

2016-2022年中国葡萄酒行业规模现状及十三五投资趋势研究报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2016-2022年中国葡萄酒行业规模现状及十三五投资趋势研究报告》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/243531243531.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

葡萄酒业的规模化和大发展是近百年来事情，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、宁夏、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。

2013年受政策和市场环境综合影响，中国葡萄酒市场多年来的高速增长浪潮出现了明显“降温”，2013年中国葡萄酒行业总产量117.83万千升，同比下降14.59%；销售收入总额408.17亿元，同比下降8.52%。2014年随着个人消费及商务消费的上升，葡萄酒市场逐步回暖，2014年全国葡萄酒累计产量为1,160,989.45千升，同比增长了2.11%。2015年1-4月，全国葡萄酒累计产量为322,236.46千升，同比增长了15.03%。

2014年6月，中国酒业协会发布《葡萄酒酒庄酒证明商标管理规则》，随着各项葡萄酒标准的出台，我国葡萄酒产业将朝着更加健康的方向发展。从行业生命周期角度看，我国葡萄酒业现处于孕育期向成长期过渡阶段，随着生活方式逐步西化和收入水平的提高，消费保持较快速增长。预计到2022年，我国将成为全球最大的葡萄酒消费市场。

《2016-2022年中国葡萄酒行业规模现状及十三五投资趋势研究报告》由观研天下（Insight&Info Consulting Ltd）领衔撰写，在周密严谨的市场调研基础上，主要依据国家统计局数据，海关总署，问卷调查，行业协会，国家信息中心，商务部等权威统计资料。

报告主要研行业市场经济特性（产能、产量、供需），投资分析（市场现状、市场结构、市场特点等以及区域市场分析）、竞争分析（行业集中度、竞争格局、竞争对手、竞争因素等）、产业链分析、替代品和互补品分析、行业的主导驱动因素、政策环境。为战略投资或行业规划者提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

【报告大纲】

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 2013-2015年国际葡萄酒行业分析

2.1 2013-2015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

2.2 2013-2015年世界葡萄酒行业运行态势

2.2.1 行业发展现状

2.2.2 市场发展特征

2.2.3 行业变革分析

2.2.4 行业热点分析

2.3 2013-2015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 2013年市场行情分析

2.3.3 2014年市场行情分析

2.3.4 2015年市场行情分析

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 出口贸易简析

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 市场消费态势

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 出口贸易分析

2.9.6 市场消费态势

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

2.11 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 2013-2015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 2013-2015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 行业增长态势

3.3.4 行业发展热点

3.4 2013-2015年全国及主要省份葡萄酒产量分析

3.4.1 2013年全国及主要省份葡萄酒产量分析

3.4.2 2014年全国及主要省份葡萄酒产量分析

3.4.3 2015年全国及主要省份葡萄酒产量分析

3.5 2013-2015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 葡萄酒电商发展模式

3.5.4 葡萄酒电商上市路径

3.5.5 主要电商平台发展态势

3.5.6 电商对行业的冲击作用

3.5.7 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 2011-2015年葡萄酒制造业销售规模

4.1.2 2011-2015年葡萄酒制造业利润规模

4.1.3 2011-2015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 2011-2015年葡萄酒制造业亏损面

4.2.2 2011-2015年葡萄酒制造业销售毛利率

4.2.3 2011-2015年葡萄酒制造业成本费用利润率

4.2.4 2011-2015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 2011-2015年葡萄酒制造业应收账款周转率

4.3.2 2011-2015年葡萄酒制造业流动资产周转率

4.3.3 2011-2015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 2011-2015年葡萄酒制造业资产负债率

4.4.2 2011-2015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 2013-2015年中国葡萄酒市场发展分析

5.1 2013-2015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 市场与产品结构

5.1.4 市场最新变化

5.1.5 产品时代细分

5.1.6 发力二三线市场

5.2 2013-2015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 2013-2015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 2013-2015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 2013-2015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 高档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 2013-2015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 2013-2015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 2013-2015年桃红葡萄酒市场状况
 - 7.3.1 桃红葡萄酒质量标准及特点
 - 7.3.2 全球桃红葡萄酒增长迅猛
 - 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 法国卢瓦尔河谷桃红葡萄酒市场
 - 7.3.6 中国桃红葡萄酒市场发展分析
 - 7.3.7 桃红葡萄酒企业市场突围战略探析
- 第八章 2013-2015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 2013-2015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 2013-2015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 2013-2015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 辽宁桓仁县冰葡萄酒产业分析

