



艾凯咨询
ICAN Consulting

中国葡萄酒行业市场深度调研及 发展环境解析报告（2012- 2017）

一、调研说明

《中国葡萄酒行业市场深度调研及发展环境解析报告（2012-2017）》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/209404.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

第一章 葡萄酒概况 28

第一节 葡萄酒相关介绍 28

一、葡萄酒的概念 28

二、葡萄酒的由来与发展 28

三、葡萄酒类别和酿造过程 31

四、葡萄酒与健康 32

第二节 葡萄酒的分类 32

一、按颜色分类 32

二、按含二氧化碳压力分类 33

三、按含糖量分类 33

四、按酿造方法分类 34

五、按饮用方式分类 35

第二章 2011年国际葡萄酒行业发展态势分析 36

第一节 2011年全球葡萄酒业宏观环境分析 36

一、世界人口环境分析 36

二、世界经济环境分析 37

第二节 世界葡萄酒行业发展概况 44

一、葡萄酒业新旧世界对比分析 44

二、2010年全球葡萄酒生产分析 45

三、2010年全球葡萄酒消费分析 47

四、2011年全球葡萄酒市场分析 48

五、欧洲葡萄酒业陷入减产危机 53

第三节 智利 54

一、智利葡萄酒产业发展简述 54

二、智利葡萄酒产业集群分析 54

三、智利葡萄酒产业特征分析 56

四、智利葡萄酒产业发展策略 58

第四节 法国 58

- 一、葡萄酒地理标志法制历程 58
- 二、法国葡萄酒产区A.O.C.标准 59
- 三、法国葡萄酒主要产区分析 60
- 四、法国著名葡萄酒庄园分析 67
- 第五节 澳大利亚 71
 - 一、澳大利亚葡萄酒产业现状分析 71
 - 二、澳大利亚葡萄酒产业集群分析 71
 - 三、澳大利亚葡萄酒产业研发机构 72
 - 四、澳洲与欧盟达成地理标志协议 73
- 第六节 德国 73
 - 一、德国葡萄酒产业发展历程 73
 - 二、德国葡萄酒产业文化简析 74
 - 三、德国主要葡萄酒产区分析 75
 - 四、德国葡萄酒主要酒庄分析 75
 - 五、德国葡萄酒出口东亚前景看好 77
- 第七节 美国 78
 - 一、美国葡萄酒市场消费分析 78
 - 二、美国葡萄酒进出口分析 78
 - 三、美国葡萄酒AVA产地制度 78
 - 四、美国有机葡萄酒认证制度 80
- 第八节 西班牙 82
 - 一、西班牙葡萄酒产业发展史 82
 - 二、西班牙独具特色的葡萄品种 82
 - 三、西班牙葡萄酒主要产区分析 83
 - 四、西班牙使用智能卡确保葡萄质量 85
- 第九节 其他国家 85
 - 一、奥地利 85
 - 二、葡萄牙 89
 - 三、加拿大 90
 - 四、阿根廷 94
 - 五、新西兰 96
 - 六、南非 98

第三章 2011年全球葡萄酒产业政策环境分析 103

第一节 国际葡萄酒标准情况 103

- 一、法国葡萄酒等级标准体系 103
- 二、德国葡萄酒质量标准体系 104
- 三、意大利葡萄酒定级DOC标准 105
- 四、西班牙葡萄酒评级标准 106

第二节 中国葡萄酒产业政策环境分析 107

- 一、中国葡萄酒行业监管体制分析 107
- 二、中国葡萄酒行业市场准入政策 108
- 三、中国葡萄酒业标准及相关规章 108

第三节 葡萄酒相关标准与法规 109

- 一、葡萄酒标准GB15037-2006 109
- 二、山葡萄酒出台新国标 109
- 三、中国葡萄酒清洁生产标准 110
- 四、中国葡萄酒安全管理制度 110
- 五、中国酒类广告管理办法 111
- 六、葡萄酒消费税管理办法 112

