国葡萄酒主产区
- 图表 智利葡萄酒出口统计
- 图表 中国主要葡萄酒公司的资源分布图
- 图表 2012年1-12月全国葡萄酒产量数据
- 图表 2012年1-12月山东省葡萄酒产量数据
- 图表 2012年1-12月吉林省葡萄酒产量数据
- 图表 2012年1-12月河南省葡萄酒产量数据
- 图表 2012年1-12月河北省葡萄酒产量数据
- 图表 2012年1-12月宁夏回族自治区葡萄酒产量数据
- 图表 2012年1-12月湖南省葡萄酒产量数据

图表 2012年1-12月辽宁省葡萄酒产量数据

图表 2013年1-12月全国葡萄酒产量数据

图表 2013年1-12月山东省葡萄酒产量数据

图表 2013年1-12月吉林省葡萄酒产量数据

图表 2013年1-12月河北省葡萄酒产量数据

图表 2013年1-12月辽宁省葡萄酒产量数据

图表 2013年1-12月黑龙江省葡萄酒产量数据

图表 2013年1-12月天津市葡萄酒产量数据

图表 2014年1-6月全国葡萄酒产量数据

图表 2014年1-6月山东省葡萄酒产量数据

图表 2014年1-6月吉林省葡萄酒产量数据

图表 2014年1-6月河南省葡萄酒产量数据

图表 2014年1-6月河北省葡萄酒产量数据

图表 2014年1-6月天津市葡萄酒产量数据

图表 2014年1-6月新疆自治区葡萄酒产量数据

图表 2014年1-6月辽宁省葡萄酒产量数据

图表 2010-2014年6月葡萄酒制造业销售收入

图表 2010-2013年葡萄酒制造业销售收入增长趋势图

图表 2012-2013年12月葡萄酒制造业不同规模企业销售额

图表 2013年1-12月葡萄酒制造业不同规模企业销售额对比图

图表 2014年1-6月葡萄酒制造业不同规模企业销售额

图表 2014年1-6月葡萄酒制造业不同规模企业销售额对比图

图表 2012-2013年12月葡萄酒制造业不同所有制企业销售额

图表 2013年1-12月葡萄酒制造业不同所有制企业销售额对比图

图表 2014年1-6月葡萄酒制造业不同所有制企业销售额

图表 2014年1-6月葡萄酒制造业不同所有制企业销售额对比图

图表 2010-2014年6月葡萄酒制造业利润总额

图表 2010-2013年葡萄酒制造业利润总额增长趋势图

图表 2012-2013年12月葡萄酒制造业不同规模企业利润总额

图表 2013年1-12月葡萄酒制造业不同规模企业利润总额对比图

图表 2014年1-6月葡萄酒制造业不同规模企业利润总额

图表 2014年1-6月葡萄酒制造业不同规模企业利润总额对比图



图表 2012-2013年12月葡萄酒制造业不同所有制企业利润总额

图表 2014年1-6月葡萄酒制造业不同所有制企业利润总额

图表 2014年1-6月葡萄酒制造业不同所有制企业利润总额对比图

图表 2010-2014年6月葡萄酒制造业资产总额

图表 2010-2013年葡萄酒制造业总资产增长趋势图

图表 截至2014年6月底葡萄酒制造业不同规模企业总资产

图表 截至2014年6月底葡萄酒制造业不同规模企业总资产对比图

图表 截至2014年6月底葡萄酒制造业不同所有制企业总资产

图表 截至2014年6月底葡萄酒制造业不同所有制企业总资产对比图

图表 2010-2014年6月葡萄酒制造业亏损面

图表 2010-2014年6月葡萄酒制造业亏损企业亏损总额

图表 2010-2013年葡萄酒制造业销售毛利率趋势图

图表 2010-2014年1-6月葡萄酒制造业成本费用率

图表 2010-2013年葡萄酒制造业成本费用利润率趋势图

图表 2010-2013年葡萄酒制造业销售利润率趋势图

图表 2010-2013年葡萄酒制造业应收账款周转率对比图

