



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2010-2015年葡萄酒行业发展前景分析及投资风险预测报告

## 一、调研说明

《2010-2015年葡萄酒行业发展前景分析及投资风险预测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/149505.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

2009年，在经济回暖和消费市场升级的带动下，食品饮料行业的产量保持良好的增长态势，2009年全年葡萄酒产量为96万吨，增速27.63%，较2008年回升3.8个百分点。单月来看，葡萄酒12月产量为13.24万吨，同比上升72.78%，较11月的增速继续提升15个百分点。从2009年5月开始，葡萄酒的产量开始转正，进入四季度，葡萄酒的产量增速一度超过白酒，成为酿酒行业中的领头羊。2010年1-2月，葡萄酒的累积产量为14.33万吨，同比增长18.01%，增速较去年同期上升23.19个百分点。2010年葡萄酒销售复苏势头稳定，产销量保持增长。葡萄酒1月单月产量为7.15万吨，同比增长6.12%；2月单月产量为7.18万吨，同比增长32.83%，增速较去年同期均有所增长。数据表明国内葡萄酒的销售增长势头稳定。国内葡萄酒市场增长空间较大，预计未来两年葡萄酒将持续保持较快的增长。虽然近期进口葡萄酒的数量有所上升，但由于进口葡萄酒在品牌影响力和渠道建设上仍存在一定的不足，短期内对国内龙头企业葡萄酒销售的负面影响将较小。2010年成都春季糖酒会的成功召开，葡萄酒行业的快速增长，都显示了经济回暖、居民收入增长所进入的消费升级时代。目前中国人均葡萄酒年消费量是1.1kg，而全球平均水平是3.9kg，只是全球平均数的1/3，中国葡萄酒市场还存在非常大的空间。并随着居民收入提高后对健康意识的提升，也有助于葡萄酒消费的持续快速增长。

2010-2015年，中国葡萄酒行业也将迎来迅速地发展和深刻地变化。国外原酒的采购（包括通过跨国收购酒庄、葡萄园、原辅材料和设备供应商手段获得原料）和国际市场的渗透（海外设立分支机构和生产性企业），这两个变化趋势将使中国葡萄酒行业进一步融入产业的全球化链条之中。企业在市场上最基本的竞争载体是产品，随着竞争升级，价格、渠道、传播、品牌、服务和资本等手段会被成熟企业逐渐采用，现代企业之间最高级的竞争手段就是通过资本运营来实现企业利润的最大化并获得持久的竞争优势。作为一种较高水平的竞争手段，资本并购已经逐渐成为中外巨头逐鹿葡萄酒市场的利器。通过资本来拓展业务进而提高企业的竞争能力，是各行业巨头应对竞争的有效手段。而在中国葡萄酒行业已经不乏这样的巨型航母，它们的扩张之路将为资本并购留下巨大的遐想空间。随着国内经济发展和民众消费能力的提高，消费者对葡萄酒产品的消费观念将会变得越来越开放，不论是国产葡萄酒还是进口葡萄酒，只要具有良好的性价比都会成为消费者的理性选择。而且，国外葡萄酒进入中国市场，是对国内葡萄酒市场消费的有益补充，它丰富了市场供给，能够满足消费者多样化的需求。而且，通过与国内葡萄酒产品的竞争，还能够为消费者带来更多的利益组合。这使得国内企业不仅仅要关注产品概念的开发与传播，还要重视产品质量本身，用更为规范的工艺与策略来开发与引导市场消费。电子商务也将成为企业日常运营和获得竞争优势的有效手段；酒类企业也将从顾客精神或者心理层面来与市场沟通；中外合作的手段会更为丰富等

