

2007年中国葡萄酒市场分析及研究预测报告

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《2007年中国葡萄酒市场分析及研究预测报告》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/fangzhi/2876828768.html>

报告价格：电子版: 5000元 纸介版：5500元 电子和纸介版: 6000

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

相关礼品：凡订购本报告免费赠送《贺兰山葡萄酒营销咨询报告》电子版一份！目录第一章

中国葡萄酒行业相关概述 9第一节 葡萄酒的定义及分类 9一、葡萄酒的定义
9二、葡萄酒的分类 9第二节 中国葡萄酒行业发展特点 11一、供给与需求缺口拉大
11二、生产地区集中 12三、品种单一，中低档产品多 12四、行业收益显低
12五、品牌集中度高 13六、原材料供应稳定 13七、市场需求逐年增大
15八、生产技术装备水平和产品质量明显提高 15第三节 葡萄酒市场特征分析
16一、消费目的 16二、消费场所与购买场所 16三、其它市场特征 17第四节
中国酒业发展影响因素分析 17一、需求分析 17二、行业内竞争的影响分析
17三、原料供应分析 18四、替代品分析 18五、政策影响分析
19六、入世后关税变化对酒业的影响 19第五节 葡萄酒行业增长潜力分析
21一、葡萄酒行业发展现状 21二、葡萄酒行业厂商竞争分析
21三、未来行业仍将保持高速增长 22第二章 世界葡萄酒行业发展分析 24第一节
国际葡萄酒产业概况 24一、葡萄酒产量 24二、葡萄酒贸易形势 25第二节
世界葡萄酒行业发展现状 28一、世界葡萄酒市场发展现状概览 28二、世界葡萄种植状况
30三、世界葡萄酒产地分析 321、法国 322、意大利 333、西班牙 344、阿根廷
355、澳大利亚 366、美国 367、葡萄牙 378、德国 38第三节 德国葡萄酒业的发展分析
38一、悠久的葡萄酒文化 39二、德国酒在世界上的地位 39三、葡萄酒法急待维新
41四、雷司令葡萄酒的革命带来希望 42第四节 世界葡萄酒酿的仍比喝的多 44第五节
亚太地区葡萄酒市场发展分析 45一、亚洲葡萄酒消费量直线上升
45二、中国大陆：亚洲最大的葡萄酒生产市场
45三、中国香港：亚太地区最成熟的葡萄酒市场
46四、新加坡：2009年销售额将突破1亿美元
46五、日本：亚太地区主要的葡萄酒消费国 46六、韩国：葡萄酒销量成倍上升
47七、中国台湾：2009年，葡萄酒销量将增长40%
47八、澳大利亚：新兴的葡萄酒出口大国 47第六节 国外葡萄酒在中国市场的SWOT分析
48一、优势 48二、劣势 48三、机会 48四、威胁
49五、国外葡萄酒企业进入中国市场的战略 49第七节 2005年世界主要产区酿酒葡萄分析
50一、意大利 50二、波尔多 51三、布根地 51四、葡萄牙 52五、西班牙 53六、美国加州
54七、香槟区 55八、新西兰 56九、澳大利亚 57十、智利 58十一、南非 59第八节
全球葡萄酒生产趋势分析 60第九节 世界葡萄酒业发展趋势分析 61第三章
中国葡萄酒主要生产原料供应分析 65第一节 我国葡萄产地分析 65一、东北产地
65二、渤海湾产地 65三、沙城产地 65四、清徐产地 65五、银川产地 65六、武威产地
66七、新疆产地 66八、黄河故道产地 66九、云南高原产地 66第二节

