



艾凯咨询
ICAN Consulting

2010-2015年中国红酒行业发展 前景深度预测及战略投资风险分 析报告

一、调研说明

《2010-2015年中国红酒行业发展前景深度预测及战略投资风险分析报告》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/158293.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

摘要：

进入二十一世纪以来，随着我国国民经济的高速发展，我国红酒行业保持了多年高速增长，并随着我国加入WTO。近年来，红酒行业的出口也形势喜人。2008年，全球金融危机爆发，我国流苏包行业发展也遇到了一些困难，如国内需求下降，出口减少等，红酒行业普遍出现了经营不景气和利润下降的局面。2009年，随着我国经济刺激计划出台和全球经济走出低谷，我国红酒行业也逐渐从金融危机的打击中恢复，重新进入良性发展轨道。进入2010年，全球经济复苏的前景面临波折，国内经济结构调整的呼声逐渐升温，贸易保护主义的抬头，红酒行业中技术含量低的人力密集型企业，缺乏品牌的出口导向型企业面临发展危机，而注重培养品牌和技术创新能力较强的企业将占得先机。红酒行业企业如何面对新的经济环境和政策环境，制定适合当前形势和自身特点发展策略与竞争策略，是红酒行业企业在未来两年我国经济结构调整大潮中立于不败之地的关键。本报告也将从宏观和微观环境对我国红酒行业的发展现状，政策环境、竞争策略，投资前景，市场容量，进出口形势等方面进行全面而权威的分析。

本报告内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助红酒行业企业准确把握行业发展动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对红酒行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

第一章 全球红酒行业发展分析

第一节 2009年全球红酒市场分析

- 一、2009年全球红酒市场回顾
- 二、2009年全球红酒市场环境
- 三、2009年全球红酒销售分析
- 四、2009年全球红酒市场规模
- 五、世界著名葡萄酒产区分析

第二节 2010年全球红酒市场分析

- 一、2010年全球红酒需求分析
- 二、2010年全球红酒市场规模
- 三、2010年全球红酒品牌分析

四、2010年中外红酒市场对比

第三节 部分国家地区红酒行业发展状况

- 一、2009-2010年美国红酒行业发展分析
- 二、2009-2010年欧洲红酒行业发展分析
- 三、2009-2010年日本红酒行业发展分析
- 四、2009-2010年韩国红酒行业发展分析
- 五、2009-2010年印度红酒行业发展分析
- 六、2009-2010年澳洲红酒行业发展分析

第二章 我国红酒行业发展现状

第一节 我国红酒行业发展现状

- 一、红酒行业品牌发展现状
- 二、红酒行业消费市场现状
- 三、红酒市场消费层次分析
- 四、我国红酒市场走向分析

第二节 我国红酒行业发展状况

- 一、2009年中国红酒行业发展回顾
- 二、2009年红酒行业发展情况分析
- 三、2009年我国红酒市场特点分析
- 四、2010年我国红酒市场发展分析

第三节 中国红酒行业供需分析

- 一、2009年中国红酒市场供给总量分析
- 二、2009年中国红酒市场供给结构分析
- 三、2010年中国红酒市场需求总量分析
- 四、2010年中国红酒市场需求结构分析
- 五、2010年中国红酒市场供需平衡分析

第三章 中国红酒行业经济运行分析

第一节 2009-2010年红酒行业运行情况分析

- 一、2009年红酒行业经济指标分析
- 二、2010年红酒行业经济指标分析

第二节 2009-2010年红酒行业产量分析

- 一、2009年我国红酒产品产量分析
- 二、2010年我国红酒产品产量分析

第四章 中国红酒消费市场分析

第一节 红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 红酒市场消费需求分析

- 一、红酒市场的消费需求变化
- 二、红酒行业的需求情况分析
- 三、2010年红酒品牌市场消费需求分析

第三节 红酒消费市场状况分析

- 一、红酒行业消费特点
- 二、红酒消费者分析
- 三、红酒消费结构分析
- 四、红酒消费的市场变化
- 五、红酒市场的消费方向

第四节 红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、红酒行业品牌忠诚度调查
- 六、红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 红酒行业投资与发展前景分析

