2013-2018年中国葡萄酒行业运营态势及投资前景预测报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2013-2018年中国葡萄酒行业运营态势及投资前景预测报告》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.chinairr.org/report/R07/R0701/201310/24-142913.html

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936
传真: 010-60343813
网址: http://www.chinairr.org
Email: sales@chyxx.com
联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

2012年7月1日，由国家工信部颁布的《葡萄酒行业准入条件》开始施行。“准入条件”对葡萄酒生产的企业布局与规模、原料保障、工艺与装备、质量安全、节能降耗等方面做出了详细说明，将有助于对国内葡萄酒企业规范管理，促进行业良性发展。

其中有一条“准入条件”值得业界注意：以鲜葡萄或葡萄汁为原料生产葡萄酒产品的新建企业，其年生产能力应不低于1000千升。仅这一项，就将不少投资者拒之门外。“准入条件”的实施，无疑将给进入葡萄酒生产行业的资本设置一个较高的门槛。受此影响，将加快一些大品牌兼并、收购小公司。预计2013年，葡萄酒行业的参与者还将进一步减少。

而在进口葡萄酒方面，由于一直以来缺少相关法律法规监管，存在着以次充好、贴牌等诸多问题，“准入条件”的实行，有望加速行业洗牌，提升葡萄酒文化推广力度，净化葡萄酒消费市场，利好行业长远健康的发展。

目前，国内主要的葡萄酒消费市场主要集中在北京、上海、杭州、广州、深圳等东南沿海城市，但随着这些城市消费市场的日益饱和，其发展空间已愈来愈有限。今后两年，预计二三线城市、中西部城市将接捧，成为国内葡萄酒市场消费的主要区域。

近一年，国外主要葡萄酒产区纷纷到长沙、成都、武汉、重庆等二三线城市、中西部城市设立战略据点，开展系列推广活动。今后两年，预计这些城市进口葡萄酒的消费量均将有较大幅度上升，成为国内葡萄酒新一轮的消费增长点。

时下，二三线、中西部城市在葡萄酒消费上，无论是在年龄、性别、学历、收入水平等方面，还是在结构优化上，都有较大改善，朝着有利于提升葡萄酒消费的方向发展。葡萄酒消费热潮渐显，有些城市甚至会超过白酒。

中国产业研究报告网发布的《2013-2018年中国葡萄酒行业运营态势及投资前景预测报告》共二十章。首先介绍了葡萄酒相关概述、中国葡萄酒市场运行环境等，接着分析了中国葡萄酒市场发展的现状，然后介绍了中国葡萄酒重点区域市场运行形势。随后，报告对中国葡萄酒重点企业经营状况分析，最后分析了中国葡萄酒行业发展趋势与投资预测。您若想对葡萄酒产业有个系统的了解或者想投资葡萄酒行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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。

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　2012-2013年国际葡萄酒行业分析
2.1　世界葡萄酒业的主要产区
2.2　2010-2012年世界葡萄酒产销分析
2.3　2012-2013年世界葡萄酒拍卖市场发展分析
2.4　法国
2.5　意大利
2.6　澳大利亚
2.7　德国
2.8　美国
2.9　西班牙
2.10　智利
2.11　其他国家
2.11.1　阿根廷
2.11.2　葡萄牙
2.11.3　奥地利
2.11.4　加拿大
2.11.5　南非
2.11.6　新西兰
2.11.7　俄罗斯

第三章　2012-2013年中国葡萄酒行业分析
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状况
3.2.1　中国葡萄酒产业发展的基本状况
3.2.2　中国葡萄酒行业呈良好发展态势
3.2.3　中国葡萄酒行业发展的优劣势分析
3.2.4　中国葡萄酒行业期待开拓国际市场
3.2.5　中国葡萄酒产区化的发展分析
3.3　2010-2012年中国葡萄酒行业分析
3.3.1　2010年我国葡萄酒行业发展状况
3.3.2　2011年中国葡萄酒工业运行简况
3.3.3　2012年我国葡萄酒行业运行状况
3.4　2010-2012年全国及主要省份葡萄酒产量分析
3.4.1　2010年1-12月全国及主要省份葡萄酒产量分析
3.4.2　2011年1-12月全国及主要省份葡萄酒产量分析
3.4.3　2012年1-12月全国及主要省份葡萄酒产量分析
3.5　中国葡萄酒工业存在的问题与对策