9.2.5 制约国产冰葡萄酒发展的关键

9.2.6 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 国内起泡葡萄酒消费现状

9.4.7 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 2013-2015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 法国罗讷河谷

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 2013-2015年葡萄酒庄园酒市场分析

11.1 2013-2015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

11.3 2013-2015年葡萄酒庄项目发展状况

11.3.1 2013年葡萄酒庄项目发展状况

11.3.2 2014年葡萄酒庄项目发展状况

11.3.3 2015年葡萄酒庄项目发展状况

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 2013-2015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 武威地区分析

12.4.5 产业发展规划

12.4.6 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 未来初步规划

12.5.5 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 主要发展不足

12.6.4 未来发展潜力

12.6.5 产业战略方向

第十三章 2013-2015年中国葡萄酒产业进出口分析

13.1 2013-2015年中国葡萄酒进口总体状况

13.1.1 2013年葡萄酒进口状况分析

13.1.2 2014年葡萄酒进口状况分析

13.1.3 2015年葡萄酒进口状况分析

13.1.4 葡萄酒进口关税调整

13.1.5 终止对欧葡萄酒反倾销调查

13.1.6 进口葡萄酒质量问题

13.2 2013-2015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 2013-2015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 2013-2015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 2013-2015年中国葡萄汽酒进出口数据分析

13.5.1 2013-2015年中国葡萄汽酒进出口总量数据

13.5.2 2013-2015年主要贸易国葡萄汽酒进出口情况分析

13.5.3 2013-2015年主要省市葡萄汽酒进出口情况分析

13.6 2013-2015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 2013-2015年中国装入 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 2013-2015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 2013-2015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 2013-2015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 2013-2015年中国装入 > 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 2013-2015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 2013-2015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 2013-2015年葡萄酒行业竞争分析

14.1 2013-2015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 2013-2015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 2013-2015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 夜场在区域市场开发中的作用
 - 15.2.7 红酒分渠道亟待解决的问题
 - 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
 - 15.3.4 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 2013-2015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 2013-2015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 法国酿酒葡萄生产形势
 - 16.2.3 意大利酿酒葡萄生产形势
 - 16.2.4 美国加州酿酒葡萄生产形势
 - 16.2.5 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 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 2013-2014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 2013-2015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 企业发展概况

17.1.2 2013财年星座公司经营状况

17.1.3 2014财年星座公司经营状况

17.1.4 2015财年星座公司经营状况

17.2 帝亚吉欧公司 (Diageo plc)

17.2.1 企业发展概况

17.2.2 2013财年帝亚吉欧经营状况

17.2.3 2014财年帝亚吉欧经营状况

17.2.4 2015财年帝亚吉欧经营状况

17.3 保乐力加集团 (Pernod Ricard Group)

17.3.1 企业发展概况

17.3.2 2012/2013财年保乐力加经营状况

17.3.3 2013/2014财年保乐力加经营状况

17.3.4 2014/2015财年保乐力加经营状况

17.4 拉菲罗斯柴尔德集团（DBR）

17.4.1 企业发展概况

17.4.2 主要品牌介绍

17.4.3 在华经营状况

17.4.4 本土化经营战略

第十八章 2013-2015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 企业发展概况

18.1.2 中粮长城发展综述

18.1.3 中粮长城经营状况

18.1.4 中粮长城战略布局

18.1.5 中粮长城业务转型

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 企业发展战略

18.2.6 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 企业经营状况

18.3.3 产品营销网络

18.3.4 未来战略定位

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 中国通天酒业集团有限公司

18.5.1 企业发展概况

18.5.2 企业经营状况

18.5.3 销售网络拓展

18.5.4 企业战略动向

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 2013-2015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