第四章 2011年中国葡萄酒行业运行形势综述 115

第一节 中国葡萄酒行业的发展进程 115

- 一、中国近代葡萄酒工业的发展 115
- 二、中国葡萄酒行业的发展阶段 116
- 三、中国葡萄酒业酿造技术发展 117

第二节 2011年中国葡萄酒行业发展状况分析 120

- 一、宏观经济对葡萄酒业影响 120
- 二、中国葡萄酒产业链分析 121
- 三、葡萄酒行业生命周期判断 121
- 四、中国葡萄酒生产格局分析 122

进口瓶装酒数量激增，加速葡萄酒行业进入全产业链竞争时代 124

第三节 2011年中国葡萄酒工业存在的问题与对策 124

- 一、制约葡萄酒产业发展的主要因素 124
- 二、中国葡萄酒业"十二五"规划 126

三、中国葡萄酒产业发展的建议 128

四、中国葡萄酒差异化策略分析 129

第五章 2006-2011年中国葡萄酒行业主要数据监测分析 133

第一节 2010-2011年中国葡萄酒行业发展分析 133

一、2010年中国葡萄酒行业发展概况 133

二、2011年中国葡萄酒行业发展概况 134

第二节 2006-2011年中国葡萄酒行业规模分析 138

一、企业数量增长分析 138

二、资产规模增长分析 139

三、销售规模增长分析 141

四、利润规模增长分析 144

第三节 2010-2011年中国葡萄酒行业结构分析 147

一、企业数量结构分析 147

二、资产规模结构分析 148

三、销售规模结构分析 150

四、利润规模结构分析 152

第四节 2006-2011年中国葡萄酒行业成本费用分析 153

一、销售成本分析 153

二、主要费用分析 154

第五节 2006-2011年中国葡萄酒行业运营效益分析 157

一、偿债能力分析 157

二、盈利能力分析 160

三、运营能力分析 169

第六节 2011年中国葡萄酒行业集中度分析 173

一、资产集中度分析 173

二、销售集中度分析 174

第六章 2002-2011年中国葡萄酒产量统计分析 176

第一节 2002-2011年中国葡萄酒产量分析 176

第二节 2008-2011年中国主要省区葡萄酒产量分析 177

第三节 2010-2011年中国葡萄酒产量集中度分析 179

第七章 2011年中国葡萄酒市场走势分析 181

第一节 中国葡萄酒市场总体情况 181

- 一、中国葡萄酒市场概况 181
- 二、中国葡萄酒行业发展现状 184
- 三、葡萄酒市场发展欣欣向荣 187
- 四、中国葡萄酒总体消费规模 187
- 五、中国葡萄酒人均消费情况 188
- 六、中国葡萄酒零售市场规模 188

第二节 2011年中国部分地区葡萄酒市场发展状况 188

- 一、北京葡萄酒市场分析 188
- 二、广州葡萄酒市场状况解析 190
- 三、厦门葡萄酒市场运行状况 191
- 四、成都葡萄酒市场运行分析 192
- 五、临沂葡萄酒市场运行分析 192
- 六、泰安葡萄酒市场发展分析 193
- 七、福建葡萄酒市场发展分析 194
- 八、秦皇岛葡萄酒发展规划 195

第三节 2011年中国葡萄酒市场消费分析 197

- 一、我国葡萄酒市场消费概况 197
- 二、葡萄酒市场消费者调查研究 197
- 三、进口葡萄酒市场消费调查分析 198
- 四、影响葡萄酒消费的主要因素 199
- 五、餐饮终端市场葡萄酒消费特点 200

第四节 2011年中国葡萄酒市场存在的问题 200

- 一、中国葡萄酒市场的乱象分析 200
- 二、葡萄酒市场四大问题亟待改善 201
- 三、中国葡萄酒市场缺乏个性品牌 202
- 四、中国葡萄酒产业发展存在的缺陷 202

第五节 2011年拓展葡萄酒市场的战略措施 203

- 一、中国葡萄酒业发展保证措施 203
- 二、葡萄酒企业开拓市场五大策略 204
- 三、国产葡萄酒市场需稳步发展 207

第八章 2011年中国葡萄酒高端市场运行态势分析 208

第一节 2011年葡萄酒高端市场发展状况 208

- 一、探究葡萄酒高端产品 208
- 二、期酒搅热国内高端葡萄酒市场 208
- 三、中国高端葡萄酒营销模式的创新 209
- 四、中国国产葡萄酒力图收复高端市场 212
- 五、中国本土葡萄酒进入高端市场 212
- 六、中国蓬莱打造高端葡萄酒"硅谷" 213

第二节 2011年高端葡萄酒面临的问题及发展战略 214

- 一、国产高端葡萄酒发展现存问题 214
- 二、中国高端葡萄酒市场乱象分析 214
- 三、发展中国高端葡萄酒市场的措施 215
- 四、我国高端葡萄酒营销的基本思路 215
- 五、解析葡萄酒高端产品的营销策略 216
- 六、经销葡萄酒高端品牌的策略分析 217
- 七、高档葡萄酒销售终端建设策略分析 217

