

2015-2020年中国起泡葡萄酒 酒市场分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2015-2020年中国起泡葡萄酒市场分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/yanjiu1503/4932710BK7.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2015-03-03

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2015-2020年中国起泡葡萄酒市场分析与投资前景研究报告》共十八章。报告介绍了起泡葡萄酒行业相关概述、中国起泡葡萄酒产业运行环境、分析了中国起泡葡萄酒行业的现状、中国起泡葡萄酒行业竞争格局、对中国起泡葡萄酒行业做了重点企业经营状况分析及中国起泡葡萄酒产业发展前景与投资预测。您若想对起泡葡萄酒产业有个系统的了解或者想投资起泡葡萄酒行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

2013年，一线酒企高端产品价格回落、服务下沉，给二、三线酒企的产品销售及生存带来压力。步入“十二五”以来，由政府主导的产业整合为酿酒行业的发展注入了动力，如四川和贵州共同打造优势产区“白酒金三角”，实施“长江上游名酒经济带”战略；贵州重点打造黔北、黔中、黔南三大品牌基地；山东省《蓬莱市葡萄酒庄聚集区总体规划》布局一带三谷，重点打造葡萄酒业等。中国轻工业联合会和中国酒业协会共同开展了行业特色区域建设，包括中国（宜宾）白酒之都、广东佛山豉香型白酒产业基地等项目，也加速了行业集中度的提升。地方政府对酿酒产业的高度关注和大力支持，在实现酿酒产业空间聚集、整合优势资源、推动结构调整、促进产业升级等方面发挥了推动作用，也进一步刺激了行业产能的扩张。2013年，酿酒行业完成总产量7511.88万千升，同比增长4.3%；其中，饮料酒产量6600.33万千升，同比增长4.52%；发酵酒精产量911.55万千升，同比增长7.4%。全行业完成销售收入8453.21亿元，同比增长9.42%；实现利润1062.11亿元，同比增长0.17%；产成品达461.78亿元，同比增长21.04%。另外，2013年酿酒行业资产规模达到8390.61亿元，同比增长14.92%；负债达到3934.57亿元，同比增长12.21%。

随着亚洲酒精饮料市场的快速发展，全球酒业巨头都在中国、印度和越南等地方寻找收购和合作的机会。在未来4年内，亚太地区将会成为全球酒精饮料增长最快的地区，其中主要的增长动力将来自中国和印度市场。由于欧美市场的经济萎靡，消费潜力已经不大，全球酒业巨头正在试图通过收购等方式进入规模高达2500亿美元的亚洲市场。相比之下，中国市场的机会显得更为诱惑。2014年酿酒行业面临新的形势。首先，高端白酒消费信心受挫，需求的变化导致其价格和销量动荡是必然的。高端白酒必然会在销量和价格方面寻求新定位。企业做好重新定位的准备了吗？其次，啤酒、葡萄酒、洋酒等冲击，导致白酒销售量的变化，客观上要求白酒口味的变化更适应消费需求，或者放缓白酒增速也是必然的。企业做好坚守阵地和迎接冲击的准备了吗？第三，酒类流通企业数量增加，团购、订制等营销模式带来市场需求虚假放大，导致生产量的增加，流通环节库存增加，无疑放缓了产品到消费的步伐，如何加快流通，扩大消费？第四，产能扩大与市场需求放缓的严峻形势已经形成，产能扩大

后的销量如何扩大，企业制定好应对策略吗？第五，白酒市场价格带压缩，中低端白酒放量，竞争加剧已经不可避免，如何占据有利竞争位置，企业做好准备了吗？2013年，很多酒企只是尝试性的瞄准中低端产品，而2014年将是各大酒企在中低端市场决战的时候。

