

2007-2008年中国葡萄酒市 场研究发展分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2007-2008年中国葡萄酒市场研究发展分析报告》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.cction.com/report/200806/1481.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

第一章、葡萄酒概况

第一节、葡萄酒相关介绍

一、葡萄酒的概念

二、葡萄酒的由来与发展

三、葡萄酒的标签标准

四、葡萄酒与健康

第二节、葡萄酒的分类

一、按颜色分类

二、按含二氧化碳压力分类

三、按含糖量分类

四、按酿造方法分类

五、按饮用方式分类

第二章、国际葡萄酒行业分析

第一节、世界葡萄酒行业发展概况

一、全球葡萄酒业发展回顾

二、新世界葡萄酒发展迅速

三、国际葡萄酒酿造技术向高科技发展

第二节、2005-2007年全球葡萄酒市场分析

一、2005年全球葡萄酒市场状况

二、2006年全球葡萄酒消费概况

三、2007年全球葡萄酒价格上涨

第三节、法国

一、法国葡萄酒的起源与发展

二、法国葡萄酒产业品牌与文化的融合

三、法国葡萄酒产业挑战欧盟改革

四、法国葡萄酒加大在中国的推广力度

第四节、意大利

一、意大利葡萄酒原材料概述

二、意大利葡萄酒的发展史

三、意大利主要葡萄酒产区介绍

四、意大利葡萄酒产品的分级

五、2006年意大利葡萄酒行业分析

第五节、澳大利亚

一、澳大利亚葡萄酒产业发展综述

二、澳大利亚葡萄酒的品种与生产企业

三、澳大利亚葡萄酒对华出口增长迅猛

四、2006年澳洲葡萄酒供过于求

第六节、德国

一、德国葡萄酒产业的文化及地位

二、德国葡萄酒产业的主要特点

三、2006年德国葡萄酒出口创纪录

四、浅析德国雷司令葡萄酒的革命

五、德国葡萄酒行业法规急待维新

六、未来德国葡萄酒发展前景看好

第七节、美国

一、美国葡萄酒的发展史

二、美国葡萄酒命名原则探究

三、美国葡萄酒消费量连续13年增长

四、2010年美国将成全世界最大的葡萄酒市场

第八节、西班牙

一、西班牙葡萄酒产区介绍

二、西班牙葡萄酒产业的发展环境

三、西班牙葡萄酒产业的四次革命

四、西班牙葡萄酒产业国际市场的开拓

五、西班牙欲做全球最大葡萄酒出口国

第九节、智利

一、智利葡萄与葡萄酒产业发展简述

二、智利瓶装葡萄酒出口增长迅速

三、2007年1-5月智利葡萄酒出口大增

四、智利葡萄酒试图进军高端市场

五、智利葡萄酒大力开拓中国市场

六、两大因素阻碍智利葡萄酒业发展

第十节、其他国家国家

- 一、奥地利葡萄酒产区介绍
- 二、葡萄牙主要葡萄酒产区
- 三、加拿大葡萄酒概况与产地

第三章、中国葡萄酒行业分析

第一节、中国葡萄酒行业的发展进程

- 一、古代史料
- 二、近代葡萄酒工业的开创
- 三、建国以后的发展进展

第二节、中国葡萄酒行业运行态势分析

- 一、宏观经济对国内葡萄酒业的影响
- 二、国内葡萄酒产业链已初步形成
- 三、中国葡萄酒产业进入高速发展期
- 四、葡萄酒产业发展的优势分析
- 五、葡萄酒产业发展的劣势分析

第三节、2004-2007年上半年中国葡萄酒行业分析

- 一、2004年葡萄酒行业总体回顾
- 二、2005年葡萄酒行业发展简况
- 三、2006年国内葡萄酒的风云历程
- 四、2007年上半年葡萄酒行业特征

第四节、2005-2007年7月葡萄酒产量数据分析

- 一、2005年全国及重点省市葡萄酒产量数据分析
- 二、2006年全国及重点省市葡萄酒产量数据分析
- 三、2007年1-7月全国及重点省市葡萄酒产量数据分析

第五节、中国葡萄酒工业存在的问题与对策

- 一、浅析国内葡萄酒行业的四大问题
- 二、制约葡萄酒业发展的瓶颈及对策
- 三、中国葡萄酒工业的发展战略
- 四、中国葡萄酒产业需适度发展
- 五、葡萄酒工业的生命是成长性