第三节 葡萄酒高端市场前景 218

- 一、未来高端葡萄酒还有提升空间 218
- 二、未来高档葡萄酒前景相当可观 220
- 三、高档葡萄酒服务型终端建设前景 220

第九章 红葡萄酒与桃红葡萄酒 222

第一节 红葡萄酒特性 222

- 一、酿红葡萄酒的葡萄品种 222
- 二、影响红葡萄酒颜色的因素 225
- 三、红葡萄酒生产工艺 227

第二节 红葡萄酒的市场概况与前景 241

- 一、中国红葡萄酒市场规模分析 241
- 二、印度消费者偏好消费红葡萄酒 241
- 三、"串货"导致红酒低价抛售 241
- 四、红葡萄酒市场将向高档化发展 242

第三节 桃红葡萄酒市场状况 243

- 一、英国桃红葡萄酒市场销量增长放缓 243
- 二、美国进口桃红葡萄酒销量增势喜人 244
- 三、中国桃红葡萄酒市场规模分析 245
- 四、国内桃红葡萄酒将实现产业升级 245
- 五、桃红葡萄酒企业市场突围战略 246
- 六、桃红葡萄酒发展空间广阔 249

第十章 2011年中国干葡萄酒市场动态分析 251

第一节 干红葡萄酒的相关特性 251

- 一、干红葡萄酒简介 251
- 二、干红葡萄酒的生产工艺 251
- 三、干红葡萄酒酿造中橡木的使用 259

第二节 干红葡萄酒市场分析 260

- 一、中国芦荟干红挺进全球市场 260
- 二、茅台白金干红葡萄酒上市 260
- 三、中国首批高档干红葡萄酒研制成功 261
- 四、山东研发出干红葡萄酒闪蒸系统 261
- 五、未来发展干红葡萄酒文化的前景 261

第三节 干白葡萄酒相关特性 263

- 一、干白葡萄酒的简介 263
- 二、干白葡萄酒的酿造控制工艺 264
- 三、浅析干白葡萄酒的营养 265

第四节 干白葡萄酒发展概述 266

- 一、中国白葡萄酒市场发展回顾 266
- 二、中国白葡萄酒市场规模统计 266
- 三、国内干白葡萄酒市场逐渐回暖 267
- 四、未来干白葡萄酒将成流行趋势 267

第十一章 2011年中国其它葡萄酒市场解析 269

第一节 甜葡萄酒 269

- 一、甜葡萄酒的历史与酿造工艺 269
- 二、新西兰甜葡萄酒进入欧盟获批 270

- 三、甜葡萄酒低价出售原因分析 270
- 四、甜型葡萄酒企业出路之所在 270
- 五、中国甜葡萄酒向高端方向发展 271
- 第二节 冰葡萄酒 271
 - 一、冰葡萄酒的概念 271
 - 二、冰葡萄酒的生产工艺 271
 - 三、冰葡萄酒市场生产现状 272
 - 四、中国冰葡萄酒产量已占世界四成 274
 - 五、中国冰葡萄酒产业问题及对策 274
 - 六、冰葡萄酒产业未来发展前景展望 274
- 第三节 山葡萄酒 276
 - 一、山葡萄与山葡萄酒的品质特点 276
 - 二、山葡萄酒的制作工艺 277
 - 三、中国山葡萄酒发展概述 278
 - 四、2010年中国山葡萄酒国标制定进展 278
 - 五、国内山葡萄酒要实现差异化发展 279
 - 六、中国山葡萄酒发展存在的问题和出路 279
- 第四节 起泡葡萄酒 282
 - 一、起泡葡萄酒介绍 282
 - 二、起泡葡萄酒的酿造方法 282
 - 三、细菌对起泡葡萄酒的质量影响 283
 - 四、2010年中国起泡葡萄酒市场规模分析 283
 - 五、英国起泡葡萄酒发展势头良好 283
 - 六、德国起泡酒发展状况分析 284
 - 七、美国起泡葡萄酒市场发展前景展望 284
 - 八、中国进口起泡酒市场发展前景展望 284
- 第十二章 2011年中国年份酒市场动态分析 286
 - 第一节 葡萄酒年份解读 286
 - 一、葡萄酒年份的含义 286
 - 二、葡萄酒年份的内涵 286
 - 三、葡萄酒年份的评价 286