都将是未来营销环境中的可能因素。未来，中国葡萄酒行业将会发生深刻地变化。只有审时度势的企业才能能够在新的竞争环境中站稳脚跟，获得长足的竞争优势。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家海关总署、国家信息中心、中国葡萄酒协会、中国食品工业协会、中国酿酒工业协会、《中国酒》、糖酒快讯、国内外相关刊物杂志的基础信息以及葡萄酒研究单位等公布和提供的大量资料，结合对葡萄酒相关企业的实地调查，对我国葡萄酒行业发展现状与前景、市场竞争格局与形势、赢利水平与企业发展、投资策略与风险预警、发展趋势与规划建议等进行深入研究，并重点分析了葡萄酒行业的前景与风险。报告揭示了葡萄酒市场潜在需求与潜在机会，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

## 目录

## CONTENTS

### 第一部分 发展现状与前景分析

#### 第一章 全球葡萄酒行业发展分析

##### 第一节 2009年全球葡萄酒市场分析

###### 一、2009年全球葡萄酒市场回顾

###### 二、2009年全球葡萄酒市场环境

###### 三、2009年全球葡萄酒销售分析

###### 四、2009年全球葡萄酒市场规模

##### 第二节 2010年全球葡萄酒市场分析

###### 一、2010年全球葡萄酒需求分析

###### 二、2010年全球葡萄酒市场规模

###### 三、2010年全球葡萄酒品牌分析

###### 四、2010年中外葡萄酒市场对比

##### 第三节 部分国家地区葡萄酒行业发展状况

###### 一、2009-2010年美国葡萄酒行业发展分析

###### 二、2009-2010年欧洲葡萄酒行业发展分析

###### 三、2009-2010年日本葡萄酒行业发展分析

###### 四、2009-2010年韩国葡萄酒行业发展分析

## 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

#### 一、葡萄酒行业品牌发展现状

#### 二、葡萄酒行业消费市场现状

#### 三、葡萄酒市场消费层次分析

#### 四、我国葡萄酒市场走向分析

### 第二节 我国葡萄酒行业发展状况

#### 一、2009年中国葡萄酒行业发展回顾

#### 二、2009年葡萄酒行业发展情况分析

#### 三、2009年我国葡萄酒市场特点分析

#### 四、2010年我国葡萄酒市场发展分析

### 第三节 中国葡萄酒行业供需分析

#### 一、2009年中国葡萄酒市场供给总量分析

#### 二、2009年中国葡萄酒市场供给结构分析

#### 三、2010年中国葡萄酒市场需求总量分析

#### 四、2010年中国葡萄酒市场需求结构分析

#### 五、2010年中国葡萄酒市场供需平衡分析

## 第三章 中国葡萄酒行业经济运行分析

### 第一节 2009-2010年葡萄酒行业运行情况分析

#### 一、2009年葡萄酒行业经济指标分析

#### 二、2010年葡萄酒行业经济指标分析

### 第二节 2009-2010年葡萄酒行业产量分析

#### 一、2009年我国葡萄酒产品产量分析

#### 二、2010年我国葡萄酒产品产量分析

### 第三节 