中国葡萄酒酿酒产区分析	67一、胶东半岛产区	67二、黄河故道产区
68三、秦皇岛昌黎产区	70四、天津地区葡萄酒产区	71五、河北沙城产区
71六、宁夏贺兰山产区	72七、甘肃产区	73八、新疆产区
74九、云南地域产区	75十、东北产区	76第四章 中国葡萄酒行业发展现状分析
78第一节 中国葡萄酒市场分析	78一、集中度较高，国产品牌占据优势	78二、品牌忠诚度都较高，长城高居首位
80三、葡萄酒更容易被高收入的中青年人群所接受	81四、国外冲击波为中国葡萄酒业发展注入活力	82五、中国葡萄酒市场蕴藏无限商机
83六、葡萄酒行业进入高速增长期	85七、北京奥运是中国葡萄酒行业新起跑线	87八、国产葡萄酒向高端转型
88九、进口葡萄酒在国内面临价格瓶颈	89十、葡萄酒“四大品牌”产量已占全国半壁江山	90第二节 中国葡萄酒消费市场现状分析
90第三节 中国葡萄酒消费市场还需逐步培养	93一、洋葡萄酒仍在探路	93二、最大市场还在国内
93第四节 外来资本纷纷涌入我国葡萄酒业	94第五节 中国葡萄酒装备发展现状及发展方向	95一、葡萄酒行业状况
95二、葡萄酒加工设备现状	96三、葡萄酒设备的发展	97第六节 葡萄酒行业包装形式的演变和现状
98第七节 中国葡萄酒市场上的“消费者轮廓”	100一、分析葡萄酒市场“消费者轮廓”的意义	100二、中国葡萄酒市场的“消费者轮廓”
100三、结论	102第五章 2004年中国葡萄酒行业发展状况分析	103第一节 2004年中国葡萄酒行业产业环境与产业政策分析
103一、产业环境	103二、产业政策	103第二节 2004年中国葡萄酒整体发展状况分析
104第三节 2004年中国葡萄酒行业结构分析	106一、葡萄酒供给状况	106二、葡萄酒需求状况
106第四节 2004年中国葡萄酒行业区域市场状况分析	107一、成都葡萄酒价格行情	107二、长沙葡萄酒价格行情
108三、广州葡萄酒价格行情	109四、南京葡萄酒价格行情	110五、沈阳葡萄酒价格行情
111六、北京葡萄酒价格行情	112第五节 2004年中国葡萄酒行业主要产品价格走势分析	113一、张裕干红(750ml)价格行情
113二、长城干白(750ml)价格行情	114三、王朝干红(750ml)价格行情	115四、12°宁夏红(750ml)价格行情
116五、通化高级红(750ml)价格行情	117六、威龙干红(750ml)价格行情	118七、新天干白(750ml)价格行情
119第六节 2004年中国葡萄酒行业新品开发状况分析	120第七节 2004年中国葡萄酒产量分析	123一、2004年1-12月产量及其变化分析
123二、2004年各区域市场产量分析	123第八节 2004年中国葡萄酒行业各项经济指标分析	124一、工业总产值情况
124二、企业评价指标	126三、企业盈亏情况	131四、资产负债情况
132五、产销存情况	133六、财务费用情况	135第六章 2005-2006年中国葡萄酒市场发展分析
136第一节 2005年中国葡萄酒行业发展分析	136一、行业运行综述	136二、市场状况分析
1361、区域市场分析	1362、主流品牌分析	142三、行业热点分析
146四、行业竞争状况	1481、龙头企业竞争态势分析	1482、新品开发状况分析
149五、发展趋势预测	149第二节	

