

“ 十一五 ” 期间中国葡萄酒市场供需 态势及 “ 十二五 ” 发展趋势预测报告

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

《“十一五”期间中国葡萄酒市场供需态势及“十二五”发展趋势预测报告》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.cction.com/report/201102/61417.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“十一五”期间国内外葡萄酒产业政策环境分析

第一节 “十一五”期间国际葡萄酒标准情况

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

第二节 “十一五”期间我国葡萄酒产业政策的制定及执行情况

- 一、2008年葡萄酒新标准开始执行
- 二、“新国标”使国内葡萄酒分级成趋势
- 三、解析《地理标志产品通化山葡萄酒》标准体系
- 四、《蓬莱产区控制葡萄酒》颁布实施
- 五、我国计划推出新的葡萄酒国家标准

第三节 “十一五”期间我国葡萄酒相关政策法规

- 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

第二章 “十一五”期间国际葡萄酒行业市场动态分析

第一节 “十一五”期间世界葡萄酒行业发展概况

- 一、全球葡萄酒业发展回顾
- 二、新世界葡萄酒市场发展迅速
- 三、世界葡萄酒贸易步入平稳发展期
- 四、世界葡萄酒消费保持上升势头
- 五、国际葡萄酒酿造技术向高科技发展

第二节 “十一五”期间全球葡萄酒市场分析

- 一、2007年全球葡萄酒产量下降
- 二、2008年国际葡萄酒行业生产消费状况

三、2008年世界葡萄酒市场环保与经济并行

四、2008年国际葡萄酒业发展热点

五、2009年世界葡萄酒产业发展动态

第三节 “十一五”期间法国葡萄酒行业概况

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、2008年法国葡萄酒销量在国际市场份额萎缩

四、2008年法国葡萄酒出口情况分析

五、2009年法国重回全球葡萄酒产量冠军宝座

六、2009年法国葡萄酒出口状况简析

七、法国大力发展葡萄酒旅游业应对全球竞争

第四节 “十一五”期间意大利葡萄酒行业概况

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、2008年意大利葡萄酒产量跃居世界首位

六、2009年意大利葡萄酒生产状况分析

第五节 “十一五”期间澳大利亚葡萄酒行业概况

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、2009年澳大利亚葡萄酒产业发展状况

四、澳大利亚推行葡萄酒环保认证

第六节 “十一五”期间德国葡萄酒行业概况

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、2008年德国葡萄酒出口持续增长

四、2009年德国起泡酒销售量猛增

五、折扣店成为德国葡萄酒主要销售渠道

六、未来德国葡萄酒发展前景看好

第七节 “十一五”期间美国葡萄酒行业概况

一、美国葡萄酒的发展史

二、2008年美国葡萄酒市场消费分析

三、2008年美国葡萄酒出口额突破10亿元

四、2009年美国葡萄酒市场发展状况分析

第八节 “十一五”期间西班牙葡萄酒行业概况

一、西班牙葡萄酒产区介绍

二、西班牙葡萄酒产业发展环境

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、2009年西班牙散装葡萄酒销量上升至世界首位

第九节 “十一五”期间智利葡萄酒行业概况

一、智利葡萄与葡萄酒产业发展简述

二、智利葡萄酒的主要产区

三、2008年智利葡萄酒出口平稳增长

四、2009年智利葡萄酒出口量跃升

五、智利地震对其葡萄酒业造成严重影响

第十节 “十一五”期间其他国家葡萄酒行业概况

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

四、阿根廷葡萄酒法定产区简介

五、南非葡萄酒主要产区介绍

六、新西兰葡萄酒业主要品种及产区

第三章“十一五”期间中国葡萄酒发展环境及政策回顾

第一节 2006年我国实体经济及货币信贷环境回顾

一、2006年我国农业发展回顾

二、2006年我国工业和建筑业发展回顾

三、2006年我国固定资产投资发展回顾

四、2006年我国国内贸易发展回顾

五、2006年我国对外经济发展回顾

六、2006年我国交通、邮电和旅游发展回顾

七、2006年我国教育和科学技术发展回顾

八、2006年我国文化、卫生和体育发展回顾

九、2006年我国人口、人民生活和社会保障发展回顾

十、2006年我国资源、环境和安全生产发展回顾

十一、2006年我国货币信贷环境发展回顾

第二节 2007年我国实体经济及货币信贷环境回顾

一、2007年我国农业发展回顾

二、2007年我国工业和建筑业发展回顾

三、2007年我国固定资产投资发展回顾

四、2007年我国国内贸易发展回顾

五、2007年我国对外经济发展回顾

六、2007年我国交通、邮电和旅游发展回顾

七、2007年我国教育和科学技术发展回顾

八、2007年我国文化、卫生和体育发展回顾

九、2007年我国人口、人民生活和社会保障发展回顾

十、2007年我国资源、环境和安全生产发展回顾

十一、2007年我国货币信贷环境发展回顾

第三节 2008年我国实体经济及货币信贷环境回顾

一、2008年我国农业发展回顾

二、2008年我国工业和建筑业发展回顾

三、2008年我国固定资产投资发展回顾

四、2008年我国国内贸易发展回顾

五、2008年我国对外经济发展回顾

六、2008年我国交通、邮电和旅游发展回顾

七、2008年我国教育和科学技术发展回顾

八、2008年我国文化、卫生和体育发展回顾

九、2008年我国人口、人民生活和社会保障发展回顾

十、2008年我国资源、环境和安全生产发展回顾

十一、2008年我国货币信贷环境发展回顾

第四节 2009年我国实体经济及货币信贷环境回顾

一、2009年我国农业发展回顾

二、2009年我国工业和建筑业发展回顾

三、2009年我国固定资产投资发展回顾

- 四、2009年我国国内贸易发展回顾
- 五、2009年我国对外经济发展回顾
- 六、2009年我国交通、邮电和旅游发展回顾
- 七、2009年我国教育和科学技术发展回顾
- 八、2009年我国文化、卫生和体育发展回顾
- 九、2009年我国人口、人民生活和社会保障发展回顾
- 十、2009年我国资源、环境和安全生产发展回顾
- 十一、2009年我国货币信贷环境发展回顾

第四章 “十一五”期间我国葡萄酒行业市场走势分析

第一节 “十一五”期间我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、建国后到改革开放前我国葡萄酒工业的发展进程
- 四、改革开放以后我国葡萄酒产业发展的三个阶段

第二节 “十一五”期间我国葡萄酒行业发展状况分析

- 一、宏观经济对国内葡萄酒业的影响
- 二、中国葡萄酒行业发展的优劣势分析
- 三、我国葡萄酒产业步入第一个发展高潮

第三节 “十一五”期间我国葡萄酒行业分析

- 一、2006年国内葡萄酒的风云历程
- 二、2007年中国葡萄酒行业经济运行分析
- 三、2007年我国葡萄酒产业经历深度转型
- 四、2008年中国葡萄酒产业发展分析
- 五、2009年中国葡萄酒行业发展状况盘点