2009年葡萄酒行业进出口分析

#### 一、2009年葡萄酒行业进口总量及价格

#### 二、2009年葡萄酒行业出口总量及价格

#### 三、2009年葡萄酒行业进出口数据统计

#### 四、2010-2015年葡萄酒进出口态势展望

## 第四章 中国葡萄酒消费市场分析

## 第一节 葡萄酒行业产品目标客户群体调查

### 一、不同收入水平消费者偏好调查

### 二、不同年龄的消费者偏好调查

### 三、不同地区的消费者偏好调查

## 第二节 葡萄酒市场消费需求分析

### 一、葡萄酒市场的消费需求变化

### 二、葡萄酒行业的需求情况分析

### 三、2010年葡萄酒品牌市场消费需求分析

## 第三节 葡萄酒消费市场状况分析

### 一、葡萄酒行业消费特点

### 二、葡萄酒消费者分析

### 三、葡萄酒消费结构分析

### 四、葡萄酒消费的市场变化

### 五、葡萄酒市场的消费方向

## 第四节 葡萄酒行业产品的品牌市场调查

### 一、消费者对行业品牌认知度宏观调查

### 二、消费者对行业产品的品牌偏好调查

### 三、消费者对行业品牌的首要认知渠道

### 四、消费者经常购买的品牌调查

### 五、葡萄酒行业品牌忠诚度调查

### 六、葡萄酒行业品牌市场占有率调查

### 七、消费者的消费理念调研

## 第五章 中国葡萄酒行业区域市场分析

### 第一节 华北地区葡萄酒行业分析

#### 一、2009-2010年行业发展现状分析

#### 二、2009-2010年市场规模情况分析

#### 三、2010-2015年市场需求情况分析

#### 四、2010-2015年行业发展前景预测

#### 五、2010-2015年行业投资风险预测

### 第二节 东北地区葡萄酒行业分析

#### 一、2009-2010年行业发展现状分析

- 二、2009-2010年市场规模情况分析
- 三、2010-2015年市场需求情况分析
- 四、2010-2015年行业发展前景预测
- 五、2010-2015年行业投资风险预测

### 第三节 华东地区葡萄酒行业分析

- 一、2009-2010年行业发展现状分析
- 二、2009-2010年市场规模情况分析
- 三、2010-2015年市场需求情况分析
- 四、2010-2015年行业发展前景预测
- 五、2010-2015年行业投资风险预测

### 第四节 华南地区葡萄酒行业分析

- 一、2009-2010年行业发展现状分析
- 二、2009-2010年市场规模情况分析
- 三、2010-2015年市场需求情况分析
- 四、2010-2015年行业发展前景预测
- 五、2010-2015年行业投资风险预测

### 第五节 华中地区葡萄酒行业分析

- 一、2009-2010年行业发展现状分析
- 二、2009-2010年市场规模情况分析
- 三、2010-2015年市场需求情况分析
- 四、2010-2015年行业发展前景预测
- 五、2010-2015年行业投资风险预测

### 第六节 西南地区葡萄酒行业分析

- 一、2009-2010年行业发展现状分析
- 二、2009-2010年市场规模情况分析
- 三、2010-2015年市场需求情况分析
- 四、2010-2015年行业发展前景预测
- 五、2010-2015年行业投资风险预测