中国葡萄酒市场中长期消费趋势	338	第九章 我国葡萄酒行业销售渠道分析	340	第一节	
中国葡萄酒主要销售渠道模式分析	340	一、区域代理制	340	二、经销制	340
		三、直销制	341	四、买断品牌	341
		五、特许经营	342	第二节 中国葡萄酒市场的分销渠道及销售网点分析	
343一、中国葡萄酒市场的分销渠道		3431、国内葡萄酒		3432、进口葡萄酒	
343二、销售网点分析		343第三节		洋酒进入中国市场营销策略分析	
344一、洋酒逐步退出中国市场原因分析		344二、洋酒“卷土重来”的策略分析		345	第四节
中国葡萄酒高端产品的营销策略分析		348一、概念营销策略		348二、个性化定制策略	
349三、子品牌/副品牌开发策略		349四、商务/政务宴会推广策略		350	五、文化营销传播策略
350第五节		中国葡萄酒攻防策略分析		351一、中国葡萄酒企业市场竞争策略	
351二、中国葡萄酒市场终端策略		354三、慎定经销商政策		359	第六节
中国葡萄酒企业文化营销模式分析		360一、广告宣传		361二、事件营销	
		361三、包装设计		362四、产区营销	
		362五、工业旅游		363六、渠道培训	
		363第七节		中国葡萄酒营销模式创新分析	
364一、由经销制转向改进的代销制		364二、通路精耕		365三、网络营销手段的应用	
366第十章		中国葡萄酒业竞争分析		368	第一节
中国葡萄酒行业竞争特点		368一、葡萄酒市场潜力巨大		368二、寡头垄断葡萄酒市场	
369三、沿海城市比内地城市葡萄酒渗透率高		370四、逐渐从“产品消费”走向“品牌消费”		370五、消费者特征：中青年、高学历、高收入	
372第二节		中国葡萄酒竞争格局分析		373一、国产葡萄酒三大梯队	
		373二、万军相争，勇者胜		374三、从混战到会盟，市场大整合	
		374四、百花齐放，质量当先		375五、中洋葡萄酒大战的态势显现	
376第三节		葡萄酒业“3 1”格局呼之欲出		378	第四节
加入WTO后中国葡萄酒竞争优势分析		381一、数字乐观，市场平静		382二、布局高端，中国酒寻突破	
		382三、中档市场，地产品牌抢庄		383四、洋酒市场，难有大作为	
383第五节		我国进口葡萄酒市场竞争“忧患”分析		384	第六节
中国葡萄酒竞争趋势分析		388一、七分葡萄、三分酿造，跑马圈地抢葡萄		388二、国标、行标尴尬并存	
		388三、“新贵”叫板老牌精英		388	第七节
中国葡萄酒行业如何提高自身综合的竞争力		389		第十一章	
中国葡萄酒业主要企业分析		395		第一节	
烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司		395		第二节	
河北沙城长城葡萄酒有限公司		404		第三节	
中法合资王朝葡萄酒有限公司		406		第四节	
通化葡萄酒股份有限公司		413		第五节	
新天国际葡萄酒业有限公司		415		第六节	
青岛华东葡萄酒有限公司		416		第十二章	
中国葡萄酒投资分析及发展趋势分析		417		第一节	
中国葡萄酒产业投资特性分析		417一、中国葡萄酒产业属于新兴行业		417二、中国葡萄酒业正处于竞争发展期	
417三、葡萄酒业是资源密集性产业		417四、风险小，建设周期短		417五、进入壁垒小	
418六、行业利润指标较高		418七、投资空间巨大		419	第二节
中国葡萄酒企业投资建议		419一、产品创新建议：软包装		419二、营销手法创新建议：倒立营销	
420三、渠道创新建议：开辟郊区、城镇市场		424		第三节	
我国葡萄酒业发展趋势分析					