第五章“十一五”期间中国葡萄酒产量数据统计分析

第一节2007-2009年全国葡萄酒产量数据分析

- 一、2007-2009年全国葡萄酒产量数据
- 二、2007-2009年重点省市葡萄酒产量数据

第二节2010年全国葡萄酒产量数据分析（数据均可更新至最新月份）

- 一、2010年全国葡萄酒产量数据

二、2010年重点省市葡萄酒产量数据

第三节 全国葡萄酒产量增长性分析

第六章 “十一五”期间我国葡萄酒市场动态分析

第一节 “十一五”期间我国葡萄酒市场总体情况

一、中国葡萄酒市场概况

二、2008年我国葡萄酒市场发展状况回顾

三、我国葡萄酒市场面临全面变革

第二节 “十一五”期间我国部分地区葡萄酒市场发展状况

一、北京葡萄酒市场分析

二、广州葡萄酒市场状况解析

三、深圳葡萄酒市场发展分析

四、大连葡萄酒市场发展分析

五、成都葡萄酒市场分析

六、西安葡萄酒市场格局和消费状况分析

第三节 “十一五”期间我国葡萄酒市场消费状况

一、我国葡萄酒消费市场快速增长

二、中国葡萄酒市场消费者分析

三、我国葡萄酒消费市场品牌分析

四、餐饮终端市场葡萄酒消费特点

五、影响葡萄酒消费的三点因素

六、中国有望成为世界第七大葡萄酒消费国

第七章 “十一五”期间我国葡萄酒高端市场行业现状分析

第一节 探究葡萄酒高端产品

第二节 期酒搅热国内高端葡萄酒市场

第三节 中国高端葡萄酒商业模式的创新

第四节 中国国产葡萄酒力图收复高端市场

第八章 “十一五”期间我国红葡萄酒与桃红葡萄酒市场分析

第一节 “十一五”期间我国红葡萄酒的市场概况与前景

一、2008年中秋沈阳红葡萄酒销售火热

二、“串货”导致红酒低价抛售

三、中国红葡萄酒市场将向高档化发展

第二节 “十一五”期间我国桃红葡萄酒市场状况

一、2009年美国进口桃红葡萄酒销量飙升

二、桃红葡萄酒将实现产业升级

三、夏都加大力度开发系列桃红葡萄酒饮品

四、昆山巴城小桃红葡萄酒进入市场

五、浅议桃红葡萄酒企业市场突围战略

六、桃红葡萄酒发展空间广阔

第九章 “十一五”期间我国干葡萄酒行业分析

第一节 “十一五”期间我国干红葡萄酒市场分析

一、2007年中国与法国合作推广干红葡萄酒

二、2007年烟台市干红端午促销成效显著

三、我国芦荟干红借助国际公司挺进全球市场

四、2008年新疆伊珠干红首次销往福建三明

五、未来发展干红葡萄酒文化的前景

第二节 “十一五”期间我国干白葡萄酒发展概述

一、国内干白葡萄酒市场逐渐回暖

二、干白葡萄酒消费热潮从沿海城市蔓延

三、突破我国干白市场困境的主要方法

四、未来干白葡萄酒将成为一大流行趋势

第十章 “十一五”期间我国其它葡萄酒行业分析

第一节 “十一五”期间我国甜葡萄酒行业分析

一、甜葡萄酒的历史与酿造工艺

二、欧盟新规批准新西兰甜葡萄酒进入其市场

三、甜葡萄酒低价出售原因分析

四、甜型葡萄酒企业出路之所在

五、我国甜葡萄酒向高端方向发展

第二节 “十一五”期间我国冰葡萄酒行业分析

一、冰葡萄酒的概念

二、国内外冰酒品牌盘点

三、国内冰酒生产工艺的开发

四、中国冰葡萄酒产量已占世界四成

五、我国冰葡萄酒产业发展中存在的问题

六、我国冰葡萄酒产业未来发展的趋势分析及前景展望

第三节 “十一五”期间我国山葡萄酒行业分析

一、山葡萄与山葡萄酒的品质特点

二、2008年广西都安瑶族自治县山葡萄大获丰收

三、国内山葡萄酒要实现差异化发展

四、我国山葡萄酒发展存在的问题和出路

五、我国需发展具有民族本色的山葡萄酒

第四节 “十一五”期间我国起泡葡萄酒行业分析

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、我国进口起泡酒市场发展前景展望

第五节 “十一五”期间我国新型葡萄酒简介

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

第十一章 “十一五”期间我国年份酒行业分析

第一节 “十一五”期间我国葡萄酒年份解读

一、葡萄酒年份的含义

二、葡萄酒年份的内涵

三、葡萄酒年份的评价

第二节 “十一五”期间我国市场年份酒状况

一、年份酒遭遇葡萄酒新国标

二、葡萄酒并非年份越久越醇香

三、我国红酒年份酒检测及管理标准欠缺

第三节 “十一五”期间我国新国标实施后各地区年份酒的发展

- 一、乌鲁木齐红酒市场规避年份谈窖藏
- 二、河南郑州乱标年份葡萄酒降价甩货
- 三、2008年佛山年份葡萄酒折半价销售
- 四、山东蓬莱首制年份葡萄酒管理办法

第十二章 “十一五”期间国内外庄园酒行业分析

第一节 中国庄园葡萄酒发展分析

- 一、葡萄酒产业的“庄园”现象
- 二、酒庄热逐渐在我国葡萄酒产业蔓延
- 三、葡萄酒产业庄园运动带来的变局
- 四、长城高端庄园酒市场布局显现
- 五、酒庄酒力促我国葡萄酒业进入高端市场

第二节 国际酒庄酒布局中国市场

- 一、吉诺酒庄起泡酒步入中国市场
- 二、2008年巴黎庄园酒进军武汉市场
- 三、2009年澳大利亚美乐斯庄园酒正式亮相成渝市场
- 四、法国个性化庄园酒纷纷登陆深圳市场