### 第七节 西北地区葡萄酒行业分析

- 一、2009-2010年行业发展现状分析
- 二、2009-2010年市场规模情况分析
- 三、2010-2015年市场需求情况分析

四、2010-2015年行业发展前景预测

五、2010-2015年行业投资风险预测

## 第六章 葡萄酒行业投资与发展前景分析

### 第一节 2009年葡萄酒行业投资情况分析

一、2009年葡萄酒行业总体投资结构

二、2009年葡萄酒行业投资规模情况

三、2009年葡萄酒行业投资增速情况

四、2009年葡萄酒分行业投资分析

五、2009年葡萄酒分地区投资分析

### 第二节 葡萄酒行业投资机会分析

一、葡萄酒投资项目分析

二、可以投资的葡萄酒模式

三、2010年葡萄酒投资机会

四、2010年葡萄酒细分行业投资机会

五、2010年葡萄酒投资新方向

### 第三节 葡萄酒行业发展前景分析

一、葡萄酒市场发展前景分析

二、我国葡萄酒市场蕴藏的商机

三、后危机时代葡萄酒市场的发展前景

四、2010年葡萄酒市场面临的发展商机

五、2010-2015年葡萄酒市场面临的发展商机

## 第二部分 市场竞争格局与形势

## 第七章 葡萄酒行业竞争格局分析

### 第一节 葡萄酒行业集中度分析

一、葡萄酒市场集中度分析

二、葡萄酒企业集中度分析

三、葡萄酒区域集中度分析

### 第二节 葡萄酒行业主要企业竞争力分析

一、重点企业资产总计对比分析

二、重点企业从业人员对比分析



三、重点企业全年营业收入对比分析

四、重点企业利润总额对比分析

五、重点企业综合竞争力对比分析

第三节 葡萄酒行业竞争格局分析

一、2009年葡萄酒行业竞争分析

二、2009年中外葡萄酒产品竞争分析

三、2009-2010年国内外葡萄酒竞争分析

四、2009-2010年我国葡萄酒市场竞争分析

五、2009-2010年我国葡萄酒市场集中度分析

六、2010-2015年国内主要葡萄酒企业动向

第八章 2010-2015年中国葡萄酒行业发展形势分析

第一节 葡萄酒行业发展概况

一、葡萄酒行业发展特点分析

二、葡萄酒行业投资现状分析

三、葡萄酒行业总产值分析

四、葡萄酒行业技术发展分析

第二节 2009-2010年葡萄酒行业市场情况分析

一、葡萄酒行业市场发展分析

二、葡萄酒市场存在的问题

三、葡萄酒市场规模分析

第三节 2009-2010年葡萄酒产销状况分析

一、葡萄酒产量分析

二、葡萄酒产能分析

三、葡萄酒市场需求状况分析

第四节 产品发展趋势预测

一、产品发展新动态

二、技术新动态

三、产品发展趋势预测

第三部分 赢利水平与企业分析

第九章 中国葡萄酒行业整体运行指标分析

## 第一节 2009-2010年中国葡萄酒行业总体规模分析

### 一、企业数量结构分析

### 二、行业生产规模分析

## 第二节 2009-2010年中国葡萄酒行业产销分析

### 一、行业产成品情况总体分析

### 二、行业产品销售收入总体分析

## 第三节 2009-2010年中国葡萄酒行业财务指标总体分析

### 一、行业盈利能力分析

### 二、行业偿债能力分析

### 三、行业营运能力分析

### 四、行业发展能力分析

## 第十章 葡萄酒行业赢利水平分析

### 第一节 成本分析

#### 一、2009-2010年葡萄酒原材料价格走势

#### 二、2009-2010年葡萄酒行业人工成本分析

### 第二节 产销运存分析

#### 一、2009-2010年葡萄酒行业产销情况

#### 二、2009-2010年葡萄酒行业库存情况

#### 三、2009-2010年葡萄酒行业资金周转情况

### 第三节 盈利水平分析

#### 一、2009-2010年葡萄酒行业价格走势

#### 二、2009-2010年葡萄酒行业营业收入情况

#### 三、2009-2010年葡萄酒行业毛利率情况

#### 四、2009-2010年葡萄酒行业赢利能力

#### 五、2009-2010年葡萄酒行业赢利水平

#### 六、2010-2015年葡萄酒行业赢利预测

## 第十一章 葡萄酒行业盈利能力分析

### 第一节 