第四章、2005-2007年5月葡萄酒制造业运行数据分析

第一节、2005-2007年5月葡萄酒制造业总体数据

一、2005年1-12月葡萄酒制造业全部企业数据分析

二、2006年1-12月葡萄酒制造业全部企业数据分析

三、2007年1-5月葡萄酒制造业全部企业数据分析

第二节、2006-2007年5月葡萄酒制造业不同所有制性质企业数据

一、2006年1-12月葡萄酒制造业不同所有制性质企业数据

二、2007年1-5月葡萄酒制造业不同所有制性质企业数据

第三节、2006-2007年5月中国不同规模葡萄酒制造企业数据

一、2006年1-12月中国不同规模葡萄酒制造企业数据分析

二、2007年1-5月中国不同规模葡萄酒制造企业数据分析

第四节、2005年-2007年5月葡萄酒制造业销售收入前十家企业分析

一、2005年1-12月葡萄酒制造业销售收入前十家企业

二、2006年1-12月葡萄酒制造业销售收入前十家企业

三、2007年1-5月葡萄酒制造业销售收入前十家企业

第五章、中国葡萄酒市场分析

第一节、中国葡萄酒市场总体情况

一、简述中国葡萄酒市场的发展

二、中国葡萄酒市场迎来收获季节

三、中国葡萄酒三大巨头拓展国际市场

四、中国葡萄酒市场出现专卖店新格局

第二节、部分地区葡萄酒市场发展状况

一、2007年上半年郑州葡萄酒市场简况

二、2007年广州市场进口葡萄酒售价上涨

三、2007年北京葡萄酒市场洋酒占一半市场

四、成都葡萄酒市场发展现状

第三节、中国葡萄酒市场消费状况

一、中国葡萄酒消费状况分析

二、餐饮终端市场葡萄酒消费特点

三、浅析国内葡萄酒的消费误区

四、影响葡萄酒消费的三点因素

五、中国葡萄酒市场消费潜力大

第四节、中国葡萄酒市场存在的问题

一、葡萄酒市场的乱象

二、中国葡萄酒十几年来增销缓慢

三、葡萄酒市场四大问题亟待改善

四、中国葡萄酒市场供求矛盾突出

五、中国葡萄酒目标市场定位不明

六、中国葡萄酒市场缺乏个性的品牌

第五节、拓展葡萄酒市场的战略措施

一、葡萄酒企业开拓市场的五大策略

二、中国葡萄酒市场发展建议

三、葡萄酒市场实现稳步发展的战略

第六章、葡萄酒高端市场

第一节、葡萄酒高端市场发展状况

一、探究葡萄酒高端产品

二、浅谈中国高端葡萄酒市场的发展

三、中外葡萄酒对决高端葡萄酒市场

四、国产葡萄酒品牌发力高端市场

五、高端甜葡萄酒掀起争夺战

六、期酒搅热国内高端葡萄酒市场

第二节、葡萄酒高端市场战略剖析

一、国产葡萄酒推出高端新品的原因

二、发展中国高端葡萄酒市场的措施

三、解析葡萄酒高端产品的营销策略

第三节、葡萄酒高端市场前景

一、未来高端葡萄酒还有提高空间

二、高端商务葡萄酒市场容量巨大

三、未来高档葡萄酒的前景相当可观

四、高档葡萄酒销售渠道日渐完善

第七章、红葡萄酒

第一节、红葡萄酒特性

- 一、酿红葡萄酒的葡萄品种
- 二、红葡萄酒的健康功效
- 三、影响红葡萄酒颜色的因素

第二节、红葡萄酒生产工艺

- 一、传统发酵
- 二、旋转罐法
- 三、二氧化碳浸渍法
- 四、其他方法

第三节、红葡萄酒的市场概况与前景

- 一、全球红葡萄酒生产过剩冲击南非市场
- 二、法国红葡萄酒强势突击中国市场
- 三、“串货”导致红酒低价抛售
- 四、中国红葡萄酒市场将向高档化发展

第八章、干葡萄酒

第一节、干红葡萄酒的相关特性

- 一、干红葡萄酒简介
- 二、干红葡萄酒的生产工艺
- 三、干红葡萄酒酿造中橡木的使用

第二节、干红葡萄酒市场分析

- 一、浅析中国干红葡萄酒不逊洋品牌
- 二、国内中高档干红葡萄酒市场畅销
- 三、洋葱、芹菜干红葡萄酒上海受宠
- 四、2007年中国与法国合作推广干红葡萄酒
- 五、未来发展干红葡萄酒文化的前景

第三节、干白葡萄酒概述

- 一、干白葡萄酒的酿造
- 二、干白葡萄酒的酿造控制工艺
- 三、优质干白葡萄酒酿造工艺要求
- 四、干白葡萄酒的营养和消费情况
- 五、国内干白葡萄酒市场逐渐回暖

第九章、年份酒

第一节、年份酒概述

- 一、葡萄酒年份细说
- 二、自然环境对葡萄酒年份的影响
- 三、年份酒的误解与真相

第二节、年份酒发展现状分析

- 一、葡萄酒标注假年份利润丰厚
- 二、年份乱引发葡萄酒行业反省
- 三、2008年将施行年份酒新标准

第十章、庄园酒

第一节、关于庄园酒

- 一、葡萄酒庄园和庄园酒
- 二、庄园葡萄酒的类型
- 三、剖析庄园酒的中国概念

第二节、中国庄园酒发展的总体概况

- 一、葡萄酒产业的“庄园”现象
- 二、中国庄园酒发展的总体回顾
- 三、葡萄酒产业庄园运动带来的变局
- 四、庄园酒成为企业高端市场的法宝
- 五、庄园酒及其行业问题剖析
- 六、中国或将迎来庄园酒时代