第三节 “十一五”期间我国葡萄酒庄项目发展情况

- 一、中信华东联合拉菲集团共同建造蓬莱葡萄酒庄
- 二、新余现代化天工葡萄酒庄项目开工建设
- 三、新疆第一家葡萄酒庄正式开业
- 四、怀来巨资打造酒庄群已初具规模
- 五、辽宁桓仁冰酒酒庄项目破土动工
- 六、运城市与“法华”达成建设运城葡萄酒庄城的合作意向

第十三章 “十一五”期间我国葡萄酒区域产业发展分析

第一节 “十一五”期间我国蓬莱葡萄酒产业发展分析

- 一、蓬莱葡萄酒市场的现状与特点
- 二、蓬莱葡萄酒产业依赖品牌效应稳步发展
- 三、2008年蓬莱突破三个重点促葡萄酒产业发展

四、2009年蓬莱葡萄酒行业发展概况

五、山东蓬莱设立中国第一家葡萄酒保税仓库

六、蓬莱四措施加强葡萄酒行业监督管理

第二节 “十一五”期间我国烟台葡萄酒产业发展分析

一、烟台产区葡萄酒品牌分析

二、烟台葡萄酒抢先进入尖端市场

三、四大动力助推烟台葡萄酒产区发展

四、烟台葡萄酒产业发展的限制因素分析

五、烟台葡萄酒实现自主品牌需实施差异化策略

六、建设烟台葡萄酒亟待理顺七大关系

七、工业旅游构建烟台葡萄酒美好前景

第三节 “十一五”期间我国昌黎葡萄酒产业发展分析

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、昌黎葡萄酒产区优势分析

四、昌黎干红葡萄酒产业发展规划通过国家级论证

五、昌黎葡萄酒产区发展存在问题及对策分析

六、未来昌黎葡萄酒业发展的工作重点

第四节 “十一五”期间我国甘肃葡萄酒产业发展分析

一、甘肃省葡萄酒产业发展概况

二、甘肃发展葡萄酒产业的优势

三、制约甘肃葡萄酒产业发展的瓶颈

四、推动甘肃葡萄酒产业发展的措施

五、未来十年甘肃省葡萄酒产业前景展望

第五节 “十一五”期间我国宁夏葡萄酒产业发展分析

一、宁夏葡萄酒产业发展概况

二、宁夏葡萄酒产业向多元化方向发展

三、宁夏葡萄酒产业发展所面临的困境和出路

四、未来五年宁夏葡萄酒产业发展规划

第六节 “十一五”期间我国新疆葡萄酒产业发展分析

一、新疆葡萄酒的历史

二、新疆吐鲁番葡萄酒质量大幅提高

三、新疆吐鲁番集中整治葡萄酒生产区域

第七节 “十一五”期间我国吉林葡萄酒产业发展分析

一、吉林各地葡萄酒品牌分立

二、2008年上半年吉林葡萄酒产量同比翻番

三、吉林葡萄酒营销存在的问题及策略

四、吉林柳河县山葡萄酒产业未来发展规划

第十四章 “十一五”期间国内外葡萄酒营销策略分析

第一节 “十一五”期间国内外葡萄酒营销分析

一、进口葡萄酒主要品牌化运营方式剖析

二、进口葡萄酒在中国的“精准营销”模式分析

三、浅析法系葡萄酒在国内市场营销谋变

四、澳洲虎葡萄酒的创新营销模式分析

五、剖析国内外葡萄酒营销文化的差异

六、中国葡萄酒业营销的八点建议

第二节 “十一五”期间我国葡萄酒营销渠道分析

一、中国葡萄酒市场运营模式

二、我国葡萄酒新型营销渠道浅析

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

第十五章 “十一五”期间我国葡萄酒原材料供应分析

第一节 “十一五”期间我国酿酒葡萄概述

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 “十一五”期间国外酿酒葡萄的分布及生产

一、全球酿酒葡萄的主要种植区

二、简述2008年美国加州酿酒葡萄生产情况

三、法国酿酒葡萄品种结构发生变化

四、2009年澳大利亚酿酒葡萄生产状况

五、2010年南非酿酒葡萄产量将持续下降

第三节 “十一五”期间我国酿酒葡萄的种植及培育

一、酿酒葡萄的分布与面积

二、中国酿酒葡萄品种构成

三、中国酿酒葡萄的质量

四、中国酿酒葡萄栽培的特点

第四节 “十一五”期间我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

第五节 “十一五”期间我国酿酒葡萄主要产区生产情况

一、昌黎产区

二、宁夏贺兰山东麓产区

三、新疆产区

四、沙城产区

五、通化产区

六、甘肃产区

第十六章 “十一五”期间国内外葡萄酒行业竞争格局分析