2009-2010年中国葡萄酒行业利润总额分析

#### 一、利润总额分析

#### 二、不同规模企业利润总额比较分析

### 三、不同所有制企业利润总额比较分析

## 第二节 2009-2010年中国葡萄酒行业销售利润率

### 一、销售利润率分析

### 二、不同规模企业销售利润率比较分析

### 三、不同所有制企业销售利润率比较分析

## 第三节 2009-2010年中国葡萄酒行业总资产利润率分析

### 一、总资产利润率分析

### 二、不同规模企业总资产利润率比较分析

### 三、不同所有制企业总资产利润率比较分析

## 第四节 2009-2010年中国葡萄酒行业产值利税率分析

### 一、产值利税率分析

### 二、不同规模企业产值利税率比较分析

### 三、不同所有制企业产值利税率比较分析

## 第十二章 葡萄酒重点企业发展分析

### 第一节 烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、2009-2010年经营状况

#### 三、2010-2015年盈利能力

#### 四、2010-2015年投资风险

### 第二节 通化葡萄酒股份有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、2009-2010年经营状况

#### 三、2010-2015年盈利能力

#### 四、2010-2015年投资风险

### 第三节 新天国际葡萄酒业有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、2009-2010年经营状况

#### 三、2010-2015年盈利能力

#### 四、2010-2015年投资风险

### 第四节 中粮华夏长城葡萄酒有限公司

#### 一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

#### 第五节 烟台威龙葡萄酒股份有限公司

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

#### 第六节 北京丰收葡萄酒有限公司

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

#### 第七节 甘肃莫高实业发展股份有限公司

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

### 第四部分 投资策略与风险预警

#### 第十三章 葡萄酒行业投资策略分析

##### 第一节 行业发展特征

一、行业的周期性

二、行业的区域性

三、行业的上下游

四、行业经营模式

##### 第二节 行业投资形势分析

一、行业发展格局

二、行业进入壁垒

三、行业SWOT分析

四、行业五力模型分析

##### 第三节 葡萄酒行业投资效益分析

- 一、2009年葡萄酒行业投资状况分析
- 二、2009年葡萄酒行业投资效益分析
- 三、2010-2015年葡萄酒行业投资方向
- 四、2010-2015年葡萄酒行业投资建议

#### 第四节 葡萄酒行业投资策略研究

- 一、2009年葡萄酒行业投资策略
- 二、2010年葡萄酒行业投资策略
- 三、2010-2015年葡萄酒行业投资策略
- 四、2010-2015年葡萄酒细分行业投资策略

### 第十四章 葡萄酒行业投资风险预警

#### 第一节 影响葡萄酒行业发展的主要因素

- 一、2010年影响葡萄酒行业运行的有利因素
- 二、2010年影响葡萄酒行业运行的稳定因素
- 三、2010年影响葡萄酒行业运行的不利因素
- 四、2010年我国葡萄酒行业发展面临的挑战
- 五、2010年我国葡萄酒行业发展面临的机遇

#### 第二节 葡萄酒行业投资风险预警

- 一、2010-2015年葡萄酒行业市场风险预测
- 二、2010-2015年葡萄酒行业政策风险预测
- 三、2010-2015年葡萄酒行业经营风险预测
- 四、2010-2015年葡萄酒行业技术风险预测
- 五、2010-2015年葡萄酒行业竞争风险预测
- 六、2010-2015年葡萄酒行业其他风险预测