19.1.6 亚太制定葡萄酒农残标准

19.1.7 新西兰葡萄酒认证标准获欧盟认可

19.2 中国葡萄酒行业政策制定状况

19.2.1 主要法律法规

19.2.2 产业政策基调

19.2.3 产业政策规划

19.2.4 行业准入政策

19.2.5 税收调整办法

19.3 中国葡萄酒行业标准体系分析

19.3.1 《葡萄酒》国标

19.3.2 《山葡萄酒》国标

19.3.3 《地理标志产品通化山葡萄酒》标准

19.3.4 《蓬莱产区控制葡萄酒》标准

19.3.5 冰葡萄酒地方标准

19.3.6 葡萄酒酒庄管理规则

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 葡萄酒生产管理辦法

19.4.6 酒類廣告管理辦法

19.4.7 葡萄酒酒庄酒證明商標（第5504363號）使用管理規則

第二十章 葡萄酒業投資及前景預測

20.1 中國葡萄酒行業投資狀況

20.1.1 投資模式分析

20.1.2 行業投資態勢

20.1.3 投資機會分析

20.1.4 行業投資潛力

20.1.5 西部地區投資機遇

20.2 葡萄酒產業投資建議

20.2.1 行業投資要領

20.2.2 行業投資準備工作

20.2.3 行業投資需注意的問題

20.2.4 投資酒庄存在的風險

20.2.5 產業投資若干建議

20.2.6 投資市場選擇建議

20.3 世界葡萄酒未來發展趨勢預測

20.3.1 市場發展趨勢

20.3.2 未來行業變化

20.3.3 市場需求預測

20.4 中國葡萄酒行業前景展望

20.4.1 行業發展前景預測

20.4.2 市場發展走勢分析

20.4.3 市場消費變化趨勢

20.4.4 區域市場潛力分析

20.4.5 未來市場發展趨勢

20.5 觀研網對2016-2022年中國葡萄酒製造行業預測分析

20.5.1 中國葡萄酒製造行業影響因素分析

20.5.2 觀研網對2016-2022年中國葡萄酒製造行業銷售收入預測

20.5.3 觀研網對2016-2022年中國葡萄酒製造行業利潤總額預測

20.5.4 觀研網對2016-2022年中國葡萄酒產量預測

圖表目錄

圖表1 葡萄酒與人體血液必需氨基酸含量的比較

圖表2 葡萄酒中微量元素的含量與人體每天需要量的比較

- 图表3 2000-2013年全球葡萄酒消费量变化情况
- 图表4 2013年全球葡萄酒消费量排名前十位国家
- 图表5 2000-2013年全球葡萄酒贸易变化情况
- 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 2000-2014年法国葡萄酒出口量及出口额（前十一月）
- 图表9 2014年法国各大类葡萄酒产品出口量和出口额（前十一月）
- 图表10 2010-2013年意大利葡萄酒产量
- 图表11 2011-2013年意大利葡萄酒出口额和出口量变动状况统计表
- 图表12 2011-2013年意大利瓶装葡萄酒出口额和出口量变动统计表
- 图表13 2011-2013年意大利散装葡萄酒出口额和出口量变动统计表
- 图表14 2011-2013年意大利气泡葡萄酒出口额和出口量变动统计表
- 图表15 2013年意大利葡萄酒出口额统计表
- 图表16 2013年意大利葡萄酒出口量统计表
- 图表17 2011-2013年意大利葡萄酒进口总额和总量变动统计表
- 图表18 2011-2013年意大利瓶装葡萄酒进口总额和总量变动统计表
- 图表19 2011-2013年意大利散装葡萄酒进口总额和总量变动统计表
- 图表20 2011-2013年意大利气泡葡萄酒进口额和进口量变动统计表
- 图表21 2013年意大利葡萄酒进口额统计表
- 图表22 2013年意大利葡萄酒进口量统计表
- 图表23 2012年塔斯马尼亚葡萄酒产区情况
- 图表24 塔斯马尼亚凉爽气候葡萄酒生产商成长时间表
- 图表25 德国葡萄酒主产区
- 图表26 1995-2013年德国葡萄酒产量
- 图表27 2013年德国白葡萄酒种植区域分布
- 图表28 2013年德国红葡萄酒种植区域分布
- 图表29 2013年美国各州酒庄数与葡萄酒产量情况
- 图表30 2013年美国葡萄酒出口总额及单价
- 图表31 2012年西班牙葡萄酒主要出口目的国（金额）
- 图表32 2012年西班牙葡萄酒主要出口目的国（数量）
- 图表33 保加利亚葡萄园区域分布表
- 图表34 中国主要葡萄酒公司的资源分布图
- 图表35 2011-2013年中国葡萄酒制造行业规模以上企业数量变动趋势
- 图表36 2010-2014年中国规模以上葡萄酒生产企业产品产量及增速
- 图表37 2014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38 2013年全国葡萄酒产量数据