第一部分 宏观环境篇

第一章 起泡葡萄酒行业发展综述

1.1 起泡葡萄酒行业定义及分类

1.1.1 行业概念及定义

1.1.2 行业主要产品分类

1.1.3 行业在国民经济中的地位

1.1.4 行业发展特征

（1）快速消费品行业

（2）质量安全关注行业

（3）原材料依赖型产业

（4）规模经济的典型特征

（5）顺经济周期行业

（6）资本和技术密集型产业

1.2 起泡葡萄酒行业统计标准

1.2.1 行业统计部门和统计口径

1.2.2 行业主要统计方法介绍

1.2.3 行业涵盖数据种类介绍

1.3 起泡葡萄酒行业产业链分析

1.3.1 行业产业链简介

1.3.2 行业下游产业链相关行业分析

1.3.3 行业产业链上游相关行业分析

第二章 起泡葡萄酒行业市场环境分析

2.1 起泡葡萄酒行业经济环境分析

2.1.1 国际宏观经济环境分析

2.1.2 国内宏观经济环境分析

2.1.3 行业宏观经济环境分析

2.2 起泡葡萄酒行业贸易环境分析

- 2.2.1 行业贸易环境发展现状
- 2.2.2 行业贸易环境发展趋势
- 2.3 起泡葡萄酒行业融资环境分析
 - 2.3.1 主要货币数据分析
 - 2.3.2 货币政策未来走向
- 2.4 起泡葡萄酒行业政策环境分析
 - 2.4.1 行业相关政策动向
 - 2.4.2 行业相关发展规划
- 2.5 起泡葡萄酒行业社会环境分析
 - 2.5.1 产业社会环境
 - 2.5.2 社会环境对行业的影响

第三章 中国酒业运行现状分析

- 3.1 中国酒业发展综述
 - 3.1.1 中国酒业的发展阶段
 - 3.1.2 中国酒业发展取得的成就
 - 3.1.3 我国酒业地域分布特征
 - 3.1.4 我国酒业竞争格局简析
- 3.2 2011年中国酒业的发展
 - 3.2.1 2011年中国酒业运行状况
 - 3.2.2 2011年中国酿酒业蓬勃发展
 - 3.2.3 2011年中国酿酒业再创新高
 - 3.2.4 2011年酿酒业受各路资本青睐
 - 3.2.5 2011年酿酒业涨价潮继续蔓延
- 3.3 2012年中国酒业的发展
 - 3.3.1 2012年我国酒业运行概况
 - 3.3.2 2012年酒业发展动态盘点
 - 3.3.3 2012年酒业市场态势分析
- 3.4 2013-2014年中国酒业的发展
 - 3.4.1 2013年我国酿酒市场总析
 - 3.4.2 2013年酿酒行业大事盘点
 - 3.4.3 2013年业外资本涌入酒业

3.4.4 2014年我国酒业发展动态

第四章 中国酒业整体运行指标分析

4.1 饮料酒行业产量规模分析

4.1.1 全国饮料酒行业产量规模分析

4.1.2 不同省市饮料酒产量规模分析

4.1.3 全国饮料酒行业产量规模预测

4.2 饮料酒行业经济指标分析

4.2.1 饮料酒行业综合经济指标

4.2.2 饮料酒行业不同规模企业经济指标

(1) 大型企业

(2) 中型企业

(3) 小型企业

4.2.3 饮料酒行业不同性质企业经济指标

(1) 国有企业

(2) 集体企业

(3) 股份制企业

(4) 私营企业

4.3 中国饮料酒行业财务指标总体分析

4.3.1 行业盈利能力分析

4.3.2 行业偿债能力分析

4.3.3 行业营运能力分析

4.3.4 行业发展能力分析

第二部分 产业分析篇

第五章 中国起泡葡萄酒行业发展现状分析

5.1 中国起泡葡萄酒行业发展状况分析

5.1.1 中国起泡葡萄酒行业发展阶段

5.1.2 中国起泡葡萄酒行业发展总体概况

5.1.3 中国起泡葡萄酒行业发展特点分析

5.1.4 中国起泡葡萄酒行业商业模式分析

5.2 起泡葡萄酒行业发展现状

- 5.2.1 2012-2014年中国起泡葡萄酒行业市场规模
- 5.2.2 2012-2014年中国起泡葡萄酒行业发展分析
- 5.2.3 2012-2014年中国起泡葡萄酒企业发展分析
- 5.3 起泡葡萄酒市场情况分析
 - 5.3.1 中国起泡葡萄酒市场总体概况
 - 5.3.2 中国起泡葡萄酒产品市场发展分析
- 5.4 中国起泡葡萄酒市场价格走势分析
 - 5.4.1 起泡葡萄酒市场定价机制组成
 - 5.4.2 起泡葡萄酒市场价格影响因素
 - 5.4.3 起泡葡萄酒产品价格走势分析
 - 5.4.4 2015-2020年起泡葡萄酒产品价格走势预测