### 第五部分 发展趋势与规划建议

#### 第十五章 葡萄酒行业发展趋势分析

##### 第一节 2010-2015年中国葡萄酒市场趋势分析

- 一、2009-2010年我国葡萄酒市场趋势总结
- 二、2010-2015年我国葡萄酒发展趋势分析

##### 第二节 2010-2015年葡萄酒产品发展趋势分析

- 一、2010-2015年葡萄酒产品技术趋势分析

## 二、2010-2015年葡萄酒产品价格趋势分析

### 第三节 2010-2015年中国葡萄酒行业供需预测

#### 一、2008-2012年中国葡萄酒供给预测

#### 二、2010-2015年中国葡萄酒需求预测

#### 三、2010-2015年中国葡萄酒价格预测

### 第四节 2010-2015年葡萄酒行业规划建议

#### 一、葡萄酒行业"十一五"整体规划

#### 二、葡萄酒行业"十二五"规划预测

#### 三、2010-2015年葡萄酒行业规划建议

## 第十六章 葡萄酒企业管理策略建议

### 第一节 市场策略分析

#### 一、葡萄酒价格策略分析

#### 二、葡萄酒渠道策略分析

### 第二节 销售策略分析

#### 一、媒介选择策略分析

#### 二、产品定位策略分析

#### 三、企业宣传策略分析

### 第三节 提高葡萄酒企业竞争力的策略

#### 一、提高中国葡萄酒企业核心竞争力的对策

#### 二、葡萄酒企业提升竞争力的主要方向

#### 三、影响葡萄酒企业核心竞争力的因素及提升途径

#### 四、提高葡萄酒企业竞争力的策略

### 第四节 对我国葡萄酒品牌的战略思考

#### 一、葡萄酒实施品牌战略的意义

#### 二、葡萄酒企业品牌的现状分析

#### 三、我国葡萄酒企业的品牌战略

#### 四、葡萄酒品牌战略管理的策略

## 图表目录

### 图表：葡萄酒产业链分析

### 图表：葡萄酒行业生命周期

图表：2009-2010年中国葡萄酒行业市场规模

图表：2009-2010年全球葡萄酒产业市场规模

图表：2009-2010年葡萄酒重要数据指标比较

图表：2009-2010年中国葡萄酒行业销售情况分析

图表：2009-2010年中国葡萄酒行业利润情况分析

图表：2009-2010年中国葡萄酒行业资产情况分析

图表：2009-2010年中国葡萄酒竞争力分析

图表：2010-2015年中国葡萄酒市场前景预测

图表：2010-2015年中国葡萄酒市场价格走势预测

图表：2010-2015年中国葡萄酒发展前景预测

图表：2001-2009年美国葡萄酒市场销售规模

图表：2010-2015年美国葡萄酒市场销售规模预测

图表：2002-2009年英国葡萄酒市场规模

图表：2002-2009年英国葡萄酒市场占全球和欧洲份额比较

图表：2010-2015年英国葡萄酒市场规模预测

图表：2008-2012年英国葡萄酒市场规模及其预测趋势图

图表：2002-2009年德国葡萄酒市场规模

图表：2002-2009年德国葡萄酒市场占全球和欧洲份额比较

图表：2010-2015年德国葡萄酒市场规模预测

图表：2008-2012年德国葡萄酒市场规模及其预测趋势图

图表：2002-2009年日本葡萄酒市场规模

图表：2002-2009年日本葡萄酒市场占全球和亚洲份额比较

图表：2010-2015年日本葡萄酒市场规模预测

图表：2010-2015年日本葡萄酒市场规模趋预测势图

图表：2002-2009年中国葡萄酒市场规模

图表：2002-2009年中国葡萄酒市场占全球和亚洲份额比较

图表：2010-2015年中国葡萄酒市场规模预测

图表：2010-2015年中国葡萄酒市场规模趋预测势图

图表：2009-2010年3月葡萄酒行业销售成本分析

图表：2009-2010年3月葡萄酒行业销售费用分析

图表：2009-2010年3月葡萄酒行业管理费用分析

图表：2009-2010年3月葡萄酒行业财务费用分析

图表：2009-2010年3月葡萄酒行业销售及利润分析

图表：2009-2010年3月葡萄酒行业销售毛利率分析

图表：2009-2010年3月葡萄酒行业销售利润率分析

图表：2009-2010年3月葡萄酒行业成本费用利润率分析

图表：2009-2010年3月葡萄酒行业总资产利润率分析

图表：2009-2010年3月葡萄酒行业资产分析

图表：2009-2010年3月葡萄酒行业负债分析

图表：2009-2010年3月葡萄酒行业偿债能力分析

图表：2004-2009年国内生产总值及其增长速度

图表：2004-2009年居民消费价格涨跌幅度

图表：2009年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：2004-2009年年末国家外汇储备

图表：2004-2009年税收收入及其增长速度

图表：2004-2009年粮食产量及其增长速度

图表：2004-2009年工业增加值及其增长速度

图表：2009年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2009年规模以上工业企业实现利润及其增长速度

图表：2004-2009年建筑业增加值及其增长速度

图表：2004-2009年固定资产投资及其增长速度

图表：2009年分行业城镇固定资产投资及其增长速度

图表：2009年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2009年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：2004-2009年社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2009年货物进出口总额及其增长速度