图表 2010-2013年葡萄酒制造业流动资产周转率对比图

图表 2010-2013年葡萄酒制造业总资产周转率对比图

图表 2010-2013年葡萄酒制造业资产负债率对比图

图表 2010-2014年6月葡萄酒制造业利息保障倍数对比图

图表 消费者经常喝的葡萄酒品牌

图表 消费者购买葡萄酒产品主要关注的因素

图表 消费者在家里和饭馆喝葡萄酒的数量比例

图表 消费者认为最合适的葡萄酒价格

图表 消费者喝葡萄酒最多的季节

图表 消费者喝葡萄酒的花费

图表 消费者喝葡萄酒的数量变化

图表 2011年普罗旺斯红葡萄酒和桃红葡萄酒产量市场份额

图表 “十二五”烟台葡萄酒产业主要经济指标预测

图表 2015年烟台酿酒葡萄酒基地发展目标

图表 2013年中国市场法国葡萄酒进口量

图表 2013年中国市场法国葡萄酒进口价格

图表 2013年中国市场法国葡萄酒占比情况

图表 2013-2014年6月中国葡萄酒对外贸易总量

图表 2013-2014年6月中国葡萄酒对外贸易总量趋势图

图表 2013-2014年6月中国葡萄酒进口总量

图表 2013-2014年6月中国葡萄酒进口总量趋势图

图表 2013-2014年6月中国葡萄酒出口总量

图表 2013-2014年6月中国葡萄酒出口总量趋势图

图表 2013-2014年6月中国葡萄酒进、出口数量对比图

图表 2013-2014年6月中国葡萄酒进、出口金额对比图

图表 2012年1-12月主要国家葡萄酒进口量及进口额情况

图表 2013年1-12月主要国家葡萄酒进口量及进口额情况

图表 2014年1-6月主要国家葡萄酒进口量及进口额情况

图表 2012年1-12月主要国家葡萄酒出口量及出口额情况

图表 2013年1-12月主要国家葡萄酒出口量及出口额情况

图表 2014年1-6月主要国家葡萄酒出口量及出口额情况

图表 2012年1-12月主要省份葡萄酒进口量及进口额情况

图表 2013年1-12月主要省份葡萄酒进口量及进口额情况

图表 2014年1-6月主要省份葡萄酒进口量及进口额情况

图表 2012年1-12月主要省份葡萄酒出口量及出口额情况

图表 2013年1-12月主要省份葡萄酒出口量及出口额情况

图表 2014年1-6月主要省份葡萄酒出口量及出口额情况

图表 2012年1-12月主要国家装入≤2升的容器的鲜葡萄酿造的酒进口量及进口额情况

图表 2013年1-12月主要国家装入≤2升的容器的鲜葡萄酿造的酒进口量及进口额情况

图表 2014年1-6月主要国家装入≤2升的容器的鲜葡萄酿造的酒进口量及进口额情况

图表 2012年1-12月主要国家装入≤2升的容器的鲜葡萄酿造的酒出口量及出口额情况

图表 2013年1-12月主要国家装入≤2升的容器的鲜葡萄酿造的酒出口量及出口额情况

图表 2014年1-6月主要国家装入≤2升的容器的鲜葡萄酿造的酒出口量及出口额情况

图表 2012年1-12月主要省份装入≤2升的容器的鲜葡萄酿造的酒进口量及进口额情况

图表 2013年1-12月主要省份装入≤2升的容器的鲜葡萄酿造的酒进口量及进口额情况

图表 2014年1-6月主要省份装入≤2升的容器的鲜葡萄酿造的酒进口量及进口额情况

图表 2012年1-12月主要省份装入≤2升的容器的鲜葡萄酿造的酒出口量及出口额情况

图表 2013年1-12月主要省份装入≤2升的容器的鲜葡萄酿造的酒出口量及出口额情况

图表 2014年1-6月主要省份装入≤2升的容器的鲜葡萄酿造的酒出口量及出口额情况

图表 2012年1-12月主要国家装入>2升的容器的鲜葡萄酿造的酒进口量及进口额情况

图表 2013年1-12月主要国家装入>2升的容器的鲜葡萄酿造的酒进口量及进口额情况