第三节、庄园酒发展建议与对策

- 一、适当发展葡萄酒庄意义重大
- 二、庄园葡萄酒要向特色化发展
- 三、通过“酒庄联盟”推动产业健康发展
- 四、庄园酒给葡萄酒企业带来的思考
- 五、浅析庄园酒的营销传播策略
- 六、发展中国庄园酒产业的其他策略

第十一章、其它葡萄酒

第一节、甜葡萄酒

一、甜葡萄酒的历史与酿造工艺

二、甜葡萄酒低价出售原因分析

三、甜型葡萄酒企业出路之所在

第二节、冰葡萄酒

一、冰葡萄酒的概念

二、国内外冰酒品牌盘点

三、国产冰葡萄酒进入市场

四、国内冰酒生产工艺的开发

五、国内冰葡萄酒市场潜力大

第三节、白葡萄酒

一、白葡萄酒的酿造工艺

二、中国酿制白葡萄酒的葡萄品种

三、白葡萄酒与红葡萄酒的区别

四、白葡萄酒的杀菌作用

第四节、起泡葡萄酒

一、起泡葡萄酒介绍

二、起泡葡萄酒的酿造方法

三、细菌对起泡葡萄酒的质量影响

四、未来起泡葡萄酒市场潜力巨大

第五节、新型葡萄酒简介

一、红米葡萄酒

二、富香葡萄酒

三、大蒜葡萄酒

四、西瓜葡萄酒

五、无酒精葡萄酒

六、罐装葡萄酒

第十二章、中国葡萄酒区域产业

第一节、蓬莱

一、蓬莱葡萄酒产业概况

二、蓬莱葡萄酒产业发展的特色

三、蓬莱葡萄酒产业面临严峻挑战

四、蓬莱葡萄酒产业发展的对策

第二节、烟台

- 一、烟台葡萄酒产业的主要特点
- 二、烟台葡萄酒产业的优势与劣势
- 三、烟台葡萄酒市场发展的主要特点
- 四、烟台葡萄及葡萄酒旅游产业的发展
- 五、烟台葡萄酒工业发展的问题与差距
- 六、烟台葡萄酒产业未来发展建议

第三节、昌黎

- 一、昌黎县葡萄酒产业发展的环境
- 二、昌黎葡萄酒产业的发展历程
- 三、2006年昌黎干红葡萄酒产业概况
- 四、昌黎葡萄酒产区发展的问题剖析
- 五、未来昌黎葡萄酒业发展的工作重点

第四节、甘肃

- 一、甘肃省葡萄资源优势明显
- 二、甘肃省葡萄酒企业发展状况
- 三、未来几年甘肃省葡萄酒产销量

第五节、宁夏自治区

- 一、宁夏葡萄酒产业的艰辛历程
- 二、宁夏葡萄酒行业进入整合时期
- 三、宁夏开发自然甜葡萄酒有双重效益
- 四、贺兰山葡萄酒产业的发展战略

第六节、新疆

- 一、新疆葡萄种植业发展概况
- 二、新疆葡萄酒业经营不善严重亏损
- 三、新疆葡萄酒市场不景气
- 四、浅析原料产地争夺战打破新疆葡萄酒格局

第七节、吉林

- 一、吉林各地葡萄酒品牌分立
- 二、吉林柳河全力打造山葡萄酒品牌
- 三、吉林葡萄酒营销存在的问题及策略

第八节、其他地区

- 一、云南葡萄酒业的文化营销
- 二、天津市葡萄酒业发展的建议
- 三、山西清徐葡萄酒的历史与现状

第十三章、葡萄酒营销分析

第一节、国内外葡萄酒营销分析

- 一、浅析法系葡萄酒在国内市场营销谋变
- 二、澳洲虎葡萄酒的创新营销模式分析
- 三、剖析国内外葡萄酒营销文化的差异
- 四、中国葡萄酒业营销的八点建议

第二节、葡萄酒营销渠道分析

- 一、中国葡萄酒市场运营模式
- 二、中国葡萄酒的新营销流通趋势
- 三、第三方独立营销商和营销网络
- 四、红酒分渠道亟待解决的四大问题
- 五、夜场在葡萄酒区域市场开发中的作用

第三节、主要葡萄酒品牌市场营销策略

- 一、长城营销策略
- 二、张裕营销策略
- 三、王朝营销策略

第四节、品牌营销策略分析

- 一、葡萄酒品牌的价值分析
- 二、品牌的内在属性构成
- 三、品牌营销的结构剖析
- 四、中国葡萄酒品牌营销误区
- 五、中国葡萄酒副品牌的开发策略
- 六、葡萄酒高端产品品牌策略分析