图表：2009年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表：2009年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表：2009年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度

图表：2004-2009年货物进出口总额及其增长速度

图表：2009年分行业外商直接投资及其增长速度

图表：2009年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表：2009年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度

图表：2004-2009年年末电话用户数



图表：2009年全部金融机构本外币存贷款及其增长速度

图表：2004-2009年城乡居民人民币储蓄存款余额及其增长速度

图表：2004-2009年年末各类教育招生人数

图表：2009年人口数及其构成

图表：2004-2009年农村居民收入及其增长速度

图表：2004-2009年城镇居民可支配收入及其增长速度

图表：2009-2010年3月全国居民消费价格指数

图表：2009-2010年3月工业品出厂价格指数

图表：2009年1-12月我国葡萄酒产品进口数据

图表：2009年1-12月我国葡萄酒产品出口数据

图表：2009年1月我国葡萄酒产品进口数据

图表：2009年1月我国葡萄酒产品出口数据

图表：2009年2月我国葡萄酒产品进口数据

图表：2009年2月我国葡萄酒产品出口数据

图表：2009年3月我国葡萄酒产品进口数据

图表：2009年3月我国葡萄酒产品出口数据

图表：2009年4月我国葡萄酒产品进口数据

图表：2009年4月我国葡萄酒产品出口数据

图表：2009年5月我国葡萄酒产品进口数据

图表：2009年5月我国葡萄酒产品出口数据

图表：2009年6月我国葡萄酒产品进口数据

图表：2009年6月我国葡萄酒产品出口数据

图表：2009年7月我国葡萄酒产品进口数据

图表：2009年7月我国葡萄酒产品出口数据

图表：2009年8月我国葡萄酒产品进口数据

图表：2009年8月我国葡萄酒产品出口数据

图表：2009年9月我国葡萄酒产品进口数据

图表：2009年9月我国葡萄酒产品出口数据

图表：2009年10月我国葡萄酒产品进口数据

图表：2009年10月我国葡萄酒产品出口数据

图表：2009年11月我国葡萄酒产品进口数据

图表：2009年11月我国葡萄酒产品出口数据

图表：2009年12月我国葡萄酒产品进口数据

图表：2009年12月我国葡萄酒产品出口数据

图表：2009-2010年3月中国葡萄酒行业国有企业工业数据

图表：2009-2010年3月中国葡萄酒行业集体企业工业数据

图表：2009-2010年3月中国葡萄酒行业股份合作制企业工业数据

图表：2009-2010年3月中国葡萄酒行业股份制企业工业数据

图表：2009-2010年3月中国葡萄酒行业私营企业工业数据

图表：2009-2010年3月中国葡萄酒行业外商和港澳台投资企业工业数据

图表：2009-2010年3月中国葡萄酒行业其他类型企业工业数据

图表：2009-2010年3月中国不同所有制葡萄酒企业累计工业总产值对比

图表：2009-2010年3月中国不同所有制葡萄酒企业累计产品销售收入对比

图表：2009-2010年3月中国不同所有制葡萄酒企业累计资产总计对比

图表：2009-2010年3月中国不同所有制葡萄酒企业累计利润总额对比

图表：2009-2010年3月中国不同所有制葡萄酒企业累计工业总产值增长对比

图表：2009-2010年3月中国不同所有制葡萄酒企业累计产品销售收入增长对比

图表：2009-2010年3月中国不同所有制葡萄酒企业累计利润总额增长对比

图表：2009-2010年3月中国不同所有制葡萄酒企业产销率对比

图表：2009-2010年3月中国不同所有制葡萄酒企业流动资产周转次数对比

图表：2009-2010年3月中国不同所有制葡萄酒企业人均销售率对比