图表 2014年1-6月主要国家装入>2升的容器的鲜葡萄酿造的酒进口量及进口额情况

图表 2012年1-12月主要国家装入>2升的容器的鲜葡萄酿造的酒出口量及出口额情况

图表 2013年1-12月主要国家装入>2升的容器的鲜葡萄酿造的酒出口量及出口额情况

图表 2014年1-6月主要国家装入>2升的容器的鲜葡萄酿造的酒出口量及出口额情况

图表 2012年1-12月主要省份装入>2升的容器的鲜葡萄酿造的酒进口量及进口额情况

图表 2013年1-12月主要省份装入>2升的容器的鲜葡萄酿造的酒进口量及进口额情况

图表 2014年1-6月主要省份装入>2升的容器的鲜葡萄酿造的酒进口量及进口额情况

图表 2012年1-12月主要省份装入>2升的容器的鲜葡萄酿造的酒出口量及出口额情况

图表 2013年1-12月主要省份装入>2升的容器的鲜葡萄酿造的酒出口量及出口额情况

图表 2014年1-6月主要省份装入>2升的容器的鲜葡萄酿造的酒出口量及出口额情况

图表 不同葡萄品种对有效积温的要求

图表 2010-2012财年星座公司综合损益表

图表 2010-2012财年星座公司不同地区净销售额

图表 2011-2012财年星座公司不同部门净销售额

图表 2012-2013财年星座公司综合损益表

图表 2013-2014财年上半年星座公司综合损益表

图表 2010-2012财年帝亚吉欧综合损益表

图表 2011-2012财年帝亚吉欧不同部门销售情况

图表 2012-2013财年帝亚吉欧综合损益表

图表 2012-2013财年帝亚吉欧不同部门销售情况

图表 2013-2014财年上半年帝亚吉欧综合损益表

图表 2013-2014财年上半年帝亚吉欧不同部门销售情况

图表 2011/2012财年保乐力加主要财务指标

图表 2012/2013财年保乐力加主要财务指标

图表 2013/2014财年上半年保乐力加主要财务指标

图表 2009-2010财年福斯特集团综合损益表

图表 2010-2012财年福斯特集团综合损益表

图表 2010-2012财年福斯特集团葡萄酒不同地区产量及销售盈利情况

图表 2012-2013财年福斯特集团综合损益表

图表 2012-2013财年福斯特集团葡萄酒不同地区产量及销售盈利情况

图表 2013-2014财年上半年福斯特集团综合损益表

图表 2013-2014财年上半年福斯特集团葡萄酒不同地区产量及销售盈利情况

图表 2013-2014年6月末张裕总资产和净资产

图表 2012-2013年张裕营业收入和净利润

图表 2014年1-6月张裕营业收入和净利润

图表 2012-2013年张裕现金流量

图表 2014年1-6月张裕现金流量

图表 2013年张裕主营业务收入分行业

图表 2013年张裕主营业务收入分产品

图表 2013年张裕主营业务收入分区域

图表 2012-2013年张裕成长能力

图表 2014年1-6月张裕成长能力

图表 2012-2013年张裕短期偿债能力

图表 2014年1-6月张裕短期偿债能力

图表 2012-2013年张裕长期偿债能力

图表 2014年1-6月张裕长期偿债能力

图表 2012-2013年张裕运营能力

图表 2014年1-6月张裕运营能力

图表 2012-2013年张裕盈利能力

图表 2014年1-6月张裕盈利能力

图表 2011-2012年王朝酒业简明损益表

图表 2011-2012年王朝酒业分部资料

图表 2013年1-12月王朝酒业综合损益表

图表 2014年1-6月王朝酒业综合损益表

图表 2013-2014年6月末莫高股份总资产和净资产

图表 2012-2013年莫高股份营业收入和净利润