第一节 “十一五”期间我国葡萄酒市场竞争动态分析

一、我国三大本土葡萄酒品牌竞争格局分析

二、二线葡萄酒品牌的竞争解析

三、我国葡萄酒产业竞争态势分析

四、营销时代葡萄酒竞争激烈程度逐步升级

第二节 “十一五”期间中外葡萄酒竞争状况

- 一、近几年我国与国外葡萄酒竞争激烈
- 二、葡萄酒进口量持续增长给本土品牌竞争加压
- 三、国内外葡萄酒企业争夺市场
- 四、国内外葡萄酒行业对比分析
- 五、国产葡萄酒面临国际竞争的优劣势分析

第三节 “十一五”期间我国葡萄酒行业竞争力构建分析

- 一、中国葡萄酒产业竞争力现状
- 二、葡萄酒经销商的竞争力打造
- 三、源头发展是葡萄酒行业竞争力的重要保证
- 四、构建中国葡萄酒竞争力新纬度
- 五、加快国际化进程打造葡萄酒行业竞争力
- 六、提高我国葡萄酒行业竞争力的关键在于资源整合

第十七章 “十一五”期间我国葡萄酒产业进出口分析

第一节 “十一五”期间我国葡萄酒产业进出口概况

- 一、中国葡萄酒进口概况
- 二、2009年我国葡萄酒进口总额再攀高峰
- 三、2009年我国葡萄酒出口简况
- 四、中国进口葡萄酒市场存在的问题
- 五、中国进口葡萄酒应加速本土化进程

第二节 “十一五”期间我国部分地区葡萄酒进口情况

- 一、2008年深圳口岸葡萄酒进口情况
- 二、2008年上海口岸葡萄酒进口情况
- 三、2009年厦门口岸开绿色通道再进口散装葡萄酒
- 四、2009年济南红酒进口量大幅攀升
- 五、2009年连云港口岸进口葡萄酒量价齐升
- 六、2010年1-2月宁波口岸葡萄酒进口攀升

第十八章 “十一五”期间我国葡萄酒优势企业竞争力分析

第一节 张裕葡萄酿酒股份有限公司

- 一、公司基本情况概述

- 二、2008-2010年公司成长性分析
- 三、2008-2010年公司财务能力分析
- 四、2008-2010年公司偿债能力分析
- 五、2008-2010年公司现金流量分析表
- 六、2008-2010年公司经营能力分析
- 七、2008-2010年公司盈利能力分析

第二节 通化葡萄酒股份有限公司

- 一、公司基本情况概述
- 二、2008-2010年公司成长性分析
- 三、2008-2010年公司财务能力分析
- 四、2008-2010年公司偿债能力分析
- 五、2008-2010年公司现金流量分析表
- 六、2008-2010年公司经营能力分析
- 七、2008-2010年公司盈利能力分析

第三节 中法合营王朝葡萄酿酒有限公司

- 一、公司基本概述
- 二、公司主要经营数据指标分析
- 三、公司竞争力分析
- 四、公司发展战略分析

第四节 中信国安葡萄酒业有限公司

- 一、公司基本概述
- 二、公司主要经营数据指标分析
- 三、公司竞争力分析
- 四、公司发展战略分析

第五节 烟台中粮葡萄酿酒有限公司

- 一、公司基本概述
- 二、公司主要经营数据指标分析
- 三、公司竞争力分析
- 四、公司发展战略分析

第六节 中国长城葡萄酒有限公司

- 一、公司基本概述
- 二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

第七节 烟台威龙葡萄酒股份有限公司

一、公司基本概述

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

第八节 烟台威泰葡萄酒有限公司

一、公司基本概述

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

第十九章 “十二五”期间世界及我国经济预测

第一节 “十二五”期间世界经济发展趋势

一、“十二五”期间世界经济将逐步恢复增长

二、“十二五”期间经济全球化曲折发展

三、“十二五”期间新能源与节能环保将引领全球产业

四、“十二五”期间跨国投资再趋活跃

五、“十二五”期间气候变化与能源资源将制约世界经济

六、“十二五”期间美元地位继续削弱

七、“十二五”期间世界主要新兴经济体大幅提升

第二节 “十二五”期间我国经济面临的形势

一、“十二五”期间我国经济将长期趋好

二、“十二五”期间我国经济将围绕“三个转变”