第二节 国外年份葡萄酒市场行情 287

- 一、波尔多2007年份葡萄酒 287
- 二、罗曼尼康帝2008年份葡萄酒 287
- 三、德国2009年份葡萄酒 288
- 四、勃艮第2009年份葡萄酒 288

第三节 中国市场年份酒状况 288

- 一、年份酒遭遇葡萄酒新国标 288
- 二、葡萄酒并非年份越久越醇香 289
- 三、中国红酒年份酒检测及管理标准欠缺 289

第四节 新国标实施后各地区年份酒的发展 289

- 一、乌鲁木齐红酒市场规避年份谈窖藏 289
- 二、河南郑州乱标年份葡萄酒降价甩货 290
- 三、山东蓬莱首制年份葡萄酒管理办法 290

第十三章 2011年中国庄园酒市场分析 291

第一节 中国庄园葡萄酒发展分析 291

- 一、葡萄酒产业的庄园现象 291
- 二、葡萄酒产业兴起庄园热潮 291
- 三、葡萄酒产业庄园运动变局 291
- 四、葡萄酒产业庄园市场化分析 293
- 五、酒庄葡萄酒高端市场竞争分析 293

第二节 国际酒庄酒布局中国市场 294

- 一、吉诺酒庄步入中国市场 294
- 二、玛赛洛庄园登陆杭州 294
- 三、奇异庄园加速抢滩中国 295
- 四、法国庄园酒抢占深圳市场 295

第三节 葡萄酒庄项目发展情况 296

- 一、怀来打造酒庄产业群 296
- 二、云南建葡萄酒庄园聚集区 296
- 三、大好河山葡萄酒庄项目进展 297
- 四、北京葡萄酒庄园集群建设 297
- 五、美景拟投资建葡萄酒庄园 298

第四节 酒庄酒发展建议及策略 298

- 一、酒庄酒深层价值挖掘 298
- 二、国产庄园酒的发展之路 299
- 三、酒庄酒发展的思考分析 299
- 四、酒庄酒注意的前提因素 300
- 五、葡萄酒庄园经营的策略 302
- 六、庄园葡萄酒的发展建议 303

第十四章 2011年中国葡萄酒区域产业发展分析 306

第一节 烟台 306

- 一、烟台蓬莱市葡萄酒行业发展回顾 306
- 二、烟台市葡萄酒产业发展现状 306
- 三、烟台葡萄酒产业将提速升级 308
- 四、烟台市打造精品产区的新举措 309
- 五、烟台市葡萄酒城文化产业发展情况 310
- 六、烟台市葡萄酒产业发展获银行贷款支撑 311
- 七、烟台市葡萄酒行业发展规划 311

第二节 昌黎 312

- 一、昌黎葡萄酒产业基础 312
- 二、昌黎葡萄酒产业发展概况 313
- 三、昌黎葡萄酒产业发展特点 313
- 四、昌黎葡萄酒业营销现状 314
- 五、昌黎葡萄酒产业发展对策 314

第三节 宁夏 315

- 一、2011年宁夏葡萄酒产业发展概况 315
- 二、宁夏区葡萄酿酒产业发展优势 315
- 三、宁夏葡萄酿酒产业发展制约因素 315
- 四、宁夏葡萄酒产业化发展情况分析 316
- 五、宁夏葡萄酒业可持续发展的思考 317
- 六、宁夏区葡萄酿酒产业发展建议 318
- 七、未来五年宁夏葡萄酒业发展规划 319

第四节 甘肃 320

- 一、2011年甘肃省葡萄酒行业发展概况 320
- 二、甘肃省发展葡萄酒行业的优势条件 321
- 三、甘肃省葡萄酒行业发展面临的问题 322
- 四、促进甘肃省葡萄酒业发展的措施 322
- 五、未来十年甘肃省葡萄酒业发展目标 322

第五节 新疆 323

- 一、2011年新疆葡萄酒产业发展概况 323
- 二、新疆葡萄酒业发展战略分析 324
- 三、新疆葡萄酒业发展SWOT分析 324
- 四、新疆葡萄酒业发展的主要问题 325
- 五、新疆葡萄酒业发展的对策分析 325

第六节 吉林 325

- 一、2011年吉林省葡萄酒发展概况 325
- 二、吉林各地葡萄酒品牌分立情况 326
- 三、吉林葡萄酒营销存在的问题及策略 326
- 四、吉林柳河县山葡萄酒产业发展分析 328