第六章 中国起泡葡萄酒市场供需形势分析

- 6.1 起泡葡萄酒行业生产分析
 - 6.1.1 产品及原材料进口、自有比例
 - 6.1.2 国内产品及原材料生产基地分布
- 6.2 中国起泡葡萄酒行业供需分析
 - 6.2.1 2012-2014年中国起泡葡萄酒行业供给情况
 - (1) 中国饮料酒产量分析
 - (2) 中国起泡葡萄酒产量分析
 - (3) 中国饮料酒总产值分析
 - (4) 中国起泡葡萄酒总产值分析
 - 6.2.2 2012-2014年中国起泡葡萄酒行业需求情况
 - (1) 中国饮料酒销售产值分析
 - (2) 中国起泡葡萄酒销售产值分析
 - (3) 中国饮料酒销售收入分析
 - (4) 中国起泡葡萄酒销售收入分析
 - 6.2.3 2012-2014年中国起泡葡萄酒行业供需平衡分析
 - (1) 中国饮料酒产销率分析
 - (2) 中国起泡葡萄酒产销率分析
- 6.3 起泡葡萄酒产品市场应用及需求预测
 - 6.3.1 起泡葡萄酒产品应用市场总体需求分析

- (1) 饮料酒产品应用市场需求特征
- (2) 饮料酒产品应用市场需求总规模
- (3) 起泡葡萄酒产品应用市场需求特征
- (4) 起泡葡萄酒产品应用市场需求总规模

6.3.2 2015-2020年起泡葡萄酒行业领域需求量预测

- (1) 2015-2020年饮料酒领域需求产品功能预测
- (2) 2015-2020年饮料酒领域需求产品市场格局预测
- (3) 2015-2020年起泡葡萄酒领域需求产品功能预测
- (4) 2015-2020年起泡葡萄酒领域需求产品市场格局预测

第七章 起泡葡萄酒进出口结构及面临的机遇与挑战

7.1 起泡葡萄酒行业进出口市场分析

7.1.1 起泡葡萄酒行业进出口综述

- (1) 中国起泡葡萄酒进出口的特点分析
- (2) 中国起泡葡萄酒进出口政策与国际化经营

7.1.2 起泡葡萄酒行业出口市场分析

- (1) 2012-2014年行业出口整体情况
- (2) 2012-2014年行业出口总额分析
- (3) 2012-2014年行业出口产品结构

7.1.3 起泡葡萄酒行业进口市场分析

- (1) 2012-2014年行业进口整体情况
- (2) 2012-2014年行业进口总额分析
- (3) 2012-2014年行业进口产品结构

7.2 中国起泡葡萄酒出口面临的挑战及对策

7.2.1 中国起泡葡萄酒出口面临的挑战

7.2.2 中国起泡葡萄酒行业未来出口展望

7.2.3 中国起泡葡萄酒产品出口对策

7.2.4 起泡葡萄酒行业进出口前景及建议

- (1) 行业出口前景及建议
- (2) 行业进口前景及建议

第三部分 全景调研篇

第八章 起泡葡萄酒行业区域市场分析

8.1 华北地区市场分析

8.1.1 北京市起泡葡萄酒市场分析

- (1) 北京市起泡葡萄酒市场销售情况
- (2) 北京市起泡葡萄酒市场价格监测
- (3) 北京市起泡葡萄酒市场竞争分析
- (4) 北京市起泡葡萄酒市场发展前景