三、“十二五”期间我国工业产业将全面升级

四、“十二五”期间我国以绿色发展战略为基调

第三节 “十二五”期间我国对外经济贸易预测

一、“十二五”期间我国劳动力结构预测

二、“十二五”期间我国贸易形式和利用外资方式预测

三、“十二五”期间我国自主创新结构预测

四、“十二五”期间我国产业体系预测

- 五、 “十二五”期间我国产业竞争力预测
- 六、 “十二五”期间我国经济国家化预测
- 七、 “十二五”期间我国经济将面临的贸易障碍预测
- 八、 “十二五”期间人民币区域化和国际化预测
- 九、 “十二五”期间我国对外贸易与城市发展关系预测
- 十、 “十二五”期间我国中小企业面临的外需环境预测

第二十章 “十二五”期间我国政策体系预测

第一节 “十二五”规划重点倾斜内容预测

- 一、 大消费
- 二、 高铁及城轨建设
- 三、 生产性服务
- 四、 战略新兴产业

第二节 “十二五”期间我国主要政策预测

- 一、 “十二五”期间将进一步劳动力市场政策
- 二、 “十二五”期间将进一步充实扩大就业的财税政策
- 三、 “十二五”期间将进一步丰富扩大就业的金融政策
- 四、 “十二五”期间将进一步完善扩大就业的社会保障政策

第三节 “十二五”期间我国经济社会发展阶段预测

- 一、 “十二五”期间我国将加速全面建设小康社会
- 二、 “十二五”期间我国将全方位改革综合推进阶段
- 三、 “十二五”期间我国工业化中期向工业化后期转变

第二十一章 “十二五”期间我国经济将面临的问题及对策

第一节 “十二五”期间影响投资因素分析

- 一、 财政预算内资金对全社会融资贡献率的分析
- 二、 信贷资金变动对投资来源变动的贡献率分析
- 三、 外商投资因素对未来投资来源的贡献率分析
- 四、 自筹投资增长对投资来源的贡献率分析

第二节 “十二五”期间我国经济稳定发展面临的问题

- 一、 经济结构失衡
- 二、 产业结构面临的问题

- 三、资本泡沫过度膨胀
- 四、收入差距进一步扩大
- 五、通货膨胀风险加剧
- 六、生态环境总体恶化趋势未改

第三节 “十二五”期间我国经济形势面临的问题

- 一、世界政治、经济格局的新变化
- 二、国际竞争更加激烈
- 三、投资的作用将下降
- 四、第三产业对经济增长的作用显著增加
- 五、迫切需要解决深层次体制机制问题
- 六、劳动力的供给态势将发生转折

第二十二章 “十二五”期间我国区域经济发展面临的问题及对策

第一节 “十二五”期间促进区域协调发展的重点任务

- 一、健全区域协调发展的市场机制与财政体制
- 二、培育多极带动的国土空间开发格局
- 三、积极开展全方位多层次的区域合作
- 四、创新各具特色的区域发展模式
- 五、建立健全区域利益协调机制

第二节 “十二五”期间我国区域协调发展存在的主要问题

- 一、空间无序开发问题依然比较突出
- 二、东中西产业互动关系有待进一步加强
- 三、落后地区发展仍然面临诸多困难
- 四、财税体制尚需完善
- 五、区际利益矛盾协调机制不健全