第一节 2009年红酒行业投资情况分析

- 一、2009年红酒行业总体投资结构
- 二、2009年红酒行业投资增速情况
- 三、2009年红酒行业投资模式分析

第二节 红酒行业投资机会分析

一、红酒投资项目分析

二、可以投资的红酒模式

三、2010年红酒投资机会

四、2010年红酒投资新方向

第三节 红酒行业发展前景分析

一、红酒市场发展前景分析

二、我国红酒市场蕴藏的商机

三、后危机时代红酒市场的发展前景

四、2010-2015年红酒市场面临的发展商机

第六章 红酒行业竞争格局分析

第一节 红酒行业集中度分析

一、红酒市场集中度分析

二、红酒企业集中度分析

三、红酒区域集中度分析

第二节 红酒行业竞争格局分析

一、2009年红酒行业竞争分析

二、2009年中外红酒产品竞争分析

三、2009-2010年国内外红酒竞争分析

四、2009-2010年我国红酒市场竞争分析

五、2010-2015年国内主要红酒企业动向

第七章 2010-2015年中国红酒行业发展形势分析

第一节 红酒行业发展概况

一、红酒行业发展特点分析

二、红酒行业投资现状分析

三、红酒行业总产值分析

四、红酒行业技术发展分析

第二节 2009-2010年红酒行业市场情况分析

一、红酒行业市场发展分析

二、红酒市场存在的问题

三、红酒市场规模分析

第三节 2009-2010年红酒产销状况分析

一、红酒产量分析

二、红酒产能分析

三、红酒市场需求状况分析

第八章 中国红酒行业整体运行指标分析

第一节 2009-2010年中国红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年中国红酒行业产销分析

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

第九章 红酒行业赢利水平分析

第一节 成本分析

一、2009-2010年红酒原材料价格走势

二、2009-2010年红酒行业人工成本分析

第二节 产销运存分析

一、2009-2010年红酒行业产销情况

二、2009-2010年红酒行业库存情况

第三节 盈利水平分析

一、2009-2010年红酒行业价格走势

二、2010-2015年红酒行业赢利预测

第十章 红酒行业盈利能力分析

第一节 2009-2010年中国红酒行业利润总额分析

一、不同规模企业利润总额比较分析

二、不同所有制企业利润总额比较分析

第二节 2009-2010年中国红酒行业主营业务收入

一、不同规模企业主营业务收入比较分析

二、不同所有制企业主营业务收入比较分析

第三节 2009-2010年中国红酒行业主营业务成本

一、不同规模企业主营业务成本比较分析

二、不同所有制企业主营业务成本比较分析

第十一章 红酒重点企业发展分析

第一节 长城（中粮酒业有限公司）

一、企业概况 287

二、产品特点 288

三、2009-2010年经营动向

四、子公司分析

五、2010-2015年经营战略分析

第二节 张裕（烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司）

一、企业概况

二、2009-2010年财务分析

三、2009-2010年经营状况

四、2010-2015年经营战略

第三节 王朝（中法合营王朝葡萄酿酒有限公司）

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、企业竞争力分析

四、2010经营动向

第四节 通化（通化葡萄酒股份有限公司）

一、企业概况

二、2009-2010年财务分析

三、2009-2010年经营状况

第五节 威龙（烟台威龙葡萄酒股份有限公司）

一、企业概况

二、企业竞争力分析

第六节 新天（新天国际葡萄酒业）

一、企业概况

二、2009-2010年财务分析

三、2009-2010年经营状况

第七节 丰收（北京丰收葡萄酒有限公司）

一、企业概况

二、发展历程

三、2010经营动向

第八节 云南红（云南红葡萄酒产业集团）

一、企业概况

二、发展历程

三、近期经营动向

第九节 香格里拉（云南香格里拉酒业股份有限公司）

一、企业概况

二、近期经营动向

三、产品简介

第十节 华夏五千年（北京昌黎华夏葡萄酒有限公司）

一、企业概况

二、企业竞争力分析

第十二章 红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

第三节 红酒行业投资策略研究

一、2009年红酒行业投资策略

二、2010年红酒行业投资策略8

三、2010-2015年红酒行业投资策略

四、2010-2015年红酒细分行业投资策略

第十三章 红酒行业投资风险分析 353

第一节 影响红酒行业发展的主要因素 353

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

第二节 红酒行业投资风险预警

- 一、2010-2015年红酒行业市场风险预测
- 二、2010-2015年红酒行业政策风险预测
- 三、2010-2015年红酒行业经营风险预测
- 四、2010-2015年红酒行业竞争风险预测
- 五、2010-2015年红酒行业其他风险预测

第十四章 红酒行业发展趋势分析

第一节 2010-2015年中国红酒市场趋势分析

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

第二节 2010-2015年中国红酒行业供需预测

- 一、2010-2015年中国红酒供给预测
- 二、2010-2015年中国红酒需求预测
- 三、2010-2015年中国红酒价格预测

第十五章 红酒企业管理策略建议

第一节 市场策略分析

- 一、红酒价格策略分析
- 二、红酒渠道策略分析

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 提高红酒企业竞争力的策略

- 一、提高中国红酒企业核心竞争力的对策
- 二、影响红酒企业核心竞争力的因素及提升途径
- 三、提高红酒企业竞争力的策略
- 第四节 对我国红酒品牌的战略思考
- 一、红酒品牌的特性和作用
- 二、红酒品牌价值战略研究
- 三、我国红酒品牌竞争趋势
- 四、红酒企业品牌发展战略