8.1.2 天津市起泡葡萄酒市场分析

- (1) 天津市起泡葡萄酒市场销售情况
- (2) 天津市起泡葡萄酒市场价格监测
- (3) 天津市起泡葡萄酒市场竞争分析
- (4) 天津市起泡葡萄酒市场发展前景

8.1.3 河北省起泡葡萄酒市场分析

- (1) 河北省起泡葡萄酒市场销售情况
- (2) 河北省起泡葡萄酒市场价格监测
- (3) 河北省起泡葡萄酒市场竞争分析
- (4) 河北省起泡葡萄酒市场发展前景

8.2 华东地区市场分析

8.2.1 上海市起泡葡萄酒市场分析

- (1) 上海市起泡葡萄酒市场销售情况
- (2) 上海市起泡葡萄酒市场价格监测
- (3) 上海市起泡葡萄酒市场竞争分析
- (4) 上海市起泡葡萄酒市场发展前景

8.2.2 江苏省起泡葡萄酒市场分析

- (1) 江苏省起泡葡萄酒市场销售情况
- (2) 江苏省起泡葡萄酒市场价格监测
- (3) 江苏省起泡葡萄酒市场竞争分析
- (4) 江苏省起泡葡萄酒市场发展前景

8.2.3 浙江省起泡葡萄酒市场分析

- (1) 浙江省起泡葡萄酒市场销售情况
- (2) 浙江省起泡葡萄酒市场价格监测
- (3) 浙江省起泡葡萄酒市场竞争分析

(4) 浙江省起泡葡萄酒市场发展前景

8.2.4 山东省起泡葡萄酒市场分析

(1) 山东省起泡葡萄酒市场销售情况

(2) 山东省起泡葡萄酒市场价格监测

(3) 山东省起泡葡萄酒市场竞争分析

(4) 山东省起泡葡萄酒市场发展前景

8.3 西南地区市场分析

8.3.1 四川省起泡葡萄酒市场分析

(1) 四川省起泡葡萄酒市场销售情况

(2) 四川省起泡葡萄酒市场价格监测

(3) 四川省起泡葡萄酒市场竞争分析

(4) 四川省起泡葡萄酒市场发展前景

8.3.2 贵州省起泡葡萄酒市场分析

(1) 贵州省起泡葡萄酒市场销售情况

(2) 贵州省起泡葡萄酒市场价格监测

(3) 贵州省起泡葡萄酒市场竞争分析

(4) 贵州省起泡葡萄酒市场发展前景

8.3.3 云南省起泡葡萄酒市场分析

(1) 云南省起泡葡萄酒市场销售情况

(2) 云南省起泡葡萄酒市场价格监测

(3) 云南省起泡葡萄酒市场竞争分析

(4) 云南省起泡葡萄酒市场发展前景

8.4 其他地区市场分析

第九章 起泡葡萄酒市场消费者调查分析

9.1 起泡葡萄酒需求空间与比较

9.1.1 起泡葡萄酒消费与国际人均的比较

9.1.2 起泡葡萄酒需求结构与转型

9.1.3 起泡葡萄酒需求空间测算

9.2 政商务起泡葡萄酒消费空间

9.2.1 中国政商务消费政策

9.2.2 中国政商务起泡葡萄酒消费规模

9.2.3 中国政商务起泡葡萄酒消费特点

9.3 普通居民消费空间

9.3.1 中国起泡葡萄酒居民消费调研

9.3.2 起泡葡萄酒产品样本区域消费调查