第三节 “十二五”期间促进区域协调发展的政策建议

- 一、编制全国性的空间开发利用规划
- 二、以经济圈为基础重塑国土空间组织框架
- 三、制定基础产业布局战略规划
- 四、加紧制定促进区域合作的政策措施

第二十三章 “十二五”期间国内外葡萄酒行业投资分析

第一节 “十二五”期间我国葡萄酒企业投资动态

- 一、沪商投资新疆打造有机葡萄酒商机
- 二、大马投资10亿美元投资宁夏葡萄酒等产业
- 三、中信国安发力葡萄酒高端市场
- 四、张裕投资葡萄酒原酒生产基地

第二节 “十二五”期间我国葡萄酒产业投资建议

- 一、葡萄酒行业投资前景看好
- 二、葡萄酒行业的投资要领
- 三、投资葡萄酒行业亟需注意的问题
- 四、投资国内葡萄酒产业的若干建议

第三节 “十二五”期间世界葡萄酒前景展望和趋势预测

- 一、国际葡萄酒市场未来发展趋势
- 二、未来世界葡萄酒市场发展预测
- 三、未来十年世界葡萄酒产业的发展趋势
- 四、亚洲葡萄酒市场发展趋势预测

第四节 “十二五”期间我国葡萄酒行业发展趋势及前景预测

- 一、中国葡萄酒市场中长期消费趋势
- 二、国内葡萄酒产业四大发展趋势
- 三、葡萄酒上下游产业链结合成趋势
- 四、中国葡萄酒产业发展展望
- 五、2010-2015年中国葡萄酒制造行业预测分析

第五节 “十二五”期间我国葡萄酒高端市场前景

- 一、未来高端葡萄酒还有提升空间
- 二、未来高档葡萄酒的前景相当可观
- 三、高档葡萄酒销售渠道日趋完善

第二十四章 “十二五”期间我国葡萄酒产业面临的问题及对策

第一节 “十二五”期间我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、制约我国葡萄酒产业发展的主要因素
- 三、中国葡萄酒工业的发展战略
- 四、我国葡萄酒产业发展的建议

