# 2011-2015年中国葡萄酒行 业深度调研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

# 报告报价

《2011-2015年中国葡萄酒行业深度调研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/yanjiu1103/26802915L7.html

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2011-03-11

【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

博思数据研究中心 http://www.bosidata.com 报告说明:

博思数据研究中心发布的《2011-2015年中国葡萄酒行业深度调研与投资前景研究报告》共八章。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。

葡萄酒是用新鲜的葡萄或葡萄汁经发酵酿成的酒精饮料。通常分红葡萄酒和白葡萄酒两种。前者是红葡萄带皮浸渍发酵而成;后者是葡萄汁发酵而成的。以成品颜色来说,可分为红葡萄酒、白葡萄酒及粉红葡萄酒三类。其中红葡萄酒又可细分为干红葡萄酒、半干红葡萄酒、半甜红葡萄酒和甜红葡萄酒,白葡萄酒则细分为干白葡萄酒、半干白葡萄酒、半甜白葡萄酒和甜白葡萄酒。

第一章 国产品牌葡萄酒发展环境分析

第一节 国内葡萄酒经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2011年中国葡萄酒经济发展预测分析
- 第二节 中国葡萄酒行业政策环境分析

第二章 中国葡萄酒市场规模分析

第一节 2008-2010年中国葡萄酒市场规模分析

第二节 2010年我国葡萄酒区域结构分析

第三节 中国葡萄酒区域市场规模分析

- 一、东北地区市场规模分析
- 二、华北地区市场规模分析
- 三、华东地区市场规模分析
- 四、华中地区市场规模分析
- 五、华南地区市场规模分析
- 六、西部地区市场规模分析

## 第四节 2011-2015年中国葡萄酒市场规模预测

- 第三章 中国葡萄酒需求与消费者偏好调查
- 第一节2008-2010年中国葡萄酒产量统计分析
- 第二节2008-2010年中国葡萄酒历年消费量统计分析
- 第三节 葡萄酒产品目标客户群体调查
- 一、不同收入水平消费者偏好调查
- 二、不同年龄的消费者偏好调查
- 三、不同地区的消费者偏好调查

# 第四节 葡萄酒产品的品牌市场调查

- 一、消费者对葡萄酒品牌认知度宏观调查
- 二、消费者对葡萄酒产品的品牌偏好调查
- 三、消费者对葡萄酒品牌的首要认知渠道
- 四、消费者经常购买的品牌调查
- 五、葡萄酒品牌忠诚度调查
- 六、葡萄酒品牌市场占有率调查
- 七、消费者的消费理念调研
- 第五节 不同客户购买相关的态度及影响分析
- 一、价格敏感程度
- 二、品牌的影响
- 三、购买方便的影响
- 四、广告的影响程度
- 五、包装的影响程度

## 第四章 国产品牌葡萄酒市场价格分析

第一节 价格形成机制分析

第二节 2008-2010年国产品牌葡萄酒平均价格趋向势分析

第三节 2011-2015年国产品牌葡萄酒价格趋向预测分析

第五章 国产葡萄酒优势品牌企业分析

第一节长城(中粮酒业有限公司)

一、企业概况

- 二、企业经营状况
- 三、品牌市场份额
- 四、品牌竞争策略

第二节 张裕(烟台张裕葡萄酒股份有限公司)

- 一、企业概况
- 二、企业经营状况
- 三、品牌市场份额
- 四、品牌竞争策略

第三节 王朝 (中法合营王朝葡萄酿酒有限公司)

- 一、企业概况
- 二、企业经营状况
- 三、品牌市场份额
- 四、品牌竞争策略

第四节 通化(通化葡萄酒股份有限公司)

- 一、企业概况
- 二、企业经营状况
- 三、品牌市场份额
- 四、品牌竞争策略

第五节 威龙(烟台威龙葡萄酒股份有限公司)

- 一、企业概况
- 二、企业经营状况
- 三、品牌市场份额
- 四、品牌竞争策略

第六节 新天(新天国际葡萄酒业)

- 一、企业概况
- 二、企业经营状况
- 三、品牌市场份额
- 四、品牌竞争策略

第七节 丰收(北京丰收葡萄酒有限公司)

- 一、企业概况
- 二、企业经营状况
- 三、品牌市场份额

## 四、品牌竞争策略

第八节 紫轩(甘肃紫轩酒业有限公司)

- 一、企业概况
- 二、企业经营状况
- 三、品牌市场份额
- 四、品牌竞争策略

第九节 香格里拉(云南香格里拉酒业股份有限公司)

- 一、企业概况
- 二、企业经营状况
- 三、品牌市场份额
- 四、品牌竞争策略

第十节 龙徽(北京龙徽酿酒有限公司)

- 一、企业概况
- 二、企业经营状况
- 三、品牌市场份额
- 四、品牌竞争策略

第六章 国产品牌葡萄酒竞争格局分析

第一节 葡萄酒行业历史竞争格局概况

- 一、葡萄酒行业集中度分析
- 二、葡萄酒行业竞争程度分析

第二节 葡萄酒行业企业竞争状况分析

- 一、领导企业的市场力量
- 二、其他企业的竞争力

第七章 2011-2015年国产品牌葡萄酒发展预测

第一节2011-2015年葡萄酒行业产量预测

第二节2011-2015年葡萄酒行业总资产预测

第三节2011-2015年葡萄酒行业工业总产值预测

第四节2011-2015年葡萄酒行业销售收入预测

第八章 2011-2015年我国葡萄酒行业投资价值与投资策略分析

#### 第一节 行业SWOT模型分析

- 一、优势分析
- 二、劣势分析
- 三、机会分析
- 四、风险分析

第二节 葡萄酒行业投资价值分析

- 一、行业盈利能力
- 二、行业偿债能力
- 三、行业发展能力

第三节 2011-2015年国产品牌葡萄酒投资风险预警

- 一、金融危机风险预警
- 二、行业竞争风险预警
- 三、技术风险预警
- 四、经营管理风险预警

第四节 葡萄酒行业投资策略分析

- 一、重点投资品种分析
- 二、重点投资地区分析

# 图表目录(部分):

图表2005-2010年上半年国内生产总值

图表2005-2010年上半年居民消费价格涨跌幅度

图表2010年上半年居民消费价格比上年涨跌幅度(%)

图表2005-2010年上半年国家外汇储备

图表2005-2010年上半年财政收入

图表2005-2010年上半年全社会固定资产投资

图表2010年上半年分行业城镇固定资产投资及其增长速度(亿元)

图表2010年上半年固定资产投资新增主要生产能力

图表 ……

更多图表详见正文……

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/yanjiu1103/26802915L7.html