第五节、葡萄酒包装策略

- 一、国外葡萄酒包装概况
- 二、中国葡萄酒包装期待变革
- 三、中国葡萄酒包装发展趋势预测

第六节、葡萄酒其它营销策略分析

一、葡萄酒企业文化营销模式探析

二、葡萄酒专卖店的营销战略

三、量产葡萄酒的营销策略

四、酒类商品的节日营销策略分析

五、葡萄酒超市营销渠道运作流程

六、葡萄酒促销策略分析

第十四章、葡萄酒原材料供应分析

第一节、酿酒葡萄概述

一、葡萄栽培历史沿革

二、酿酒葡萄品种介绍

三、气候对葡萄种植的影响

四、葡萄树龄对葡萄酒的影响

五、酿酒用葡萄基本架式

第二节、国内外葡萄的种植及培育

一、全球酿酒葡萄的主要种植区

二、酿酒葡萄的分布与面积

三、中国酿酒葡萄品种构成

四、中国酿酒葡萄的质量

五、中国酿酒葡萄栽培的特点

六、中国酿酒葡萄生产发展展望

第三节、酿酒葡萄种植基地的产区营销策略

一、酿酒葡萄种植基地概况及产区营销重要性

二、对产区营销的利益相关人的明确

三、酿酒葡萄种植基地的产区营销策略分析

第四节、中国九大葡萄产地分析

一、东北产地

二、渤海湾产地

三、沙城产地

四、清徐产地

五、银川产地

- 六、武威产地
- 七、吐鲁番产地
- 八、黄河故道产地
- 九、云南高原产地

第十五章、中国葡萄酒进出口情况

第一节、中国葡萄酒进口概况

- 一、2007年一季度广东口岸葡萄酒进口倍增
- 二、2007年1-4月厦门关区葡萄酒进口大幅攀升
- 三、2007年上半年宁波口岸葡萄酒进口增长
- 四、2007年1-9月天津口岸葡萄酒进口大增

第二节、葡萄酒进出口数据

- 一、2001-2007年7月进出口总体数据
- 二、2006-2007年7月重点省份进出口数据
- 三、2006-2007年7月进出口主要国家数据

第三节、装入2升及以下容器的鲜葡萄酿造的酒进出口数据

- 一、2001-2007年7月进出口总体数据
- 二、2006-2007年7月重点省份进出口数据
- 三、2006-2007年7月主要国家进出口数据

第四节、装入2升以上容器的鲜葡萄酿造的酒进出口数据

- 一、2001-2007年7月进出口总体数据
- 二、2006-2007年7月重点省份进出口数据
- 三、2006-2007年7月进出口主要国家数据

第五节、2009以外的酿酒葡萄汁进出口数据

- 一、2001-2007年7月进出口总体数据
- 二、2006-2007年7月重点省份进出口数据
- 三、2006-2007年7月主要国家进出口数据

第十六章、葡萄酒行业竞争分析

第一节、进口葡萄酒的SWOT分析

- 一、进口葡萄酒的市场优势
- 二、进口葡萄酒的销售劣势

三、进口葡萄酒的市场机会

四、进口葡萄酒对国内市场的威胁

第二节、影响葡萄酒产品竞争力的因素

一、葡萄酒的品牌

二、葡萄酒的市场价格

三、葡萄酒的销售策略

第三节、提高竞争力的建议与对策

一、中国葡萄酒产业需实现国际化

二、提高葡萄酒行业竞争力的方略

三、应提高葡萄酒企业的核心竞争力

第十七章、主要葡萄酒生产企业介绍

第一节、张裕葡萄酿酒股份有限公司

一、公司概况

二、2005年企业经营状况

三、2006年企业经营状况

四、2007年上半年企业经营状况

五、浅析张裕集团谋求国际化发展

六、张裕集团的品牌营销策略分析

第二节、中粮华夏长城葡萄酒有限公司

一、公司概况

二、从广东市场透视华夏长城发展战略

三、浅析华夏长城的概念营销

四、解析长城葡萄酒的品牌力量

第三节、中法合营王朝葡萄酿酒有限公司

一、公司概况

二、王朝集团力拓高端葡萄酒市场

三、王朝葡萄酒的发展战略探究

四、王朝葡萄酒的国际化品牌发展策略

第四节、新天国际葡萄酒业有限公司

一、公司简介

二、2006年企业经营状况

- 三、2007年上半年企业经营状况
- 四、新天葡萄酒三个阶段的品牌战略
- 五、新天国际的的五大发展策略分析
- 第五节、通化葡萄酒股份有限公司
- 一、公司概况
- 二、2005年企业经营状况
- 三、2006年企业经营概况
- 四、2007年上半年企业经营状况
- 五、2007年企业大力发展冰葡萄酒市场
- 六、未来公司发展的前景展望

第十八章、葡萄酒产业政策环境分析

第一节、国际葡萄酒标准情况

- 一、德国葡萄酒执行严格的标准
- 二、意大利葡萄酒产区定级标准
- 三、西班牙葡萄酒评级标准

第二节、中国葡萄酒产业政策的制定及执行情况

- 一、2008年葡萄酒新标准将执行
- 二、中国葡萄酒标准向国际化迈进
- 三、国家强制标准执行不合格企业将淘汰
- 四、解析《地理标志产品通化山葡萄酒》标准体系
- 五、中国葡萄酒酒庄联盟标准体系获支持

第三节、相关政策法规

- 一、中国葡萄酿酒技术规范
- 二、葡萄酒标准GB15037-2006
- 三、国家行业标准之山葡萄酒
- 四、葡萄酒生产管理办法
- 五、酒类广告管理办法
- 六、葡萄酒消费税管理办法