427一、国内几大葡萄酒品牌仍将保持较快的增长速度

427二、二线品牌和酒庄开始寻找突破口

427三、品牌单一，产品缺乏个性、特点的现象将得到逐步改善

427四、消费地区和人群逐步扩大

428五、品牌有集中化趋势。

428六、高端葡萄酒逐渐增多 428第四节 葡萄酒走向品牌消费 428部分图表目录图表

2006年2月份全国葡萄酒制造业经济指标（1）图表

2006年2月份全国葡萄酒制造业经济指标（2）图表

2006年2月份全国葡萄酒制造业经济指标（3）图表

2006年2月份全国葡萄酒制造业经济指标（4）图表

2006年3月份全国葡萄酒制造业经济指标（1）图表

2006年3月份全国葡萄酒制造业经济指标（2）图表

2006年3月份全国葡萄酒制造业经济指标（3）图表

2006年3月份全国葡萄酒制造业经济指标（4）图表

2006年4月份全国葡萄酒制造业经济指标（1）图表

2006年4月份全国葡萄酒制造业经济指标（2）图表

2006年4月份全国葡萄酒制造业经济指标（3）图表

2006年4月份全国葡萄酒制造业经济指标（4）图表

2006年5月份全国葡萄酒制造业经济指标（1）图表

2006年5月份全国葡萄酒制造业经济指标（2）图表

2006年5月份全国葡萄酒制造业经济指标（3）图表

2006年5月份全国葡萄酒制造业经济指标（4）图表

2006年6月份全国葡萄酒制造业经济指标（1）图表

2006年6月份全国葡萄酒制造业经济指标（2）图表

2006年6月份全国葡萄酒制造业经济指标（3）图表

2006年6月份全国葡萄酒制造业经济指标（4）图表

2006年7月份全国葡萄酒制造业经济指标（1）图表

2006年7月份全国葡萄酒制造业经济指标（2）图表

2006年7月份全国葡萄酒制造业经济指标（3）图表

2006年7月份全国葡萄酒制造业经济指标（4）图表

2006年8月份全国葡萄酒制造业经济指标（1）图表

2006年8月份全国葡萄酒制造业经济指标（2）图表

2006年8月份全国葡萄酒制造业经济指标（3）图表

2006年8月份全国葡萄酒制造业经济指标（4）图表

2006年2月葡萄酒制造销售收入前十家企业图表

2006年3月葡萄酒制造销售收入前十家企业图表

2006年4月葡萄酒制造销售收入前十家企业图表

2006年5月葡萄酒制造销售收入前十家企业图表

2006年6月葡萄酒制造销售收入前十家企业图表

2006年7月葡萄酒制造销售收入前十家企业图表

2006年8月葡萄酒制造销售收入前十家企业图表

2006年9月葡萄酒制造销售收入前十家企业图表

2006年2-9月葡萄酒天津市合计图表

2006年2-9月葡萄酒辽宁省合计图表

2006年2-9月葡萄酒黑龙江合计图表

2006年2-9月葡萄酒安徽省合计图表

2006年2-9月葡萄酒河南省合计图表

2006年2-9月葡萄酒广西合计图表

2006年2-9月葡萄酒云南省合计图表

2006年2-9月葡萄酒甘肃省合计图表

2006年2-9月葡萄酒新疆合计图表

2006年2-9月葡萄酒北京市合计图表

2006年2-9月葡萄酒河北省合计图表

2006年2-9月葡萄酒吉林省合计图表

2006年2-9月葡萄酒上海市合计图表

2006年2-9月葡萄酒山东省合计图表

2006年2-9月葡萄酒湖南省合计图表

2006年2-9月葡萄酒贵州省合计图表

2006年2-9月葡萄酒陕西省合计图表

2006年2-9月葡萄酒宁夏合计图表

2010年中国高、中、低档葡萄酒的消费比例图表

2005年1-12月葡萄酒制造累计工业总产值（当年价格）图表

2005年1-12月葡萄酒制造累计企业单位数图表

2005年1-12月葡萄酒制造累计全部从业人员平均人数图表

2005年1-12月葡萄酒制造累计资产总计图表 2005年1-12月葡萄酒制造累计负债总计图表

2005年1-12月葡萄酒制造累计产品销售收入图表

2005年1-12月葡萄酒制造累计产品销售成本图表

2005年1-12月葡萄酒制造累计产品销售费用图表

2005年1-12月葡萄酒制造累计利润总额图表 2005年1-12月葡萄酒制造累计产成品图表

2005年1-12月葡萄酒制造累计管理费用图表 2005年1-10月葡萄酒制造累计财务费用图表

2005年1-12月葡萄酒制造累计亏损企业单位数图表

2005年1-12月葡萄酒制造累计亏损企业亏损总额图表

2005年1-12月葡萄酒制造产值利税率图表 2005年1-12月葡萄酒制造资产负债率图表

2005年1-12月葡萄酒制造资金利润率图表 2005年1-12月葡萄酒制造成本费用利润率图表

2005年1-12月葡萄酒制造产成品资金占用率图表 2005年1-12月葡萄酒制造人均销售率图表