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　2008-2012年12月葡萄酒制造业销售规模
4.1.2　2008-2012年12月葡萄酒制造业利润规模
4.1.3　2008-2012年12月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　2008-2012年12月葡萄酒制造业亏损面
4.2.2　2008-2012年12月葡萄酒制造业销售毛利率
4.2.3　2008-2012年12月葡萄酒制造业成本费用利润率
4.2.4　2008-2012年12月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　2008-2012年12月葡萄酒制造业应收账款周转率
4.3.2　2008-2012年12月葡萄酒制造业流动资产周转率
4.3.3　2008-2012年12月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　2008-2012年12月葡萄酒制造业资产负债率
4.4.2　2010-2013年12月葡萄酒制造业利息保障倍数

第五章　2012-2013年中国葡萄酒市场分析
5.1　2012-2013年中国葡萄酒市场总体情况
5.1.1　中国葡萄酒市场简况
5.1.2　中国葡萄酒市场发展态势解析
5.1.3　我国葡萄酒的市场与产品结构
5.1.4　国内葡萄酒市场呈现欣欣向荣态势
5.1.5　我国进口葡萄酒市场结构分析
5.1.6　2011年中国葡萄酒市场持续稳定运行
5.1.7　2012年中国市场受新兴葡萄酒出口国青睐
5.2　2012-2013年部分地区葡萄酒市场发展状况
5.2.1　北京葡萄酒市场分析
5.2.2　上海葡萄酒市场发展现状
5.2.3　天津葡萄酒市场发展态势
5.2.4　广州葡萄酒市场发展现状
5.2.5　珠海葡萄酒市场品牌变多
5.2.6　深圳葡萄酒市场发展模式
5.2.7　厦门葡萄酒市场运行状况
5.2.8　成都葡萄酒市场分析
5.2.9　云南葡萄酒市场消费潜力巨大
5.3　2012-2013年中国葡萄酒市场消费分析
5.3.1　我国葡萄酒市场消费简况
5.3.2　葡萄酒市场不同消费群体解析
5.3.3　消费者对葡萄酒市场的认知
5.3.4　葡萄酒市场消费者行为调查研究

5.3.5　中国消费者喜爱的葡萄酒调查分析
5.3.6　进口葡萄酒市场消费调查分析
5.3.7　影响葡萄酒消费的三点因素
5.3.8　餐饮终端市场葡萄酒消费特点
5.4　2012-2013年中国葡萄酒市场存在的问题
5.4.1　中国葡萄酒市场发展的思考
5.4.2　中国葡萄酒市场的乱象
5.4.3　葡萄酒市场四大问题亟待改善
5.4.4　中国葡萄酒目标市场定位不明
5.4.5　中国葡萄酒市场消费缺口较大
5.5　拓展葡萄酒市场的战略措施
5.5.1　中国葡萄酒市场发展建议
5.5.2　葡萄酒市场实现稳步发展的战略
5.5.3　葡萄酒企业开拓市场的五大策略

第六章　2012-2013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　2012-2013年葡萄酒高端市场发展状况
6.2.1　中国高端葡萄酒市场发展态势
6.2.2　中国国产葡萄酒力图争夺高端市场
6.2.3　中国企业进军高端葡萄酒市场
6.2.4　高端进口葡萄酒市场消费分析
6.2.5　高档葡萄酒的媒体投放趋向透析
6.3　2012-2013年高端葡萄酒面临的问题及发展战略
6.3.1　国产高端葡萄酒发展面临的问题

6.3.2　发展中国高端葡萄酒市场的措施
6.3.3　我国高端葡萄酒发展的基本思路
6.3.4　解析葡萄酒高端产品的营销策略
6.4　葡萄酒高端市场前景
6.4.1　未来高端葡萄酒还有提升空间
6.4.2　高档葡萄酒的发展前景相当可观
6.4.3　中国高端葡萄酒行业发展趋势展望
6.4.4　高端葡萄酒市场未来价格走势分析