第十九章、葡萄酒业投资及前景预测

第一节、葡萄酒产业投资分析

- 一、葡萄酒行业投资前景看好
- 二、解析投资酒行业需要注意的问题
- 三、葡萄酒行业的投资要领
- 四、投资葡萄酒行业亟需注意的问题
- 五、投资国内葡萄酒产业的若干建议
- 第二节、世界葡萄酒发展展望
 - 一、2008年世界葡萄酒消费预测
 - 二、2010年世界葡萄酒市场消费预测
 - 三、亚太地区葡萄酒市场发展前景广阔
- 第三节、中国葡萄酒行业前景分析
 - 一、中国葡萄酒市场中长期的消费趋势
 - 二、未来葡萄酒产业将进入快速增长期
 - 三、国内葡萄酒产业已呈现四大发展趋势
 - 四、“十一五”葡萄酒业及长远的发展环境

图表目录：

- 图表1 葡萄酒与人体血液必需氨基酸含量的比较
- 图表2 葡萄酒中微量元素的含量与人体每天需要量的比较
- 图表3 法国葡萄酒十大产区
- 图表4 2006年意大利葡萄酒产量数据
- 图表5 德国葡萄酒主产区
- 图表6 2005年1-12月全国葡萄酒产量
- 图表7 2005年1-12月山东省葡萄酒产量
- 图表8 2005年1-12月河北省葡萄酒产量
- 图表9 2005年1-12月天津葡萄酒产量
- 图表10 2005年1-12月吉林省葡萄酒产量
- 图表11 2005年1-12月北京葡萄酒产量
- 图表12 2005年1-12月河南省葡萄酒产量
- 图表13 2005年1-12月新疆区葡萄酒产量
- 图表14 2006年1-12月葡萄酒产量全国合计