(1) 北京起泡葡萄酒消费者需求调查

(2) 上海起泡葡萄酒消费者需求调查

(3) 广州起泡葡萄酒消费者需求调查

(4) 成都起泡葡萄酒消费者需求调查

(5) 重庆起泡葡萄酒消费者需求调查

(6) 武汉起泡葡萄酒消费者需求调查

第十章 中国起泡葡萄酒上游供应市场分析

10.1 发酵酒精市场分析

10.1.1 发酵酒精产量规模分析

10.1.2 发酵酒精生产企业分析

10.1.3 发酵酒精新增产能分析

10.1.4 发酵酒精价格走势分析

10.1.5 发酵酒精市场趋势分析

10.2 酿酒原料市场分析

10.2.1 酿酒原料产量规模分析

10.2.2 酿酒原料生产企业分析

10.2.3 酿酒原料新增产能分析

10.2.4 酿酒原料价格走势分析

10.2.5 酿酒原料市场趋势分析

10.3 酿酒设备市场分析

10.3.1 酿酒设备产量规模分析

10.3.2 酿酒设备生产企业分析

10.3.3 酿酒设备新增产能分析

10.3.4 酿酒设备价格走势分析

10.3.5 酿酒设备市场趋势分析

第十一章 中国起泡葡萄酒行业细分产品分析

- 11.1 起泡葡萄酒行业细分产品一分析
 - 11.1.1 细分产品一应用特点分析
 - 11.1.2 细分产品一生产工艺流程
 - 11.1.3 细分产品一产量规模分析
 - 11.1.4 细分产品一市场需求分析
 - 11.1.5 细分产品一价格走势分析
 - 11.1.6 细分产品一市场规模预测
- 11.2 起泡葡萄酒行业细分产品二市场分析
 - 11.2.1 细分产品二应用特点分析
 - 11.2.2 细分产品二生产工艺流程
 - 11.2.3 细分产品二产量规模分析
 - 11.2.4 细分产品二市场需求分析
 - 11.2.5 细分产品二价格走势分析
 - 11.2.6 细分产品二市场规模预测
- 11.3 起泡葡萄酒行业细分产品三分析
 - 11.3.1 细分产品三应用特点分析
 - 11.3.2 细分产品三生产工艺流程
 - 11.3.3 细分产品三产量规模分析
 - 11.3.4 细分产品三市场需求分析
 - 11.3.5 细分产品三价格走势分析
 - 11.3.6 细分产品三市场规模预测

第十二章 中国起泡葡萄酒行业中下游市场分析

- 12.1 起泡葡萄酒包装发展前景分析
 - 12.1.1 起泡葡萄酒包装容量预测
 - 12.1.2 起泡葡萄酒包装重点项目分析
 - 12.1.3 起泡葡萄酒包装企业分布分析
 - 12.1.4 起泡葡萄酒包装竞争现状分析
 - 12.1.5 起泡葡萄酒包装投资机会分析
- 12.2 起泡葡萄酒流通发展前景分析
 - 12.2.1 起泡葡萄酒流通容量预测
 - 12.2.2 起泡葡萄酒流通重点项目分析