五、葡萄酒工业的生命是成长性

六、国葡萄酒产业差异化策略分析

第二节 “十二五”期间我国葡萄酒市场存在的问题

一、葡萄酒市场的乱象

二、葡萄酒市场四大问题亟待改善

三、中国葡萄酒目标市场定位不明

四、中国葡萄酒市场缺乏个性的品牌

第三节 “十二五”期间我国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

第四节 “十二五”期间我国高端葡萄酒面临的问题及发展战略

一、国产高端葡萄酒发展面临的问题

二、发展中国高端葡萄酒市场的措施

三、我国高端葡萄酒发展的基本思路

四、解析葡萄酒高端产品的营销策略

第五节 “十二五”期间我国葡萄酒高端市场前景

一、未来高端葡萄酒还有提升空间

二、未来高档葡萄酒的前景相当可观

三、高档葡萄酒销售渠道日趋完善

第六节 “十二五”期间我国酒庄酒发展建议及策略

一、酒庄酒应挖掘深层价值而不仅仅是高价

二、国产庄园酒的发展之路

三、酒庄酒发展的三点思考

四、做好酒庄酒必须注意的前提

第七节 “十二五”期间我国主要葡萄酒品牌市场营销策略

一、长城葡萄酒奥运营销

二、张裕公司的体验营销策略

三、王朝营销策略

第八节 “十二五”期间我国品牌营销策略分析

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

第九节 “十二五”期间我国葡萄酒包装策略

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

四、易拉罐包装将成葡萄酒包装未来发展方向

第十节 “十二五”期间我国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

图表名称：部分

图表 十二五规划重点政策倾斜内容预测

图表 2010年部分中央领导人在省部级干部贯彻科学发展观加快经济发展方式转变研讨班的讲话

图表 城镇化和战略性新兴产业是加快转变经济发展方式的重点

图表 房地产投资需求拉动多个行业发展

图表 中国区域发展阶段差异概况

图表 金融危机以来中国出台的区域规划

图表 2008年我国各省城市化率与人均GDP的对数曲线关系

图表 城市化进程的三个阶段

图表 不同城市化阶段及其特征

图表 2010-2015我国城市化水平预测

图表 国家战略性战略格局维度布局

图表 2010-2015各省城市化率变化情况

图表 “十二五”时期各省市城市化率变动及城市化带动的投资空间分布

图表 美国经济刺激计划中的绿色投资

图表 主要国家经济刺激计划中的绿色投资

图表 主要耗能设施的生命周期

图表 不同领域对减排的贡献

图表 “十一五”各行业营收增长

图表 “十一五”各行业盈利增长

图表 “十一五”各行业ROE提升

图表 “十一五”各行业市场表现

图表 “十二五”规划预期重点及措施

图表 历次五年规划主要任务目标及实现情况

图表 “一五”至“十一五”中国经济发展

图表 “十二五”时期战略性新兴产业七大领域

图表 2020年电源预计规模

图表 低碳技术创新和应用的路线图

图表 动力电池成本的国际比较

图表 我国动力电池技术与国际水平比较

图表 中国90年代以来城镇居民家庭消费支出结构变化趋势

图表 2007-2009年全国葡萄酒产量数据