第七章　2012-2013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　2012-2013年红葡萄酒的市场状况
7.2.1　新西兰酒厂大力开拓中国红葡萄酒市场
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　2012-2013年桃红葡萄酒市场状况
7.3.1　桃红葡萄酒的质量标准及其特点
7.3.2　2010年英国桃红葡萄酒市场销售状况
7.3.3　2011年普罗旺斯桃红葡萄酒畅销海外市场
7.3.4　中国桃红葡萄酒市场发展分析
7.3.5　法国普罗旺斯桃红葡萄酒出口中国情况
7.3.6　桃红葡萄酒企业市场突围战略探析

第八章　2012-2013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　2012-2013年干红葡萄酒市场状况
8.2.1　干红葡萄成山东地区消费热点
8.2.2　2012年新疆干红葡萄酒发展动态
8.2.3　拉萨有望生产干红葡萄酒
8.2.4　未来发展干红葡萄酒文化的前景
8.3　干白葡萄酒相关特性
8.3.1　干白葡萄酒的酿造
8.3.2　干白葡萄酒的酿造控制工艺
8.3.3　优质干白葡萄酒酿造工艺要求
8.3.4　浅析干白葡萄酒的营养
8.4　2012-2013年干白葡萄酒市场综述
8.4.1　我国白葡萄酒市场发展回顾
8.4.2　我国干白葡萄酒市场发展现状
8.4.3　白葡萄酒渐成女性消费热点
8.4.4　突破我国干白市场困境的主要方法
8.4.5　未来干白葡萄酒将成为一大流行趋势

第九章　2012-2013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　美国甜型葡萄酒再受消费者青睐
9.1.3　国产甜红葡萄酒受欢迎
9.1.4　甜葡萄酒低价出售原因分析
9.1.5　甜型葡萄酒企业出路之所在
9.1.6　我国甜葡萄酒向高端方向发展
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　国际冰葡萄酒产业发展现状
9.2.3　国内冰酒生产工艺的开发
9.2.4　中国冰酒产业的发展现状剖析
9.2.5　辽宁桓仁县全力打造冰葡萄酒产业

9.2.6　2012年首个冰葡萄酒地方性法规开始实施
9.2.7　冰葡萄酒市场推广的营销策略
9.3　山葡萄酒
9.3.1　我国山葡萄酒产业发展综述
9.3.2　山葡萄酒的品质特点与保健功能
9.3.3　山葡萄酒的制作工艺
9.3.4　西藏山葡萄酒业的发展状况
9.3.5　我国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　国外起泡葡萄酒市场发展分析
9.4.4　起泡酒成为葡萄酒市场新热点
9.4.5　2011年中国葡萄汽酒进出口数据分析
9.4.6　2012年中国葡萄汽酒进出口数据分析
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　2012-2013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
10.2　国外年份葡萄酒市场行情
10.3　中国市场年份酒状况

第十一章　2012-2013年葡萄酒庄园酒市场分析

11.1　2012-2013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　葡萄酒产业兴起庄园投资建设热潮
11.1.3　葡萄酒产业庄园运动带来的变局
11.1.4　酒庄酒力促我国葡萄酒业进入高端市场
11.1.5　山东庄园葡萄酒管理规范实施
11.1.6　甘肃庄园葡萄酒业发展规划分析
11.2　2012-2013年葡萄酒庄项目发展情况
11.3　酒庄酒发展建议及策略
11.3.1　酒庄酒应挖掘深层价值而不仅仅是高价
11.3.2　国产庄园酒的发展之路
11.3.3　酒庄酒发展的三点思考
11.3.4　做好酒庄酒必须注意的前提
11.3.5　我国庄园葡萄酒的发展建议

第十二章　2012-2013年中国葡萄酒区域产业发展分析
12.1　烟台
12.2　昌黎
12.3　宁夏
12.4　甘肃
12.5　新疆
12.6　吉林

第十三章　2012-2013年中国葡萄酒产业进出口分析
13.1　2012-2013年中国葡萄酒进出口状况
13.1.1　我国葡萄酒进口状况回顾
13.1.2　2011年我国葡萄酒进口分析
13.1.3　2012年我国葡萄酒进口状况
13.1.4　2013年中国启动对欧葡萄酒反倾销调查
13.2　2012-2013年进口葡萄酒市场分析
13.2.1　进口葡萄酒市场格局的变化透析
13.2.2　中国进口葡萄酒消费市场变化分析