12.2.3 起泡葡萄酒流通企业分布分析

12.2.4 起泡葡萄酒流通竞争现状分析

12.2.5 起泡葡萄酒流通投资机会分析

12.3 起泡葡萄酒零售发展前景分析

12.3.1 起泡葡萄酒零售容量预测

12.3.2 起泡葡萄酒零售重点项目分析

12.3.3 起泡葡萄酒零售企业分布分析

12.3.4 起泡葡萄酒零售竞争现状分析

12.3.5 起泡葡萄酒零售投资机会分析

第四部分 前景预测篇

第十三章 起泡葡萄酒行业发展前景分析预测

13.1 2015-2020年起泡葡萄酒市场发展前景

13.1.1 2015-2020年起泡葡萄酒市场发展潜力

13.1.2 2015-2020年起泡葡萄酒市场发展前景展望

13.1.3 2015-2020年起泡葡萄酒酒类行业发展前景分析

13.2 2015-2020年起泡葡萄酒市场发展趋势预测

13.2.1 2015-2020年起泡葡萄酒行业发展趋势

(1) 技术发展趋势分析

(2) 产品发展趋势分析

13.2.2 2015-2020年起泡葡萄酒市场规模预测

(1) 起泡葡萄酒行业市场容量预测

(2) 起泡葡萄酒行业销售收入预测

13.2.3 2015-2020年起泡葡萄酒行业应用趋势预测

13.2.4 2015-2020年细分市场发展趋势预测

13.3 2015-2020年中国起泡葡萄酒行业供需预测

13.3.1 2015-2020年中国起泡葡萄酒行业供给预测

13.3.2 2015-2020年中国起泡葡萄酒行业产量预测

13.3.3 2015-2020年中国起泡葡萄酒市场销量预测

13.3.4 2015-2020年中国起泡葡萄酒行业需求预测

13.3.5 2015-2020年中国起泡葡萄酒行业供需平衡预测

第十四章 起泡葡萄酒行业投资价值分析评估

14.1 起泡葡萄酒行业投资特性分析

14.1.1 起泡葡萄酒行业进入壁垒分析

14.1.2 起泡葡萄酒行业盈利模式分析

14.1.3 起泡葡萄酒行业盈利因素分析

14.2 2015-2020年起泡葡萄酒行业发展的影响因素

14.2.1 有利因素

14.2.2 不利因素

14.3 2015-2020年起泡葡萄酒行业投资价值评估分析

14.3.1 行业投资效益分析

14.3.2 产业发展的空白点分析

14.3.3 投资回报率比较高的投资方向

14.3.4 新进入者应注意的障碍因素

第十五章 起泡葡萄酒行业投资机会与风险防范

15.1 起泡葡萄酒行业投融资情况

15.1.1 行业资金渠道分析

15.1.2 固定资产投资分析

15.1.3 兼并重组情况分析

15.1.4 起泡葡萄酒行业投资现状分析

(1) 起泡葡萄酒产业投资经历的阶段

(2) 2013年起泡葡萄酒行业投资状况回顾

(3) 2013年中国起泡葡萄酒行业风险投资状况

(4) 2014年中国起泡葡萄酒行业的投资态势

15.2 2015-2020年起泡葡萄酒行业投资机会

15.2.1 产业链投资机会

15.2.2 细分市场投资机会

15.2.3 重点区域投资机会

15.2.4 起泡葡萄酒行业投资机遇

15.3 2015-2020年起泡葡萄酒行业投资风险及防范

15.3.1 政策风险及防范

15.3.2 技术风险及防范

15.3.3 供求风险及防范

15.3.4 宏观经济波动风险及防范

15.3.5 关联产业风险及防范

15.3.6 产品结构风险及防范

15.3.7 其他风险及防范

15.4 中国起泡葡萄酒行业投资建议

15.4.1 起泡葡萄酒行业未来发展方向

15.4.2 投资建议

15.4.3 中国起泡葡萄酒企业融资分析

(1) 中国起泡葡萄酒企业IPO融资分析

(2) 中国起泡葡萄酒企业再融资分析

第五部分 企业策略篇

第十六章 起泡葡萄酒行业重点企业经营分析

16.1 起泡葡萄酒企业发展总体状况分析

16.1.1 起泡葡萄酒企业规模分析

16.1.2 起泡葡萄酒行业销售收入分析

16.1.3 起泡葡萄酒行业销售利润分析

16.1.4 主要起泡葡萄酒企业创新能力分析

16.2 起泡葡萄酒行业领先企业个案分析

16.2.1 企业一经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

(7) 企业产品结构及新产品动向

(8) 企业销售渠道与网络

(9) 企业经营状况优劣势分析

(10) 企业投资兼并与重组分析

(11) 企业最新发展动向分析

16.2.2 企业二经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构及新产品动向
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营状况优劣势分析
- (10) 企业投资兼并与重组分析
- (11) 企业最新发展动向分析

16.2.3 企业三经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构及新产品动向
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营状况优劣势分析
- (10) 企业投资兼并与重组分析
- (11) 企业最新发展动向分析

16.2.4 企业四经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构及新产品动向

- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业发展战略分析
- (10) 企业经营状况优劣势分析
- (11) 企业投资兼并与重组分析
- (12) 企业最新发展动向分析

16.2.5 企业五经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产销能力分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构及新产品动向
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营状况优劣势分析
- (10) 企业最新发展动向分析