图表 2007-2009年重点省市葡萄酒产量数据

图表 2010年全国葡萄酒产量数据

图表 2010年重点省市葡萄酒产量数据

图表 全国葡萄酒产量增长性分析

图表 2008-2010年张裕葡萄酿酒股份有限公司成长性分析

图表 2008-2010年张裕葡萄酿酒股份有限公司财务能力分析

图表 2008-2010年张裕葡萄酿酒股份有限公司经营效率分析

图表 2008-2010年张裕葡萄酿酒股份有限公司偿债能力分析

图表 2008-2010年张裕葡萄酿酒股份有限公司现金流量分析表

图表 2008-2010年张裕葡萄酿酒股份有限公司经营能力分析

图表 2008-2010年张裕葡萄酿酒股份有限公司盈利能力分析

图表 2008-2010年通化葡萄酒股份有限公司成长性分析

图表 2008-2010年通化葡萄酒股份有限公司财务能力分析

图表 2008-2010年通化葡萄酒股份有限公司经营效率分析

图表 2008-2010年通化葡萄酒股份有限公司偿债能力分析
图表 2008-2010年通化葡萄酒股份有限公司现金流量分析表
图表 2008-2010年通化葡萄酒股份有限公司经营能力分析
图表 2008-2010年通化葡萄酒股份有限公司盈利能力分析
图表 中法合营王朝葡萄酒有限公司盈利指标情况
图表 中法合营王朝葡萄酒有限公司资产运行指标状况
图表 中法合营王朝葡萄酒有限公司资产负债能力指标分析
图表 中法合营王朝葡萄酒有限公司盈利能力情况
图表 中法合营王朝葡萄酒有限公司销售收入情况
图表 中法合营王朝葡萄酒有限公司成本费用构成情况
图表 中信国安葡萄酒业有限公司盈利指标情况
图表 中信国安葡萄酒业有限公司资产运行指标状况
图表 中信国安葡萄酒业有限公司资产负债能力指标分析
图表 中信国安葡萄酒业有限公司盈利能力情况
图表 中信国安葡萄酒业有限公司销售收入情况
图表 中信国安葡萄酒业有限公司成本费用构成情况
图表 烟台中粮葡萄酒有限公司盈利指标情况
图表 烟台中粮葡萄酒有限公司资产运行指标状况
图表 烟台中粮葡萄酒有限公司资产负债能力指标分析
图表 烟台中粮葡萄酒有限公司盈利能力情况
图表 烟台中粮葡萄酒有限公司销售收入情况
图表 烟台中粮葡萄酒有限公司成本费用构成情况
图表 中国长城葡萄酒有限公司盈利指标情况
图表 中国长城葡萄酒有限公司资产运行指标状况
图表 中国长城葡萄酒有限公司资产负债能力指标分析
图表 中国长城葡萄酒有限公司盈利能力情况
图表 中国长城葡萄酒有限公司销售收入情况
图表 中国长城葡萄酒有限公司成本费用构成情况
图表 烟台威龙葡萄酒股份有限公司盈利指标情况
图表 烟台威龙葡萄酒股份有限公司资产运行指标状况
图表 烟台威龙葡萄酒股份有限公司资产负债能力指标分析
图表 烟台威龙葡萄酒股份有限公司盈利能力情况

图表 烟台威龙葡萄酒股份有限公司销售收入情况
图表 烟台威龙葡萄酒股份有限公司成本费用构成情况
图表 烟台威泰葡萄酒有限公司盈利指标情况
图表 烟台威泰葡萄酒有限公司资产运行指标状况
图表 烟台威泰葡萄酒有限公司资产负债能力指标分析
图表 烟台威泰葡萄酒有限公司盈利能力情况
图表 烟台威泰葡萄酒有限公司销售收入情况
图表 烟台威泰葡萄酒有限公司成本费用构成情况
图表 略……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201102/61417.html>