图表15 2006年1-12月葡萄酒产量山东省合计

图表16 2006年1-12月葡萄酒产量河北省合计

图表17 2006年1-12月葡萄酒产量天津市合计

图表18 2006年1-12月葡萄酒产量吉林省合计

图表19 2006年1-12月葡萄酒产量河南省合计

图表20 2006年1-12月葡萄酒产量北京市合计

图表21 2006年1-12月葡萄酒产量新疆区合计

图表22 2007年1-7月份全国葡萄酒产量数据

图表23 2007年1-7月份山东省葡萄酒产量数据

图表24 2007年1-7月份河南省葡萄酒产量数据

图表25 2007年1-7月份河北省葡萄酒产量数据

图表26 2007年1-7月份天津市葡萄酒产量数据

图表27 2007年1-7月份吉林省葡萄酒产量数据

图表28 2007年1-7月份北京市葡萄酒产量数据

图表29 2007年1-7月份陕西省葡萄酒产量数据

图表30 2005年1-12月中国全部葡萄酒制造企业工业数据

图表31 2006年1-12月中国全部葡萄酒制造企业工业数据

图表32 2007年1-5月中国全部葡萄酒制造企业工业数据

图表33 2006年1-12月葡萄酒制造国有企业工业数据

图表34 2006年1-12月葡萄酒制造集体企业工业数据

图表35 2006年1-12月葡萄酒制造股份合作企业工业数据

图表36 2006年1-12月葡萄酒制造股份制企业工业数据

图表37 2006年1-12月葡萄酒制造私营企业工业数据

图表38 2006年1-12月葡萄酒制造外商和港澳台投资企业工业数据

图表39 2006年1-12月葡萄酒制造其他所有制企业工业数据

图表40 2006年1-12月中国不同所有制葡萄酒制造企业累计工业总产值对比

图表41 2006年1-12月中国不同所有制葡萄酒制造企业累计产品销售收入对比

图表42 2006年1-12月中国不同所有制葡萄酒制造企业累计资产总计对比

图表43 2006年1-12月中国不同所有制葡萄酒制造企业累计利润总额对比

图表44 2006年1-12月中国不同所有制葡萄酒制造企业累计工业总产值增长对比

图表45 2006年1-12月中国不同所有制葡萄酒制造企业累计产品销售收入增长对比

图表46 2006年1-12月中国不同所有制葡萄酒制造企业累计利润总额增长对比

图表47 2006年1-12月中国不同所有制葡萄酒制造企业产销率对比

图表48 2006年1-12月中国不同所有制葡萄酒制造企业流动资产周转次数对比

图表49 2006年1-12月中国不同所有制葡萄酒制造企业人均销售率对比

图表50 2006年1-12月中国不同所有制葡萄酒制造企业亏损面对比

图表51 2006年1-12月中国不同所有制葡萄酒制造企业销售利润率对比

图表52 2006年1-12月中国不同所有制葡萄酒制造企业资金利税率对比

图表53 2007年1-5月中国全部国有葡萄酒制造企业工业数据

图表54 2007年1-5月中国全部集体所有制葡萄酒制造企业工业数据

图表55 2007年1-5月中国全部股份合作制葡萄酒制造企业工业数据

图表56 2007年1-5月中国全部股份制葡萄酒制造企业工业数据

图表57 2007年1-5月中国全部私营葡萄酒制造企业工业数据

图表58 2007年1-5月中国全部外商及港澳台投资葡萄酒制造企业工业数据

图表59 2007年1-5月中国全部其他所有制性质葡萄酒制造企业工业数据

图表60 2007年1-5月中国不同所有制葡萄酒制造企业累计工业总产值对比

图表61 2007年1-5月中国不同所有制葡萄酒制造企业累计产品销售收入对比

图表62 2007年1-5月中国不同所有制葡萄酒制造企业累计资产总计对比

图表63 2007年1-5月中国不同所有制葡萄酒制造企业累计利润总额对比

图表64 2007年1-5月中国不同所有制葡萄酒制造企业累计工业总产值增长对比

图表65 2007年1-5月中国不同所有制葡萄酒制造企业累计产品销售收入增长对比

图表66 2007年1-5月中国不同所有制葡萄酒制造企业累计利润总额增长对比

图表67 2007年1-5月中国不同所有制葡萄酒制造企业产销率对比

图表68 2007年1-5月中国不同所有制葡萄酒制造企业流动资产周转次数对比

图表69 2007年1-5月中国不同所有制葡萄酒制造企业人均销售率对比

图表70 2007年1-5月中国不同所有制葡萄酒制造企业亏损面对比

图表71 2007年1-5月中国不同所有制葡萄酒制造企业销售利润率对比

图表72 2007年1-5月中国不同所有制葡萄酒制造企业资金利税率对比

图表73 2006年1-12月葡萄酒制造大型企业工业数据

图表74 2006年1-12月葡萄酒制造中型企业工业数据

图表75 2006年1-12月葡萄酒制造小型企业工业数据

图表76 2006年1-12月中国不同规模葡萄酒制造企业累计工业总产值对比

图表77 2006年1-12月中国不同规模葡萄酒制造企业累计产品销售收入对比

图表78 2006年1-12月中国不同规模葡萄酒制造企业累计利润总额对比

- 图表79 2006年1-12月中国不同规模葡萄酒制造企业累计全部从业人员平均人数对比
- 图表80 2006年1-12月中国不同规模葡萄酒制造企业累计工业总产值增长对比
- 图表81 2006年1-12月中国不同规模葡萄酒制造企业累计产品销售收入增长对比
- 图表82 2006年1-12月中国不同规模葡萄酒制造企业累计利润总额增长对比
- 图表83 2006年1-12月中国不同规模葡萄酒制造企业累计固定资产净值平均余额比上年增长对比
- 图表84 2006年1-12月中国不同规模葡萄酒制造企业亏损面对比
- 图表85 2006年1-12月中国不同规模葡萄酒制造企业销售利润率对比
- 图表86 2006年1-12月中国不同规模葡萄酒制造企业资金利税率对比
- 图表87 2007年1-5月中国全部大型葡萄酒制造企业工业数据
- 图表88 2007年1-5月中国全部中型葡萄酒制造企业工业数据
- 图表89 2007年1-5月中国全部小型葡萄酒制造企业工业数据
- 图表90 2007年1-5月中国不同规模葡萄酒制造企业累计工业总产值对比
- 图表91 2007年1-5月中国不同规模葡萄酒制造企业累计产品销售收入对比
- 图表92 2007年1-5月中国不同规模葡萄酒制造企业累计利润总额对比
- 图表93 2007年1-5月中国不同规模葡萄酒制造企业累计全部从业人员平均人数对比
- 图表94 2007年1-5月中国不同规模葡萄酒制造企业累计工业总产值增长对比
- 图表95 2007年1-5月中国不同规模葡萄酒制造企业累计产品销售收入增长对比
- 图表96 2007年1-5月中国不同规模葡萄酒制造企业累计利润总额增长对比
- 图表97 2007年1-5月中国不同规模葡萄酒制造企业累计固定资产净值平均余额比上年增长对比
- 图表98 2007年1-5月中国不同规模葡萄酒制造企业亏损面对比
- 图表99 2007年1-5月中国不同规模葡萄酒制造企业销售利润率对比
- 图表100 2007年1-5月中国不同规模葡萄酒制造企业资金利税率对比
- 图表101 2005年1-12月葡萄酒制造业销售收入前十家企业情况
- 图表102 2005年1-12月葡萄酒制造业销售收入前十家企业累计产品销售收入
- 图表103 2005年1-12月葡萄酒制造业销售收入前十家企业累计资产总计
- 图表104 2005年1-12月葡萄酒制造业销售收入前十家企业累计利润总额
- 图表105 2005年1-12月葡萄酒制造业销售收入前十家企业累计全部从业人员平均人数
- 图表106 2006年1-12月葡萄酒制造业销售收入前十家企业数据
- 图表107 2006年1-12月葡萄酒制造业销售收入前十家企业累计产品销售收入
- 图表108 2006年1-12月葡萄酒制造业销售收入前十家企业累计资产总计