第十七章 起泡葡萄酒企业发展策略分析

17.1 起泡葡萄酒行业面临的困境

17.1.1 起泡葡萄酒行业发展的主要困境

17.1.2 制约酒业发展的瓶颈

17.2.3 中国酒业集中度较低

17.2 起泡葡萄酒企业面临的困境及对策

17.2.1 重点起泡葡萄酒企业面临的困境及对策

- (1) 重点起泡葡萄酒企业面临的困境
- (2) 重点起泡葡萄酒企业对策探讨

17.2.2 中小起泡葡萄酒企业发展困境及策略分析

- (1) 中小起泡葡萄酒企业面临的困境
- (2) 中小起泡葡萄酒企业对策探讨

17.2.3 国内起泡葡萄酒企业的出路分析

17.3 中国起泡葡萄酒行业存在的问题及对策

17.3.1 中国起泡葡萄酒行业存在的问题

(1) 中国起泡葡萄酒面临成长困境

(2) 中国起泡葡萄酒需要强势品牌

17.3.2 起泡葡萄酒行业发展的建议对策

(1) 把握国家投资的契机

(2) 竞争性战略联盟的实施

(3) 企业自身应对策略

17.3.3 市场的重点客户战略实施

(1) 实施重点客户战略的必要性

(2) 合理确立重点客户

(3) 重点客户战略管理

(4) 重点客户管理功能

第十八章 博思数据关于起泡葡萄酒行业研究结论及建议

18.1 报告研究结论

18.2 投资建议

图表目录

图表：起泡葡萄酒行业生命周期

图表：2012-2014年全球起泡葡萄酒行业市场规模

图表：2012-2014年中国起泡葡萄酒行业市场规模

图表：2012-2014年起泡葡萄酒行业竞争力分析

图表：2012-2014年起泡葡萄酒市场价格走势

图表：2012-2014年饮料酒行业主营收入

图表：2012-2014年饮料酒行业主营成本

图表：2012-2014年饮料酒行业营业费用

图表：2012-2014年饮料酒行业利润总额

图表：2012-2014年饮料酒行业产成品

图表：2012-2014年饮料酒行业工业销售产值

图表：2012-2014年起泡葡萄酒出口情况

图表：2012-2014年起泡葡萄酒进口情况

图表：2012-2014年起泡葡萄酒市场规模

图表：2012-2014年公务市场起泡葡萄酒市场规模

图表：2012-2014年商务市场起泡葡萄酒市场规模
图表：2012-2014年个人市场起泡葡萄酒市场规模
图表：2015-2020年起泡葡萄酒销售收入预测
图表：2015-2020年起泡葡萄酒产量预测
图表：2015-2020年起泡葡萄酒销量预测
图表：2015-2020年起泡葡萄酒产销率预测
图表：2015-2020年起泡葡萄酒行业工业总产值预测
图表：2015-2020年起泡葡萄酒行业产成品预测
图表：2015-2020年起泡葡萄酒行业工业销售产值预测
图表：2015-2020年起泡葡萄酒行业主营业务收入预测
图表：2015-2020年起泡葡萄酒行业主营业务成本预测
图表：2015-2020年起泡葡萄酒行业总资产预测
图表：2015-2020年起泡葡萄酒行业利润总额预测
图表：2015-2020年起泡葡萄酒市场规模预测
图表：2015-2020年公务市场起泡葡萄酒市场规模预测
图表：2015-2020年商务市场起泡葡萄酒市场规模预测
图表：2015-2020年个人市场起泡葡萄酒市场规模预测
略……

本研究咨询报告由博思数据领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家工信部、国家海关总署、国家发改委、国务院发展研究中心、IWIA、Sansheng Consulting、International Sommelier Guild、中国酒业协会、中国酒类流通协会、中国酒文化协会、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对我国起泡葡萄酒及酿酒行业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、发展趋势、新产品与技术等进行了分析，并重点分析了我国起泡葡萄酒行业发展状况和特点，以及中国起泡葡萄酒行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球的起泡葡萄酒行业发展态势作了详细分析，并对起泡葡萄酒行业进行了趋向研判，是酿酒生产、流通、零售企业，科研、投资机构等单位准确了解目前起泡葡萄酒业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/yanjiu1503/4932710BK7.html>