13.2.3　进口葡萄酒进入国内市场的机会分析
13.2.4　进口葡萄酒受青睐的因素
13.2.5　中国进口葡萄酒市场存在的问题
13.2.6　进口葡萄酒占据国内市场的对策
13.2.7　中国进口葡萄酒应加速本土化进程
13.3　2012-2013年部分地区葡萄酒进口分析
13.3.1　2011年湖北省葡萄酒进口形势简析
13.3.2　2011年温州进口葡萄酒保持强劲增长
13.3.3　2012年上海葡萄酒进口状况
13.3.4　2012年广东葡萄酒进口状况
13.3.5　2012年福州葡萄酒进口简析

第十四章　2012-2013年葡萄酒行业竞争分析
14.1　2012-2013年我国葡萄酒市场竞争动态分析
14.1.1　我国葡萄酒竞争状况
14.1.2　国内葡萄酒市场竞争趋于激烈
14.1.3　2011中国葡萄酒市场竞争格局
14.1.4　2012年我国葡萄酒线上市场竞争激烈
14.1.5　二线葡萄酒品牌的竞争解析
14.1.6　中档葡萄酒成市场竞争热点
14.1.7　葡萄酒市场开启服务战新纪元
14.2　2012-2013年中外葡萄酒竞争状况
14.2.1　国产葡萄酒面临国际竞争的优劣势分析
14.2.2　进口葡萄酒在中国市场的发展态势
14.2.3　新旧世界葡萄酒争夺中国市场
14.2.4　国外葡萄酒大量进入中国的原因
14.2.5　中外葡萄酒市场竞争迎来崭新时期
14.2.6　进口葡萄酒抢占本土葡萄酒生存空间
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　源头发展是葡萄酒行业竞争力的重要保证
14.4.2　构建中国葡萄酒竞争力新纬度
14.4.3　提高我国葡萄酒行业竞争力的关键在于资源整合
14.4.4　中国葡萄酒企业提升竞争优势的五大途径
14.4.5　葡萄酒经销商的竞争力打造
14.4.6　中小型葡萄酒厂提升竞争力的措施

第十五章　2012-2013年葡萄酒营销分析
15.1　国内外葡萄酒营销分析
15.1.1　进口葡萄酒主要品牌化运营方式剖析
15.1.2　进口葡萄酒在中国的“精准营销”模式分析
15.1.3　2012年进口葡萄酒纷纷开展微博营销
15.1.4　澳洲虎葡萄酒的创新营销模式分析
15.1.5　剖析国内外葡萄酒营销文化的差异
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”创新模式分析
15.2.6　夜场在葡萄酒区域市场开发中的作用
15.2.7　红酒分渠道亟待解决的四大问题
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
15.4　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　新型纸盒引领葡萄酒包装新潮流
15.5.3　中国葡萄酒包装期待变革
15.5.4　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　2012-2013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　国外酿酒葡萄的分布及生产
16.2.1　全球酿酒葡萄的主要种植区
16.2.2　欧洲各国酿酒用葡萄收获状况详述

16.2.3　美国纳帕谷酿酒用葡萄生产状况
16.2.4　法国酿酒用葡萄收成状况浅析
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　我国酿酒葡萄主要产区生产情况
16.5.1　东北产区
16.5.2　宁夏产区
16.5.3　新疆产区
16.5.4　沙城产区
16.5.5　河西走廊

第十七章　2012-2013年国际葡萄酒生产企业分析
17.1　星座公司（CONSTELLATION BRANDS, INC.）
17.1.1　企业简介
17.1.2　企业竞争力分析
17.2　帝亚吉欧公司（DIAGEO PLC）
17.2.1　企业简介
17.2.2　企业竞争力分析
17.3　保乐力加集团（PERNOD RICARD GROUP）

17.3.1　企业简介
17.3.2　企业竞争力分析
17.4　福斯特集团（FOSTER′S GROUP LIMITED）
17.4.1　企业简介
17.4.2　企业竞争力分析