- 图表109 2006年1-12月葡萄酒制造业销售收入前十家企业累计利润总额
- 图表110 2006年1-12月葡萄酒制造业销售收入前十家企业累计全部从业人员平均人数
- 图表111 2007年1-5月葡萄酒制造业销售收入前十家企业
- 图表112 2007年1-5月葡萄酒制造业销售收入前十家企业累计产品销售收入
- 图表113 2007年1-5月葡萄酒制造业销售收入前十家企业累计资产总计
- 图表114 2007年1-5月葡萄酒制造业销售收入前十家企业累计利润总额
- 图表115 2007年1-5月葡萄酒制造业销售收入前十家企业累计全部从业人员平均人数
- 图表116 2004-2006年中国城市大众消费群体的饮酒率
- 图表117 2005-2006年中国新富群体的饮酒率
- 图表118 葡萄酒消费群体背景特征
- 图表119 中国城市居民饮用葡萄酒的变化情况
- 图表120 新富群体饮用葡萄酒的变化情况
- 图表121 葡萄酒消费者价值取向分析
- 图表122 葡萄酒消费者品牌观分析
- 图表123 2004-2006年葡萄酒消费者购买烟酒的场所变化
- 图表124 2004-2006年葡萄酒消费者的媒体接触变化
- 图表125 2005-2006年葡萄酒大众消费者的休闲娱乐变化
- 图表126 葡萄酒大众消费者的休闲娱乐变化
- 图表127 中国颁布实施的《原产地域产品保护规定》与国外的区别
- 图表128 不同葡萄品种对有效积温的要求
- 图表129 2001-2005年中国葡萄汽酒进口总值
- 图表130 2001-2005年中国葡萄汽酒出口总值
- 图表131 2006年1-12月中国葡萄汽酒进口总值
- 图表132 2006年1-12月中国葡萄汽酒出口总值
- 图表133 2007年1-7月中国葡萄汽酒进口总值
- 图表134 2007年1-7月中国葡萄汽酒出口总值
- 图表135 2006年1-12月葡萄汽酒主要省份进口数据
- 图表136 2006年1-12月葡萄汽酒主要省份进口数据
- 图表137 2007年1-7月重点省市进口葡萄汽酒数据
- 图表138 2007年1-7月重点省市出口葡萄汽酒数据
- 图表139 2006年1-12月中国葡萄汽酒进口主要国家数据
- 图表140 2006年1-12月中国葡萄汽酒出口主要国家数据

