

# 2008-2009年中国葡萄酒产业情报分析

## 报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2008-2009年中国葡萄酒产业情报分析》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/fangzhi/2831928319.html>

报告价格：电子版: 4000元 纸介版：4500元 电子和纸介版: 5000

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

2008-2009年中国葡萄酒产业情报分析第一章	2007-2008年葡萄酒供需分析第一节
中国葡萄酒产量分析一	2002-2008年中国葡萄酒总产量二
2002-2008年葡萄酒产量地区分析第二节	中国葡萄酒消费者调查分析一
中国葡萄酒消费市场分析二	2011年我国消费量达8.286亿升第二章
2007-2008年行业运行情况第一节中国葡萄酒行业总体运行一	2003-2008年企业数量分析二
2001-2008年资产规模分析三	2001-2008年销售收入分析四
2001-2008年利润总额分析五	2003-2008年行业盈利能力第二节
2003-2008年行业盈利能力第二节	中国葡萄酒行业运行分析一
2003-2008年企业数量（按企业规模）二	2003-2008年资产总额（按企业规模）三
2003-2008年销售收入（按企业规模）四	2003-2008年盈利能力（按企业规模）第三节
中国葡萄酒行业运行分析一	2003-2008年企业数量（按企业性质）二
2003-2008年资产总额（按企业性质）三	2003-2008年销售收入（按企业性质）四
2003-2008年盈利能力（按企业性质）第三章	2007-2008年葡萄酒市场调研第一节
葡萄酒市场调研现状一	葡萄酒市场分额（品牌）二
葡萄酒市场分额（品牌）二	葡萄酒市场分额（区域）三
葡萄酒市场分额（按质量分）四	葡萄酒市场分额（按渠道）五
葡萄酒市场分额（按渠道）五	葡萄酒市场分额（按进出口）六
2007年葡萄酒价格分析第二节	张裕长城新天策略分析一
张裕长城新天策略分析一	产品体系策略二
企业营销策略三	代理进口酒策略四
原料基地策略第三节	2007年市场主体动态一
2007年市场主体动态一	长城：借奥运的整合意愿二
长城：借奥运的整合意愿二	张裕：再造新渠道通路三
张裕：再造新渠道通路三	王朝：规模化与稳守市场四
王朝：规模化与稳守市场四	二线葡萄酒品牌动态第四节
领先企业渠道分析一	长城渠道分析二
长城渠道分析二	张裕渠道分析三
张裕渠道分析三	王朝渠道分析四
新天五	云南红六
华东葡萄酒第五节	北京市场一
北京市场一	北京葡萄酒市场规模二
北京葡萄酒市场规模二	北京经销商格局三
北京经销商格局三	北京主销渠道分析四
北京主销渠道分析四	北京消费特点分析五
北京消费特点分析五	领先企业北京渠道第六节
领先企业北京渠道第六节	广东市场一
广东市场一	广东市场规模分析二
广东市场规模分析二	广东产品市场结构分析三
广东产品市场结构分析三	广东消费人群特点四
广东消费人群特点四	广东渠道模式分析五
广东渠道模式分析五	广东市场推广分析第四章
2007年葡萄酒竞争主体分析第一节	张裕葡萄酒一
张裕葡萄酒一	公司简介二
公司简介二	产品系列分析三
产品系列分析三	2007年张裕财务运行分析四
2007年张裕财务运行分析四	企业竞争力分析第二节
企业竞争力分析第二节	中粮长城葡萄酒一
中粮长城葡萄酒一	中粮酒业二
中粮酒业二	长城概括三
长城概括三	产品线分析四
产品线分析四	长城渠道特点分析第三节
长城渠道特点分析第三节	莫高股份一
莫高股份一	企业概况二
企业概况二	产品系列三
产品系列三	竞争力分析第四节
竞争力分析第四节	新天国际一
新天国际一	企业概况二
企业概况二	产品系列三
产品系列三	竞争力分析第五节
竞争力分析第五节	王朝葡萄酒一
王朝葡萄酒一	企业基本情况二
企业基本情况二	企业主要产品三
企业主要产品三	企业经营情况分析第六节
企业经营情况分析第六节	烟台威龙一
烟台威龙一	企业概括二
企业概括二	产品线分析三
产品线分析三	企业经营情况分析四
企业经营情况分析四	威龙企业竞争力分析第七节
威龙企业竞争力分析第七节	烟台威泰葡萄酒一
烟台威泰葡萄酒一	企业概况二
企业概况二	产品系列三
产品系列三	竞争力分析第八节
竞争力分析第八节	烟台市鲁钥酒业一
烟台市鲁钥酒业一	企业概况二
企业概况二	产品系列三
产品系列三	竞争力分析第九节
竞争力分析第九节	烟台白洋河酿酒一
烟台白洋河酿酒一	企业概况二
企业概况二	产品系列三
产品系列三	竞争力分析第十节
竞争力分析第十节	烟台嘉裕葡萄酒一
烟台嘉裕葡萄酒一	企业概况二
企业概况二	产品系列三
产品系列三	竞争力分析第十一节
竞争力分析第十一节	青岛爱迪尔葡萄酒一
青岛爱迪尔葡萄酒一	企业概况二
企业概况二	产品系列三
产品系列三	竞争力分析第十二节
竞争力分析第十二节	北京丰收葡萄酒一
北京丰收葡萄酒一	企业概况二
企业概况二	产品系列三
产品系列三	竞争力分析图表
竞争力分析图表	1
2001-2008年中国葡萄酒产量一览表	单位:吨图表
2001-2008年中国葡萄酒产量一览表	2

2001-2008年中国葡萄酒产量变化趋势图	单位:吨图表	3
2002-2008年中国葡萄酒地区产量一览表	单位:吨图表	4
2007年葡萄酒产量地区比例图图表		5
2006年葡萄酒产量地区比例图图表		6
2006 - 2011年中国葡萄酒年销量预测一览表		
单位：亿瓶图表		7
2001 - 2008年中国葡萄酒行业（规模以上）企业数量变化图	单位:个图表	8
2001-2008年中国葡萄酒行业总资产变化图	单位：千元图表	9
2001-2008年中国葡萄酒行业销售收入变化图	单位：千元图表	10
2001-2008年中国葡萄酒行业利润总额变化图	单位：千元图表	11
2003-2008年中国葡萄酒行业盈利能力变化趋势图图表		12
2003-2008年中国葡萄酒不同规模企业数量一览表图表		13
2003-2008年中国葡萄酒不同规模企业资产总额一览表图表		14
2003-2008年中国葡萄酒不同规模企业销售收入一览表图表		15
2003-2008年中国葡萄酒不同规模企业利润总额一览表图表		16
2003-2008年中国葡萄酒行业不同企业性质企业数量一览表图表		17
2003-2008年中国葡萄酒行业不同企业性质资产总额一览表图表		18
2003-2008年中国葡萄酒行业不同企业性质销售收入一览表图表		19
2003-2008年中国葡萄酒行业不同企业性质利润总额一览表图表		20
2008年上半年中国葡萄酒市场主要品牌占有率.....		

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/2831928319.html>