第十八章　2012-2013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　企业简介
18.1.2　企业竞争力分析
18.2　张裕葡萄酿酒股份有限公司
18.2.1　企业简介
18.2.2　企业竞争力分析
18.3　中法合营王朝葡萄酿酒有限公司
18.3.1　企业简介
18.3.2　企业竞争力分析
18.4　甘肃莫高实业发展股份有限公司
18.4.1　企业简介
18.4.2　企业竞争力分析
18.5　中国通天酒业
18.5.1　企业简介
18.5.2　企业竞争力分析
18.6　中信国安葡萄酒业股份有限公司
18.6.1　企业简介
18.6.2　企业竞争力分析

第十九章　2012-2013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最新环保标准
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
19.2　2012-2013年中国葡萄酒行业政策标准制定状况
19.2.1　葡萄酒产业的政策环境概述
19.2.2　我国葡萄酒国标解读
19.2.3　解析《地理标志产品通化山葡萄酒》标准体系
19.2.4　葡萄酒使用添加剂的相关标准规定
19.2.5　山葡萄酒新国标实施
19.2.6　2012年7月葡萄酒业准入政策正式生效
19.3　葡萄酒行业地方标准
19.3.1　《蓬莱产区控制葡萄酒》地方标准颁布实施
19.3.2　葡萄酒庄省级标准将促进行业健康发展
19.3.3　冰葡萄酒地方标准获准通过
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　葡萄酒生产管理办法
19.4.6　酒类广告管理办法
19.4.7　葡萄酒消费税管理办法

第二十章　2013-2018年葡萄酒业投资及前景预测
20.1　中国葡萄酒行业投资状况
20.1.1　中国葡萄酒业的投资模式
20.1.2　我国葡萄酒行业迎来投资机遇期
20.1.3　国内葡萄酒企业全球化投资提速
20.1.4　葡萄酒行业投资前景看好
20.1.5　葡萄酒旅游业投资时机成熟
20.2　葡萄酒产业投资建议
20.2.1　葡萄酒行业的投资要领
20.2.2　投资葡萄酒行业的准备工作
20.2.3　投资葡萄酒行业亟需注意的问题

20.2.4　投资葡萄酒庄存在的风险
20.2.5　投资国内葡萄酒产业的若干建议
20.2.6　葡萄酒领域投资的市场选择建议
20.3　世界葡萄酒未来发展趋势预测
20.3.1　未来国际葡萄酒市场发展趋势
20.3.2　未来葡萄酒行业的发展趋向
20.3.3　未来世界葡萄酒市场需求预测
20.4　中国葡萄酒行业前景展望
20.4.1　中国葡萄酒行业发展前景广阔
20.4.2　中国葡萄酒行业发展趋势分析
20.4.3　我国葡萄酒市场消费潜力大
20.4.4　网购葡萄酒成为消费市场新趋势
20.4.5　2015年我国葡萄酒市场产销预测
20.4.6　未来我国葡萄酒市场发展趋势分析
20.5　“十二五”期间中国葡萄酒业发展规划
20.5.1　“十二五”期间我国葡萄酒业发展面临形势
20.5.2　“十二五”期间我国葡萄酒业发展目标
20.5.3　“十二五”期间我国葡萄酒业发展主要任务
20.5.4　“十二五”期间我国葡萄酒业发展保障措施
20.6　2013-2018年中国葡萄酒制造行业预测分析
20.6.1　影响中国葡萄酒制造行业因素分析
20.6.2　2013-2018年中国葡萄酒制造行业产值预测
20.6.3　2013-2018年中国葡萄酒制造行业产品销售收入预测
20.6.4　2013-2018年中国葡萄酒制造行业产品盈利能力预测
20.6.5　2013-2018年中国葡萄酒产量预测

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度
图表：全国粮食产量及其增速
图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）
图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）
图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）
图表：居民消费价格同比上涨情况
图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）
图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）
图表：农村居民人均收入实际增长速度
图表：人口及其自然增长率变化情况
图表：2012年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）
图表：2012年房地产开发投资同比增速（%）
图表：2013年中国GDP增长预测
图表：国内外知名机构对2013年中国GDP增速预测
图表：略……

详细请访问：http://www.chinairr.org/report/R07/R0701/201310/24-142913.html