图表141 2007年1-7月中国葡萄汽酒进口主要国家的数据

图表142 2007年1-7月中国葡萄汽酒出口主要国家的数据

图表143 2001-2005年中国装入2升及以下容器的鲜葡萄酿造的酒进口总值

图表144 2001-2005年中国装入2升及以下容器的鲜葡萄酿造的酒出口总值

图表145 2006年1-12月中国装入2升及以下容器的鲜葡萄酿造的酒进口总值

图表146 2006年1-12月中国装入2升及以下容器的鲜葡萄酿造的酒出口总值

图表147 2007年1-7月中国装入2升及以下容器的鲜葡萄酿造的酒进口总值

图表148 2007年1-7月中国装入2升及以下容器的鲜葡萄酿造的酒出口总值

图表149 2006年1-12月装入2升及以下容器的鲜葡萄酿造的酒主要省份进口数据

图表150 2006年1-12月装入2升及以下容器的鲜葡萄酿造的酒主要省份出口数据

图表151 2007年1-7月重点省市进口装入2升及以下容器的鲜葡萄酿造的酒数据

图表152 2007年1-7月重点省市出口装入2升及以下容器的鲜葡萄酿造的酒数据

图表153 2006年1-12月中国装入2升及以下容器的鲜葡萄酿造的酒进口主要国家数据

图表154 2006年1-12月中国装入2升及以下容器的鲜葡萄酿造的酒出口主要国家数据

图表155 2007年1-7月中国装入2升及以下容器的鲜葡萄酿造的酒进口主要国家的数据

图表156 2007年1-7月中国装入2升及以下容器的鲜葡萄酿造的酒出口主要国家的数据

图表157 2001-2005年中国装入2升以上容器的鲜葡萄酿造的酒进口总值

图表158 2001-2005年中国装入2升以上容器的鲜葡萄酿造的酒出口总值

图表159 2006年1-12月中国装入2升以上容器的鲜葡萄酿造的酒进口总值

图表160 2006年1-12月中国装入2升以上容器的鲜葡萄酿造的酒出口总值

图表161 2007年1-7月中国装入2升以上容器的鲜葡萄酿造的酒进口总值

图表162 2007年1-7月中国装入2升以上容器的鲜葡萄酿造的酒出口总值

图表163 2006年1-12月装入2升以上容器的鲜葡萄酿造的酒主要省份进口数据

图表164 2006年1-12月装入2升以上容器的鲜葡萄酿造的酒主要省份出口数据

图表165 2007年1-7月重点省市进口装入2升以上容器的鲜葡萄酿造的酒数据

图表166 2007年1-7月重点省市出口装入2升以上容器的鲜葡萄酿造的酒数据

图表167 2006年1-12月中国装入2升以上容器的鲜葡萄酿造的酒进口主要国家数据

图表168 2006年1-12月中国装入2升以上容器的鲜葡萄酿造的酒出口主要国家数据

图表169 2007年1-7月中国装入2升以上容器的鲜葡萄酿造的酒进口主要国家的数据

图表170 2007年1-7月中国装入2升以上容器的鲜葡萄酿造的酒出口主要国家的数据

图表171 2001-2005年中国2009以外的酿酒葡萄汁进口总值

图表172 2001-2005年中国2009以外的酿酒葡萄汁出口总值

图表173	2006年1-12月中国2009以外的酿酒葡萄汁进口总值
图表174	2006年1-12月中国2009以外的酿酒葡萄汁出口总值
图表175	2007年1-7月中国2009以外的酿酒葡萄汁进口总值
图表176	2007年1-7月中国2009以外的酿酒葡萄汁出口总值
图表177	2006年1-12月2009以外的酿酒葡萄汁主要省份进口数据
图表178	2006年1-12月2009以外的酿酒葡萄汁主要省份出口数据
图表179	2007年1-7月重点省市进口2009以外的酿酒葡萄汁数据
图表180	2007年1-7月重点省市出口2009以外的酿酒葡萄汁数据
图表181	2006年1-12月中国2009以外的酿酒葡萄汁进口主要国家数据
图表182	2006年1-12月中国2009以外的酿酒葡萄汁出口的主要国家数据
图表183	2007年1-7月中国2009以外的酿酒葡萄汁进口主要国家的数据
图表184	2007年1-7月中国2009以外的酿酒葡萄汁出口主要国家的数据
图表185	2005年度张裕集团主要会计数据
图表186	2005年度张裕集团主要经营业绩
图表187	2003-2005年张裕集团主要会计数据和财务指标
图表188	2005年度张裕集团按产品分类的主营业务收入和利润情况
图表189	2005年度张裕集团按地区分布的主营业务收入及增减情况
图表190	2005年张裕集团占公司主营业务收入10%以上的主要产品的生产经营情况
图表191	2005年张裕集团前五名主要供应商及客户情况
图表192	2005年张裕集团现金流量表相关数据变化情况
图表193	2005年张裕集团主要控股及参股公司经营情况及业绩
图表194	2005年张裕集团净资产收益率和每股收益
图表195	2006年张裕集团主要会计数据
图表196	2006年张裕集团扣除非经常性损益的项目和涉及金额
图表197	2004-2006年张裕主要会计数据和财务指标
图表198	2006年张裕集团主要经营业绩
图表199	2006年张裕集团按产品分类的主营业务收入和主营业务利润构成
图表200	2006年张裕集团按地区分布的主营业务收入及主营业务利润构成情况
图表201	2006年张裕集团占主营业务收入10%以上的主要产品的生产经营情况
图表202	2006年张裕集团资产构成及费用变动情况
图表203	2006年张裕集团现金流量表相关数据变化情况
图表204	2007年上半年张裕集团主要会计数据及财务指标

图表205	2007年上半年张裕集团非经常性损益项目
图表206	2007年上半年张裕集团总体经营情况
图表207	2007年上半年张裕集团主营业务的范围及经营状况
图表208	2006年新天国际主要财务数据
图表209	2006年新天国际扣除非经常性损益项目和金额
图表210	2004-2006年新天国际主要会计数据和财务指标
图表211	2006年新天国际主要经营业绩
图表212	2006年新天国际资产构成变动情况
图表213	2006年新天国际营业费用、管理费用、财务费用情况
图表214	2006年新天国际现金流量构成
图表215	2006年新天国际主营业务分行业情况表
图表216	2007年上半年新天国际主要会计数据和财务指标
图表217	2007年上半年新天国际非经常性损益项目和金额
图表218	2007年上半年新天国际主营业务分行业情况表
图表219	2005年通葡股份主要财务数据
图表220	2005年通葡股份扣除非经常性损益项目和金额
图表221	2003-2005年通葡股份主要会计数据和财务指标
图表222	2005年度通葡股份主营业务分行业经营情况
图表223	2005年度通葡股份主营业务分产品经营情况
图表224	2005年度通葡股份主营业务分地区经营情况
图表225	2005年度通葡股份主要供应商及客户情况
图表226	2005年度通葡股份资产构成情况
图表227	2005年度通葡股份主要财务数据变化情况
图表228	2005年度通葡股份现金流量变化情况
图表229	2006年通葡股份主要财务数据
图表230	2006年通葡股份扣除非经常性损益项目和金额
图表231	2004-2006年通葡股份主要会计数据和财务指标
图表232	2006年通葡股份主营业务分行业、产品情况表
图表233	2006年通葡股份主营业务分地区情况
图表234	2006年通葡股份现金流量情况分析
图表235	2007年上半年通葡股份主要会计数据和财务指标
图表236	2007年上半年通葡股份非经常性损益项目和金额

图表237 2007年上半年通葡股份主营业务分行业、产品情况表

图表238 2007年上半年通葡股份主营业务分地区情况

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

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200806/1481.html>