图表 2014年1-6月莫高股份营业收入和净利润

图表 2012-2013年莫高股份现金流量

图表 2014年1-6月莫高股份现金流量

图表 2013年莫高股份主营业务收入分行业

图表 2013年莫高股份主营业务收入分产品

图表 2013年莫高股份主营业务收入分区域

图表 2012-2013年莫高股份成长能力

图表 2014年1-6月莫高股份成长能力

图表 2012-2013年莫高股份短期偿债能力

图表 2014年1-6月莫高股份短期偿债能力

图表 2012-2013年莫高股份长期偿债能力

图表 2014年1-6月莫高股份长期偿债能力

图表 2012-2013年莫高股份运营能力

图表 2014年1-6月莫高股份运营能力

图表 2012-2013年莫高股份盈利能力

图表 2014年1-6月莫高股份盈利能力

图表 2013-2014年6月末通天酒业总资产和净资产

图表 2012-2013年通天酒业营业收入和净利润

图表 2014年1-6月通天酒业营业收入和净利润

图表 2012-2013年通天酒业现金流量

图表 2014年1-6月通天酒业现金流量

图表 2013年通天酒业主营业务收入分行业

图表 2013年通天酒业主营业务收入分产品

图表 2013年通天酒业主营业务收入分区域

图表 2012-2013年通天酒业成长能力

图表 2014年1-6月通天酒业成长能力

图表 2012-2013年通天酒业短期偿债能力

图表 2014年1-6月通天酒业短期偿债能力

图表 2012-2013年通天酒业长期偿债能力

图表 2014年1-6月通天酒业长期偿债能力

图表 2012-2013年通天酒业运营能力

图表 2014年1-6月通天酒业运营能力

图表 2012-2013年通天酒业盈利能力

图表 2014年1-6月通天酒业盈利能力

图表 2013-2014年6月末中葡总资产和净资产

图表 2012-2013年中葡营业收入和净利润

图表 2014年1-6月中葡营业收入和净利润

- 图表 2012-2013年中葡现金流量
- 图表 2014年1-6月中葡现金流量
- 图表 2013年中葡主营业务收入分行业
- 图表 2013年中葡主营业务收入分产品
- 图表 2013年中葡主营业务收入分区域
- 图表 2012-2013年中葡成长能力
- 图表 2014年1-6月中葡成长能力
- 图表 2012-2013年中葡短期偿债能力
- 图表 2014年1-6月中葡短期偿债能力
- 图表 2012-2013年中葡长期偿债能力
- 图表 2014年1-6月中葡长期偿债能力
- 图表 2012-2013年中葡运营能力
- 图表 2014年1-6月中葡运营能力
- 图表 2012-2013年中葡盈利能力
- 图表 2014年1-6月中葡盈利能力
- 图表 葡萄酒感官要求
- 图表 葡萄酒理化要求
- 图表 葡萄酒抽样表
- 图表 山葡萄酒的感官要求
- 图表 山葡萄酒的理化要求
- 图表 山葡萄酒抽样方案
- 图表 2015-2020年中国葡萄酒制造行业产值预测
- 图表 2015-2020年中国葡萄酒制造行业产品销售收入预测
- 图表 2015-2020年中国葡萄酒制造行业累计利润总额预测
- 图表 2015-2020年中国葡萄酒产量预测

本研究报告数据主要来自于国家统计局、海关总署、商务部、财政部、中国酒业协会以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对葡萄酒市场有个系统深入的了解、或者想投资葡萄酒行业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/yanjiu1412/L31618BS07.html>