2005年1-12月葡萄酒制造国有企业经济指标图表

2005年1-12月葡萄酒制造集体企业经济指标图表

2005年1-12月葡萄酒制造股份合作企业经济指标图表

2005年1-12月葡萄酒制造股份制企业经济指标图表

2005年1-12月葡萄酒制造私营企业经济指标图表

2005年1-12月葡萄酒制造外商和港澳台企业经济指标图表

2005年1-12月北京市葡萄酒制造主要经济指标图表

2005年1-12月天津市葡萄酒制造主要经济指标图表

2005年1-12月河北省葡萄酒制造主要经济指标图表

2005年1-12月辽宁省葡萄酒制造主要经济指标图表

2005年1-12月吉林省葡萄酒制造主要经济指标图表

2005年1-12月上海市葡萄酒制造主要经济指标图表

2005年1-12月安徽省葡萄酒制造主要经济指标图表

2005年1-12月山东省葡萄酒制造主要经济指标图表

2005年1-12月河南省葡萄酒制造主要经济指标图表

2005年1-12月湖南省葡萄酒制造主要经济指标图表

2005年1-12月广西葡萄酒制造主要经济指标图表

2005年1-12月云南省葡萄酒制造主要经济指标图表

2005年1-12月陕西省葡萄酒制造主要经济指标图表

2005年1-12月甘肃省葡萄酒制造主要经济指标图表

2005年1-12月宁夏葡萄酒制造主要经济指标图表

2005年1-12月新疆葡萄酒制造主要经济指标图表

2005年12月份全国葡萄酒制造业经济指标（1）图表

2005年12月份全国葡萄酒制造业经济指标（2）图表

2005年12月份全国葡萄酒制造业经济指标（3）图表

2005年12月份全国葡萄酒制造业经济指标（4）图表

2005年2月全国葡萄酒制造销售收入前十家企业图表

2005年3月全国葡萄酒制造销售收入前十家企业图表

2005年4月全国葡萄酒制造销售收入前十家企业图表

2005年5月全国葡萄酒制造销售收入前十家企业图表

2005年6月全国葡萄酒制造销售收入前十家企业图表

2005年7月全国葡萄酒制造销售收入前十家企业图表

2005年8月全国葡萄酒制造销售收入前十家企业图表

2005年9月全国葡萄酒制造销售收入前十家企业图表

2005年10月全国葡萄酒制造销售收入前十家企业图表

2005年11月全国葡萄酒制造销售收入前十家企业图表

2005年12月全国葡萄酒制造销售收入前十家企业图表

2005年葡萄酒天津市合计图表

2005年葡萄酒山西省合计图表

2005年葡萄酒吉林省合计图表

2005年葡萄酒上海市合计图表

2005年葡萄酒北京市合计图表

2005年葡萄酒河北省合计图表

2005年葡萄酒辽宁省合计图表

2005年葡萄酒黑龙江合计图表

2005年葡萄酒安徽省合计图表

2005年葡萄酒山东省合计图表
2005年葡萄酒湖南省合计图表
2005年葡萄酒四川省合计图表
2005年葡萄酒云南省合计图表
2005年葡萄酒甘肃省合计图表
1994-2004年中国葡萄酒产量图表
1990-2004年葡萄酒产量走势图图表
2004年1-12月成都部分葡萄酒价格走势图表
2004年1-12月长沙部分葡萄酒价格走势图表
2004年1-12月广州部分葡萄酒价格走势图表
2004年1-12月南京部分葡萄酒价格走势图表
2004年1-12月沈阳部分葡萄酒价格走势图表
2004年1-12月北京部分葡萄酒价格走势图表
2004年1-12月张裕干红（750ml）价格行情图表
2004年1-12月部分地区张裕干红价格走势图表
2004年1-12月长城干白（750ml）价格行情图表
2004年1-12月部分地区长城干白价格走势图表
2004年1-12月王朝干红（750ml）价格行情图表
2004年1-12月部分地区王朝干红价格走势图表
2004年1-12月12°宁夏红（750ml）价格行情图表
2004年1-12月部分地区12°宁夏红价格走势图表
2004年1-12月通化高级红（750ml）价格行情图表
2004年1-12月部分地区通化高级红价格走势图表
2004年1-12月威龙干红（750ml）价格行情图表
2004年1-12月部分地区威龙干红价格走势图表
2004年1-12月新天干白（750ml）价格行情图表
2004年1-12月部分地区新天干白价格走势图表
2004年各地区葡萄酒产量图表
2004年葡萄酒制造累计工业总产值（当年价格）图表
2004年葡萄酒制造累计工业总产值（当年价格）比上年同期增长图表
2004年国有企业企业葡萄酒制造全国合计图表
2004年集体企业企业葡萄酒制造全国合计图表
2004年股份制企业企业葡萄酒制造全国合计图表
2004年股份合作企业企业葡萄酒制造全国合计图表
2004年葡萄酒制造累计亏损企业单位数图表
2004年葡萄酒制造累计资产总计图表