图表39 2013年山东省葡萄酒产量数据

图表40 2013年吉林省葡萄酒产量数据

图表41 2013年河南省葡萄酒产量数据

图表42 2013年河北省葡萄酒产量数据

图表43 2013年黑龙江省葡萄酒产量数据

图表44 2013年陕西省葡萄酒产量数据

图表45 2013年辽宁省葡萄酒产量数据

图表46 2014年全国葡萄酒产量数据

图表47 2014年山东省葡萄酒产量数据

图表48 2014年河南省葡萄酒产量数据

图表49 2014年吉林省葡萄酒产量数据

图表50 2014年甘肃省葡萄酒产量数据

图表51 2014年河北省葡萄酒产量数据

图表52 2014年陕西省葡萄酒产量数据

图表53 2015年全国葡萄酒产量数据

图表54 2015年山东省葡萄酒产量数据

图表55 2015年吉林省葡萄酒产量数据

图表56 2015年河南省葡萄酒产量数据

图表57 2015年河北省葡萄酒产量数据

图表58 2015年陕西省葡萄酒产量数据

图表59 2015年新疆自治区葡萄酒产量数据

图表60 2015年甘肃省葡萄酒产量数据

图表61 2011-2015年葡萄酒制造业销售收入

图表62 2011-2014年葡萄酒制造业销售收入增长趋势图

图表63 2011-2015年葡萄酒制造业利润总额

图表64 2011-2014年葡萄酒制造业利润总额增长趋势图

图表65 2011-2015年葡萄酒制造业资产总额

图表66 2011-2014年葡萄酒制造业总资产增长趋势图

图表67 2011-2015年葡萄酒制造业亏损面

图表68 2011-2015年葡萄酒制造业亏损企业亏损总额

图表69 2011-2014年葡萄酒制造业销售毛利率趋势图

图表70 2011-2015年葡萄酒制造业成本费用率

图表71 2011-2014年葡萄酒制造业成本费用利润率趋势图

图表72 2011-2014年葡萄酒制造业销售利润率趋势图

- 图表73 2011-2014年葡萄酒制造业应收账款周转率对比图
- 图表74 2011-2014年葡萄酒制造业流动资产周转率对比图
- 图表75 2011-2014年葡萄酒制造业总资产周转率对比图
- 图表76 2011-2014年葡萄酒制造业资产负债率对比图
- 图表77 2011-2015年葡萄酒制造业利息保障倍数对比图
- 图表78 2014年我国各酒种消费量
- 图表79 2002-2014年我国人均葡萄酒消费量
- 图表80 2012-2014年我国葡萄酒消费区域对比
- 图表81 2002-2013年中国红酒进口总量及年增长率
- 图表82 2002-2013年中国红酒进口情况
- 图表83 2002-2013年中国红酒主要进口国进口量及年增长率TOP10
- 图表84 2002-2013年中国红酒主要进口国进口均价
- 图表85 2002-2013年中国大陆各地区红酒进口量及年增长率
- 图表86 2002-2013年中国大陆各地区红酒进口额及年增长率
- 图表87 2013年中国大陆红酒进口均价排行
- 图表88 普罗旺斯红葡萄酒和桃红葡萄酒产量市场份额
- 图表89 柳河县葡萄酒产业的基础数据
- 图表90 葡萄酒企业贷款发放情况
- 图表91 2013年全球起泡酒出口量/出口额
- 图表92 感官要求
- 图表93 理化要求
- 图表94 抽样表
- 图表95 “十二五”烟台葡萄酒产业主要经济指标预测
- 图表96 2015年烟台酿酒葡萄酒基地发展目标
- 图表97 2012-2013年我国葡萄酒进口量价月度走势图
- 图表98 2014年主要进口来源国瓶装葡萄酒均价
- 图表99 2011-2014年主要进口来源国瓶装葡萄酒历年价格趋势
- 图表100 2011-2014年主要进口来源国瓶装葡萄酒进口量
- 图表101 2015年我国主要酒类进口规模
- 图表102 2015年我国葡萄酒进口规模
- 图表103 2015年我国瓶装葡萄酒主要进口国家
- 图表104 2008-2013年5大葡萄酒进口国均价统计
- 图表105 2008-2013年5大葡萄酒进口国均价走势
- 图表106 2008-2013年中国进口葡萄酒价格指数模型
- 图表107 2008-2013年进口葡萄酒价格指数