图表：2009-2010年3月中国不同所有制葡萄酒企业亏损面对比

图表：2009-2010年3月中国不同所有制葡萄酒企业销售利润率对比

图表：2009-2010年3月中国不同所有制葡萄酒企业资金利税率对比

图表：2009年1-12月葡萄酒产品产量全国统计

图表：2009年1-12月葡萄酒产品产量北京市统计

图表：2009年1-12月葡萄酒产品产量天津市统计

图表：2009年1-12月葡萄酒产品产量河北省统计

图表：2009年1-12月葡萄酒产品产量内蒙古统计

图表：2009年1-12月葡萄酒产品产量辽宁省统计

图表：2009年1-12月葡萄酒产品产量吉林省统计

图表：2009年1-12月葡萄酒产品产量黑龙江统计

图表：2009年1-12月葡萄酒产品产量上海市统计

图表：2009年1-12月葡萄酒产品产量江苏省统计

图表：2009年1-12月葡萄酒产品产量浙江省统计

图表：2009年1-12月葡萄酒产品产量安徽省统计

图表：2009年1-12月葡萄酒产品产量福建省统计

图表：2009年1-12月葡萄酒产品产量江西省统计

图表：2009年1-12月葡萄酒产品产量山东省统计

图表：2009年1-12月葡萄酒产品产量河南省统计

图表：2009年1-12月葡萄酒产品产量湖北省统计

图表：2009年1-12月葡萄酒产品产量湖南省统计

图表：2009年1-12月葡萄酒产品产量广东省统计

图表：2009年1-12月葡萄酒产品产量广西区统计

图表：2009年1-12月葡萄酒产品产量海南省统计

图表：2009年1-12月葡萄酒产品产量四川省统计

图表：2009年1-12月葡萄酒产品产量云南省统计

图表：2009年1-12月葡萄酒产品产量陕西省统计

图表：2009年1-12月葡萄酒产品产量甘肃省统计

图表：2009年1-12月葡萄酒产品产量青海省统计

图表：2009年1-12月葡萄酒产品产量宁夏区统计

图表：2009年1-12月葡萄酒产品产量新疆区统计

图表：2010年1-3月葡萄酒产品产量全国统计

图表：2010年1-3月葡萄酒产品产量北京市统计

图表：2010年1-3月葡萄酒产品产量天津市统计

图表：2010年1-3月葡萄酒产品产量河北省统计

图表：2010年1-3月葡萄酒产品产量内蒙古统计

图表：2010年1-3月葡萄酒产品产量辽宁省统计

图表：2010年1-3月葡萄酒产品产量吉林省统计

图表：2010年1-3月葡萄酒产品产量黑龙江统计

图表：2010年1-3月葡萄酒产品产量上海市统计

图表：2010年1-3月葡萄酒产品产量江苏省统计

图表：2010年1-3月葡萄酒产品产量浙江省统计

图表：2010年1-3月葡萄酒产品产量安徽省统计

图表：2010年1-3月葡萄酒产品产量福建省统计

图表：2010年1-3月葡萄酒产品产量江西省统计

图表：2010年1-3月葡萄酒产品产量山东省统计

图表：2010年1-3月葡萄酒产品产量河南省统计

图表：2010年1-3月葡萄酒产品产量湖北省统计

图表：2010年1-3月葡萄酒产品产量湖南省统计

图表：2010年1-3月葡萄酒产品产量广东省统计

图表：2010年1-3月葡萄酒产品产量广西区统计

图表：2010年1-3月葡萄酒产品产量海南省统计

图表：2010年1-3月葡萄酒产品产量四川省统计

图表：2010年1-3月葡萄酒产品产量云南省统计

图表：2010年1-3月葡萄酒产品产量陕西省统计

图表：2010年1-3月葡萄酒产品产量甘肃省统计

图表：2010年1-3月葡萄酒产品产量青海省统计

图表：2010年1-3月葡萄酒产品产量宁夏区统计

图表：2010年1-3月葡萄酒产品产量新疆区统计

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/149505.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

### 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

#### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。