

# 中国葡萄酒产业发展态势及运营战略研究报告（2013-2017）

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《中国葡萄酒产业发展态势及运营战略研究报告（2013-2017）》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/159547159547.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

根据国家统计局数据：2012年12月份，我国生产葡萄酒1.745亿升，同比增长40.44%，全年葡萄酒的产量达13.8亿升，同比增长16.9%。当中山东省葡萄酒年度产量达4.67亿升，同比增长6.49%，占全国总产量的33.81%，居全国首位。

目前，我国葡萄酒消费处于开拓成长期，随着人均收入水平的提高，特别是中产阶层的发展壮大，以及消费结构升级、葡萄酒作为健康饮品的价值被广泛认同。伴随着葡萄酒市场的规范化，消费的成熟化以及经济发展、消费者可支配收入等因素的影响，葡萄酒的需求规模逐步增加。

中国报告网发布的《中国葡萄酒产业发展态势及运营战略研究报告（2013-2017）》内容严谨、数据翔实，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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，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。

报告目录：

### 第一章 全球葡萄酒市场发展分析

#### 第一节 2012年全球葡萄酒市场分析

#### 第二节 主要国家地区葡萄酒市场分析

##### 一、美国葡萄酒市场分析

##### 二、法国葡萄酒市场分析

##### 三、意大利葡萄酒市场分析

##### 四、西班牙葡萄酒市场分析

##### 五、澳大利亚葡萄酒市场分析

### 第二章 我国葡萄酒行业发展现状

#### 第一节 我国葡萄酒行业发展现状

#### 第二节 2011-2012年葡萄酒业发展情况分析

##### 一、2011年葡萄酒行业发展情况分析

##### 二、2012年葡萄酒行业发展特点分析

##### 三、2012年葡萄酒行业发展情况

### 第三节 2010-2012年葡萄酒行业运行分析

- 一、2010-2012年葡萄酒业产销存运行分析
- 二、2010-2012年葡萄酒行业利润情况分析
- 三、2013-2017年葡萄酒行业发展机遇分析

## 第三章 中国葡萄酒行业消费市场分析

### 第一节 中国葡萄酒消费现状分析

- 一、2011年国内高端葡萄酒量跌价未动
- 二、进口葡萄酒渐成中国主流消费品
- 三、中国葡萄酒消费量雄冠亚洲
- 四、葡萄酒进入"产地生态消费时代"
- 五、国内消费水平趋于高端
- 六、葡萄酒消费的误区

### 第二节 葡萄酒消费习惯调查分析

- 一、年轻人追求氛围，年长者追求保健
- 二、消费者饮用葡萄酒的场所
- 三、长城、张裕京城葡萄酒市场霸主地位不可动摇
- 四、消费者最喜欢山东烟台的葡萄酒
- 五、消费者平均每月饮用葡萄酒的次数
- 六、在家饮用和在外饮用的比例接近1:1

### 第三节 葡萄酒消费者行为分析

- 一、消费目的
- 二、消费场所与购买场所
- 三、消费特征
- 四、消费行为

### 第四节 女性消费葡萄酒的分析

- 一、葡萄酒是时尚、优雅、文明的酒精饮料
- 二、葡萄酒是美容抗衰老的健康饮品
- 三、女性主导葡萄酒的购买权利
- 四、女性是葡萄酒传播的最佳对象

## 第四章 2010-2012年葡萄酒行业经济运行分析

### 第一节 2010-2012年葡萄酒产量分析

- 一、2011年葡萄酒产量分析
- 二、2012年葡萄酒产量分析

### 第二节 2010-2012年葡萄酒行业主要经济指标分析

- 一、销售收入前十家企业分析

二、2011年葡萄酒行业主要经济指标分析

三、2012年葡萄酒行业主要经济指标分析

第三节 2010-2012年我国葡萄酒行业绩效分析

第五章 我国葡萄酒行业进出口分析

第一节 我国葡萄酒进口分析

一、2011年进口总量分析

二、2011年进口结构分析

三、2011年进口区域分析

第二节 我国葡萄酒出口分析

一、2011年出口总量分析

二、2011年出口结构分析

三、2011年出口区域分析

第三节 我国葡萄酒进出口预测

一、2012年进口分析

二、2013-2017年葡萄酒进口预测

第六章 我国葡萄酒行业销售渠道及营销策略分析

第一节 中国葡萄酒主要销售渠道模式分析

一、区域代理制

二、经销制

三、直销制

四、买断品牌

五、特许经营

第二节 进口葡萄酒的五大销售模式分析

一、传统代理型（分销加盟制）

二、多品牌代理制（酒行代理制）

三、品牌运营型

四、单品牌代理制

五、贴牌销售型

第三节 中国葡萄酒市场的分销渠道及销售网点分析

一、中国葡萄酒市场的分销渠道

二、销售网点分析

第四节 葡萄酒营销三大特色分析

一、概念营销"培养"消费者

二、体验营销"亲近"消费者

三、小众营销"瞄准"消费者

## 第五节 中国葡萄酒企业文化营销模式分析

### 第六节 葡萄酒终端营销革命分析

- 一、营销战略思维求变
- 二、上下游资源的强强联合
- 三、消费时尚的引爆
- 四、葡萄酒消费文化的培育
- 五、从被动走向主动
- 六、“如家”现象在葡萄酒业上演

### 第七节 中国葡萄酒企业营销传播策略分析

- 一、明确营销传播的本质
- 二、关注营销传播信息、受众与传播渠道之间的适应性
- 三、排除营销传播过程中的“噪声”
- 四、建立营销传播的“反馈通道”

## 第七章 葡萄酒企业竞争策略分析

### 第一节 葡萄酒市场竞争策略分析

- 一、2012年葡萄酒市场增长潜力分析
- 二、2012年葡萄酒主要潜力品种分析
- 三、现有葡萄酒产品竞争策略分析
- 四、潜力葡萄酒品种竞争策略选择
- 五、典型企业产品竞争策略分析

### 第二节 葡萄酒企业竞争策略分析

## 第八章 主要葡萄酒企业竞争分析

### 第一节 烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2010-2012年经营状况
- 四、2013-2017年发展战略

### 第二节 通化葡萄酒股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2010-2012年经营状况
- 四、2013-2017年发展战略

### 第三节 新天国际葡萄酒业有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析

三、2010-2012年经营状况

四、2013-2017年发展战略

第四节 中粮华夏长城葡萄酒有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2012年经营状况

四、2013-2017年发展战略

第五节 烟台威龙葡萄酒股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2012年经营状况

四、2013-2017年发展战略

第六节 北京丰收葡萄酒有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2012年经营状况

四、2013-2017年发展战略

第七节 甘肃莫高实业发展股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2012年经营状况

四、2013-2017年发展战略

第九章 葡萄酒行业发展趋势分析

第一节 我国葡萄酒行业前景与机遇分析

一、我国葡萄酒行业发展前景

二、我国葡萄酒发展机遇分析

三、2013年葡萄酒的发展机遇分析

四、欧债危机对葡萄酒行业的影响分析

第二节 2013-2017年中国葡萄酒市场趋势分析

一、2010-2012年葡萄酒市场趋势总结

二、2013-2017年葡萄酒发展趋势分析

三、2013-2017年葡萄酒市场发展空间

四、2013-2017年葡萄酒产业政策趋向

五、2013-2017年国际环境对行业的影响

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年

份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiulei/159547159547.html>