图表108 进口葡萄酒消费成熟度城市排名

图表109 未来进口葡萄酒的消费趋势

图表110 2013-2014年浙江省葡萄酒进口量价走势图

图表111 2013-2015年中国葡萄汽酒进口分析

图表112 2013-2015年中国葡萄汽酒出口分析

图表113 2013-2015年中国葡萄汽酒贸易现状分析

图表114 2013-2015年中国葡萄汽酒贸易顺逆差分析

图表115 2013年主要贸易国葡萄汽酒进口量及进口额情况

图表116 2014年主要贸易国葡萄汽酒进口量及进口额情况

图表117 2015年主要贸易国葡萄汽酒进口量及进口额情况

图表118 2013年主要贸易国葡萄汽酒出口量及出口额情况

图表119 2014年主要贸易国葡萄汽酒出口量及出口额情况

图表120 2015年主要贸易国葡萄汽酒出口量及出口额情况

图表121 2013年主要省市葡萄汽酒进口量及进口额情况

图表122 2014年主要省市葡萄汽酒进口量及进口额情况

图表123 2015年主要省市葡萄汽酒进口量及进口额情况

图表124 2013年主要省市葡萄汽酒出口量及出口额情况

图表125 2014年主要省市葡萄汽酒出口量及出口额情况

图表126 2015年主要省市葡萄汽酒出口量及出口额情况

图表127 2013-2015年中国装入 2升的容器的鲜葡萄酿造的酒进口分析

图表128 2013-2015年中国装入 2升的容器的鲜葡萄酿造的酒出口分析

图表129 2013-2015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130 2013-2015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131 2013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132 2014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133 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134 2013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135 2014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136 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137 2013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138 2014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139 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140 2013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141 2014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142 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143 2013-2015年中国装入 > 2升的容器的鲜葡萄酿造的酒进口分析
- 图表144 2013-2015年中国装入 > 2升的容器的鲜葡萄酿造的酒出口分析
- 图表145 2013-2015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146 2013-2015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147 2013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148 2014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149 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150 2013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151 2014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152 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153 2013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154 2014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155 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156 2013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157 2014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158 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159 不同葡萄品种对有效积温的要求
- 图表160 2014年和2013年葡萄成熟期单宁、总酚、色度对比图
- 图表161 2014年和2013年葡萄成熟期单宁、总酚、色度对比表
- 图表162 2011-2013财年星座公司综合损益表
- 图表163 2011-2013财年星座公司不同部门净销售额
- 图表164 2011-2013财年星座公司不同地区净销售额
- 图表165 2012-2014财年星座公司综合损益表
- 图表166 2012-2014财年星座公司不同部门净销售额
- 图表167 2012-2014财年星座公司不同地区净销售额
- 图表168 2013-2015财年星座公司综合收益表
- 图表169 2013-2015财年星座公司分部资料
- 图表170 2013-2015财年星座公司收入分地区资料
- 图表171 2011-2013财年帝亚吉欧综合损益表
- 图表172 2011-2013财年帝亚吉欧不同地区销售情况
- 图表173 2011-2013财年帝亚吉欧不同产品销售额细分情况
- 图表174 2012-2014财年帝亚吉欧综合损益表
- 图表175 2014财年帝亚吉欧不同部门销售情况
- 图表176 2012-2014财年帝亚吉欧不同产品销售额细分情况
- 图表177 2015财年帝亚吉欧公司销售额增长区域