图表目录

- 图表：2009年2-12月我国葡萄酒产量统计
- 图表：2009年1-11月我国葡萄酒制造行业主要经济指标
- 图表：2010年1-5月我国葡萄酒制造行业主要经济指标
- 图表：消费者每月在葡萄酒上的花费情况
- 图表：不同文化水平的消费者每月在葡萄酒上的花费
- 图表：不同收入水平消费者每月在葡萄酒上的消费
- 图表：消费者饮用葡萄酒的原因统计（总体）
- 图表：消费者饮用葡萄酒的原因（分年龄段）
- 图表：葡萄酒饮用场合（总体）
- 图表：消费者主要饮用葡萄酒的场合
- 图表：葡萄酒品牌知晓度
- 图表：品牌葡萄酒饮用频率
- 图表：品牌葡萄酒广告达到途径（%）
- 图表：品牌葡萄酒购买频率
- 图表：品牌葡萄酒推荐度
- 图表：2009-2010年我国葡萄酒制造行业主要经济指标北京统计
- 图表：2009-2010年我国葡萄酒制造行业主要经济指标天津统计
- 图表：2009-2010年我国葡萄酒制造行业主要经济指标河北统计
- 图表：2009-2010年我国葡萄酒制造行业主要经济指标山西统计
- 图表：2009-2010年我国葡萄酒制造行业主要经济指标内蒙古统计
- 图表：2009-2010年我国葡萄酒制造行业主要经济指标辽宁统计
- 图表：2009-2010年我国葡萄酒制造行业主要经济指标吉林统计

图表：2009-2010年我国葡萄酒制造行业主要经济指标黑龙江统计

图表：2009-2010年我国葡萄酒制造行业主要经济指标上海统计

图表：2009-2010年我国葡萄酒制造行业主要经济指标江苏统计

图表：2009-2010年我国葡萄酒制造行业主要经济指标安徽统计

图表：2009-2010年我国葡萄酒制造行业主要经济指标福建统计

图表：2009-2010年我国葡萄酒制造行业主要经济指标山东统计

图表：2009-2010年我国葡萄酒制造行业主要经济指标广东统计

图表：2009-2010年我国葡萄酒制造行业主要经济指标广西统计

图表：2009-2010年我国葡萄酒制造行业主要经济指标河南统计

艾凯数据研究中心发布的《2010-2015年中国红酒行业发展前景深度预测及战略投资风险分析报告》，内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