2005年葡萄酒河南省合计图表
2005年葡萄酒广东省合计图表
2005年葡萄酒贵州省合计图表
2005年葡萄酒陕西省合计图表
2005年葡萄酒宁夏合计图表
2005年葡萄酒新疆合计图表
1991-2004年葡萄酒产量统计表图表
2004年1-12月成都葡萄酒价格行情图表
2004年1-12月长沙葡萄酒价格行情图表
2004年1-12月广州葡萄酒价格行情图表
2004年1-12月南京葡萄酒价格行情图表
2004年1-12月沈阳葡萄酒价格行情图表
2004年1-12月北京葡萄酒价格行情图表
2004年中国葡萄酒产量图表
2004年葡萄酒制造累计工业总产值（当年价格）图表
2004年葡萄酒制造累计负债合计图表

2004年葡萄酒制造累计产成品图表	2004年葡萄酒制造累计产品销售收入图表
2004年葡萄酒制造累计财务费用图表	2004年葡萄酒北京市合计图表
2004年葡萄酒天津市合计图表	2004年葡萄酒河北省合计图表
2004年葡萄酒山西省合计图表	2004年葡萄酒辽宁省合计图表
2004年葡萄酒吉林省合计图表	2004年葡萄酒黑龙江合计图表
2004年葡萄酒上海市合计图表	2004年葡萄酒安徽省合计图表
2004年葡萄酒山东省合计图表	2004年葡萄酒河南省合计图表
2004年葡萄酒湖北省合计图表	2004年葡萄酒广东省合计图表
2004年葡萄酒广西省合计图表	2004年葡萄酒四川省合计图表
2004年葡萄酒贵州省合计图表	2004年葡萄酒云南省合计图表
2004年葡萄酒陕西省合计图表	2004年葡萄酒甘肃省合计图表
2004年葡萄酒宁夏合计图表	2004年葡萄酒新疆合计图表
全国葡萄酒品牌市场占有率图表	中国主要葡萄原料基地图表
葡萄酒的消费目的图表	葡萄酒各品牌地区市场占有率图表
葡萄酒品牌区域市场占有率图表	葡萄酒各品牌的忠诚度图表
品牌市场占有率与忠诚度定位图表	各品牌葡萄酒消费者的年龄和个人月收入定位图图表
北京市葡萄酒部分品牌市场攻略及价格图表	天津市葡萄酒部分品牌市场攻略及价格图表
上海市葡萄酒部分品牌市场攻略及价格图表	重庆市葡萄酒部分品牌市场攻略及价格图表
消费者饮用葡萄酒的原因分析图图表	消费者饮用葡萄酒的原因（分年龄段）图表
葡萄酒饮用场合构成图图表	不同年龄段消费者主要饮用葡萄酒的场合分析表图表
首先提及的品牌比率图表	认为最好的品牌图表
消费者最喜欢的葡萄酒产地图表	购买过的品牌图表
每月的饮酒次数（按饮用场合细分）图表	每月的饮酒次数（按饮用目的细分）图表
每月的饮酒次数（按常饮用的价格细分）图表	每月的饮酒次数（按喜欢的品种细分）图表
不同年龄在家在和外的饮用比例图表	消费者在家饮用和在外饮用的比例图表
张裕葡萄酒在武汉市卖场情况图表	北京葡萄酒市场品牌占有率图表
王朝葡萄酒在武汉市卖场情况图表	长城葡萄酒在武汉市卖场情况图表
丰收葡萄酒在武汉市卖场情况图表	威龙葡萄酒在武汉市卖场情况图表
国外品牌葡萄酒在武汉市卖场情况图表	其他品牌葡萄酒在武汉市卖场情况图表
家庭消费者选择葡萄酒的各个因素图表	家庭中最常购买的葡萄酒种类图表
各品牌知名度情况图表	消费者饮用葡萄酒的满意度图表
品牌渗透率图表	消费者首选品牌比例图图表
北京地区葡萄酒市场的品牌渗透率图表	上海地区葡萄酒市场品牌渗透率图表
广州地区葡萄酒市场的品牌渗透率	

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/2876828768.html>