- 图表178 2011/2012-2012/2013财年保乐力加综合损益表
- 图表179 2011/2012-2012/2013财年保乐力加不同地区净销售额情况
- 图表180 2012/2013-2013/2014财年保乐力加综合损益表
- 图表181 2012/2013-2013/2014财年保乐力加不同地区净销售额情况
- 图表182 2014-2015财年保乐力加集团销售分地区资料
- 图表183 2013-2015年烟台张裕葡萄酒股份有限公司总资产和净资产
- 图表184 2013-2014年烟台张裕葡萄酒股份有限公司营业收入和净利润
- 图表185 2015年烟台张裕葡萄酒股份有限公司营业收入和净利润
- 图表186 2013-2014年烟台张裕葡萄酒股份有限公司现金流量
- 图表187 2015年烟台张裕葡萄酒股份有限公司现金流量
- 图表188 2014年烟台张裕葡萄酒股份有限公司主营业务收入分行业、产品、区域
- 图表189 2013-2014年烟台张裕葡萄酒股份有限公司成长能力
- 图表190 2015年烟台张裕葡萄酒股份有限公司成长能力
- 图表191 2013-2014年烟台张裕葡萄酒股份有限公司短期偿债能力
- 图表192 2015年烟台张裕葡萄酒股份有限公司短期偿债能力
- 图表193 2013-2014年烟台张裕葡萄酒股份有限公司长期偿债能力
- 图表194 2015年烟台张裕葡萄酒股份有限公司长期偿债能力
- 图表195 2013-2014年烟台张裕葡萄酒股份有限公司运营能力
- 图表196 2015年烟台张裕葡萄酒股份有限公司运营能力
- 图表197 2013-2014年烟台张裕葡萄酒股份有限公司盈利能力
- 图表198 2015年烟台张裕葡萄酒股份有限公司盈利能力
- 图表199 2013-2014年王朝酒业综合收益表
- 图表200 2013-2015年甘肃莫高实业发展股份有限公司总资产和净资产
- 图表201 2013-2014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202 2015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203 2013-2014年甘肃莫高实业发展股份有限公司现金流量
- 图表204 2015年甘肃莫高实业发展股份有限公司现金流量
- 图表205 2014年甘肃莫高实业发展股份有限公司主营业务收入分行业、产品
- 图表206 2013-2014年甘肃莫高实业发展股份有限公司成长能力
- 图表207 2015年甘肃莫高实业发展股份有限公司成长能力
- 图表208 2013-2014年甘肃莫高实业发展股份有限公司短期偿债能力
- 图表209 2015年甘肃莫高实业发展股份有限公司短期偿债能力
- 图表210 2013-2014年甘肃莫高实业发展股份有限公司长期偿债能力
- 图表211 2015年甘肃莫高实业发展股份有限公司长期偿债能力
- 图表212 2013-2014年甘肃莫高实业发展股份有限公司运营能力

- 图表213 2015年甘肃莫高实业发展股份有限公司运营能力
- 图表214 2013-2014年甘肃莫高实业发展股份有限公司盈利能力
- 图表215 2015年甘肃莫高实业发展股份有限公司盈利能力
- 图表216 2012-2013年通天酒业综合收益表
- 图表217 2012-2013年通天酒业收入分部资料
- 图表218 2012-2013年通天酒业收入分地区资料
- 图表219 2013-2014年通天酒业综合收益表
- 图表220 2013-2014年通天酒业收入分产品资料
- 图表221 2013-2014年通天酒业收入分区域资料
- 图表222 2013-2015年中信国安葡萄酒业股份有限公司总资产和净资产
- 图表223 2013-2014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224 2015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225 2013-2014年中信国安葡萄酒业股份有限公司现金流量
- 图表226 2015年中信国安葡萄酒业股份有限公司现金流量
- 图表227 2014年中信国安葡萄酒业股份有限公司主营业务收入分行业
- 图表228 2014年中信国安葡萄酒业股份有限公司主营业务收入分区域
- 图表229 2013-2014年中信国安葡萄酒业股份有限公司成长能力
- 图表230 2015年中信国安葡萄酒业股份有限公司成长能力
- 图表231 2013-2014年中信国安葡萄酒业股份有限公司短期偿债能力
- 图表232 2015年中信国安葡萄酒业股份有限公司短期偿债能力
- 图表233 2013-2014年中信国安葡萄酒业股份有限公司长期偿债能力
- 图表234 2015年中信国安葡萄酒业股份有限公司长期偿债能力
- 图表235 2013-2014年中信国安葡萄酒业股份有限公司运营能力
- 图表236 2015年中信国安葡萄酒业股份有限公司运营能力
- 图表237 2013-2014年中信国安葡萄酒业股份有限公司盈利能力
- 图表238 2015年中信国安葡萄酒业股份有限公司盈利能力
- 图表239 葡萄酒感官要求
- 图表240 葡萄酒理化要求
- 图表241 葡萄酒抽样表
- 图表242 山葡萄酒的感官要求
- 图表243 山葡萄酒的理化要求
- 图表244 山葡萄酒抽样方案
- 图表245 观研网对2016-2022年中国葡萄酒制造行业销售收入预测
- 图表246 观研网对2016-2022年中国葡萄酒制造行业利润总额预测
- 图表247 观研网对2016-2022年中国葡萄酒产量预测

图表详见正文 (GY XFT)

详细请访问 : <http://baogao.chinabaogao.com/jiulei/243531243531.html>