图表：2009-2010年我国葡萄酒制造行业主要经济指标湖北统计

图表：2009-2010年我国葡萄酒制造行业主要经济指标湖南统计

图表：2009-2010年我国葡萄酒制造行业主要经济指标重庆统计

图表：2009-2010年我国葡萄酒制造行业主要经济指标四川统计

图表：2009-2010年我国葡萄酒制造行业主要经济指标云南统计

图表：2009-2010年我国葡萄酒制造行业主要经济指标陕西统计

图表：2009-2010年我国葡萄酒制造行业主要经济指标甘肃统计

图表：2009-2010年我国葡萄酒制造行业主要经济指标宁夏统计

图表：2009-2010年我国葡萄酒制造行业主要经济指标新疆统计

图表：2009-2010年我国葡萄酒制造行业产成品指标全国统计

图表：2009-2010年我国葡萄酒制造行业产成品指标北京统计

图表：2009-2010年我国葡萄酒制造行业产成品指标天津统计

图表：2009-2010年我国葡萄酒制造行业产成品指标河北统计

图表：2009-2010年我国葡萄酒制造行业产成品指标山西统计

图表：2009-2010年我国葡萄酒制造行业产成品指标内蒙古统计

图表：2009-2010年我国葡萄酒制造行业产成品指标辽宁统计

图表：2009-2010年我国葡萄酒制造行业产成品指标吉林统计

图表：2009-2010年我国葡萄酒制造行业产成品指标黑龙江统计

图表：2009-2010年我国葡萄酒制造行业产成品指标上海统计

图表：2009-2010年我国葡萄酒制造行业产成品指标江苏统计

图表：2009-2010年我国葡萄酒制造行业产成品指标安徽统计

图表：2009-2010年我国葡萄酒制造行业产成品指标福建统计

图表：2009-2010年我国葡萄酒制造行业产成品指标山东统计

图表：2009-2010年我国葡萄酒制造行业产成品指标河南统计

图表：2009-2010年我国葡萄酒制造行业产成品指标湖北统计

图表：2009-2010年我国葡萄酒制造行业产成品指标湖南统计

图表：2009-2010年我国葡萄酒制造行业产成品指标广东统计

图表：2009-2010年我国葡萄酒制造行业产成品指标广西统计

图表：2009-2010年我国葡萄酒制造行业产成品指标重庆统计

图表：2009-2010年我国葡萄酒制造行业产成品指标四川统计

图表：2009-2010年我国葡萄酒制造行业产成品指标云南统计

图表：2009-2010年我国葡萄酒制造行业产成品指标陕西统计

图表：2009-2010年我国葡萄酒制造行业产成品指标甘肃统计

图表：2009-2010年我国葡萄酒制造行业产成品指标宁夏统计

图表：2009-2010年我国葡萄酒制造行业产成品指标新疆统计

图表：2009-2010年我国葡萄酒制造行业工业销售产值指标全国统计

图表：2010年1-5月我国葡萄酒制造行业存货指标全国统计

图表：2009-2010年我国葡萄酒制造行业不同规模企业利润总额全国统计

图表：2009-2010年我国葡萄酒制造行业不同所有制企业利润总额指标全国统计

图表：2009-2010年我国葡萄酒制造行业不同规模企业主营业务收入全国统计

图表：2009-2010年我国葡萄酒制造行业不同所有制企业主营业务收入指标全国统计

图表：2009-2010年我国葡萄酒制造行业不同规模企业主营业务成本全国统计

图表：2009-2010年我国葡萄酒制造行业不同所有制企业主营业务成本指标全国统计

图表：2009年烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司主营构成

图表：2009-2010年烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司每股指标

图表：2009-2010年烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司获利能力

图表：2009-2010年烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司经营能力

图表：2009-2010年烟台张裕葡萄酒股份有限公司偿债能力

图表：2009-2010年烟台张裕葡萄酒股份有限公司资本结构

图表：2009-2010年烟台张裕葡萄酒股份有限公司发展能力

图表：2009-2010年烟台张裕葡萄酒股份有限公司现金流量

图表：2009-2010年烟台张裕葡萄酒股份有限公司主营业务收入

图表：2009-2010年烟台张裕葡萄酒股份有限公司主营业务利润

图表：2009-2010年烟台张裕葡萄酒股份有限公司营业利润

图表：2009-2010年烟台张裕葡萄酒股份有限公司利润总额

图表：2009-2010年烟台张裕葡萄酒股份有限公司净利润

图表：2009年通化葡萄酒股份有限公司主营构成

图表：2009-2010年通化葡萄酒股份有限公司每股指标

图表：2009-2010年通化葡萄酒股份有限公司获利能力

图表：2009-2010年通化葡萄酒股份有限公司经营能力

图表：2009-2010年通化葡萄酒股份有限公司偿债能力

图表：2009-2010年通化葡萄酒股份有限公司资本结构

图表：2009-2010年通化葡萄酒股份有限公司发展能力

图表：2009-2010年通化葡萄酒股份有限公司现金流量

图表：2009-2010年通化葡萄酒股份有限公司主营业务收入

图表：2009-2010年通化葡萄酒股份有限公司主营业务利润

图表：2009-2010年通化葡萄酒股份有限公司营业利润

图表：2009-2010年通化葡萄酒股份有限公司利润总额

图表：2009-2010年通化葡萄酒股份有限公司净利润

图表：2009年中信国安葡萄酒业股份有限公司主营构成

图表：2009-2010年中信国安葡萄酒业股份有限公司每股指标

图表：2009-2010年中信国安葡萄酒业股份有限公司获利能力

图表：2009-2010年中信国安葡萄酒业股份有限公司经营能力

图表：2009-2010年中信国安葡萄酒业股份有限公司偿债能力

图表：2009-2010年中信国安葡萄酒业股份有限公司资本结构

图表：2009-2010年中信国安葡萄酒业股份有限公司发展能力

图表：2009-2010年中信国安葡萄酒业股份有限公司现金流量

图表：2009-2010年中信国安葡萄酒业股份有限公司主营业务收入

图表：2009-2010年中信国安葡萄酒业股份有限公司主营业务利润

图表：2009-2010年中信国安葡萄酒业股份有限公司营业利润

图表：2009-2010年中信国安葡萄酒业股份有限公司利润总额

图表：2009-2010年中信国安葡萄酒业股份有限公司净利润

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/158293.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）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提供专业投资咨询报告、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。