第十五章 2010-2011年中国葡萄酒产业进出口分析 330

第一节 2010-2011年中国葡萄酒进出口分析 330

- 一、2010-2011年中国葡萄酒进口分析 330
- 二、2010-2011年中国葡萄酒出口分析 332
- 三、2010-2011年中国葡萄酒进口均价分析 333
- 四、2011年中国散装葡萄酒进口来源分析 336
- 五、2011年中国散装葡萄酒进口流向分析 336
- 六、2011年中国进口瓶装葡萄酒消费市场分析 336

第二节 2010-2011年中国味美思酒进出口分析 337

- 一、2010-2011年中国味美思酒进口分析 337
- 二、2010-2011年中国味美思酒出口分析 338
- 三、2011年中国味美思酒进出口均价分析 338

第三节 2011年中国进口葡萄酒市场分析 338

- 一、中国进口葡萄酒市场概述 339
- 二、进口葡萄酒进入国内市场的机会分析 340

三、中国进口葡萄酒市场存在的问题	342
四、进口葡萄酒占据国内市场的对策	342
五、中国进口葡萄酒应加速本土化进程	344
第四节 2011年中国部分地区葡萄酒进口情况	346
一、2011年厦门葡萄酒进口情况分析	346
二、2011年义乌保税仓库助推葡萄酒进口	346
三、2011年深圳口岸葡萄酒进口情况分析	347
四、2011年连云港葡萄酒进口情况分析	349
五、2011年宁波葡萄酒进口情况分析	350
第十六章 中国葡萄酒市场营销策略探讨	351
第一节 国内外葡萄酒营销分析	351
一、进口葡萄酒主要品牌化运营方式剖析	351
二、进口葡萄酒在中国"精准营销"模式	358
三、浅析法系葡萄酒在国内市场营销谋变	361
四、澳洲虎葡萄酒的创新营销模式分析	363
五、葡萄酒网络营销迅速崛起	365
六、国内外葡萄酒营销文化的差异	369
七、中国葡萄酒业营销的八点建议	371
第二节 葡萄酒营销渠道分析	380
一、中国葡萄酒销售渠道模式	380
二、中国葡萄酒营销渠道发展趋势	383
三、第三方独立营销商和营销网络	385
四、红酒分渠道亟待解决四大问题	386
五、夜场在葡萄酒市场开发中的作用	388
第三节 主要企业渠道分析	393
一、烟台张裕葡萄酒渠道分析	393
二、中粮长城葡萄酒渠道分析	396
三、王朝酒业葡萄酒渠道分析	397
四、莫高实业葡萄酒渠道分析	397
五、新疆新天葡萄酒渠道分析	399
第四节 主要葡萄酒品牌市场营销策略	401

- 一、长城葡萄酒奥运营销 401
- 二、张裕的体验营销策略 404
- 三、王朝酒业的营销策略 408
- 第五节 品牌营销策略分析 411
 - 一、葡萄酒品牌价值分析 411
 - 二、品牌营销的三元结构 412
 - 三、中国葡萄酒品牌营销误区 418
 - 四、葡萄酒副品牌的开发策略 420
- 第六节 葡萄酒包装策略 424
 - 一、国外葡萄酒包装概况 424
 - 二、新型纸盒引领葡萄酒包装新潮流 425
 - 三、中国葡萄酒包装期待变革 426
 - 四、中国葡萄酒包装发展趋势预测 428
- 第七节 葡萄酒其它营销策略分析 428
 - 一、葡萄酒企业文化营销模式探析 428
 - 二、葡萄酒专卖店的营销战略 433
 - 三、量产葡萄酒的营销策略 436
 - 四、酒类商品的节日营销策略分析 441
 - 五、葡萄酒超市旺季促销策略 442
 - 六、葡萄酒促销策略分析 444

- 第十七章 中国葡萄酒行业市场竞争态势分析 447
 - 第一节 中国葡萄酒市场竞争动态分析 447
 - 一、国内葡萄酒市场竞争趋于激烈 447
 - 二、认证助力葡萄酒企业增强竞争力 447
 - 三、二线葡萄酒品牌的竞争解析 448
 - 四、葡萄酒市场开启服务战新纪元 451
 - 五、葡萄酒行业竞争趋势剖析 452
 - 第二节 中外葡萄酒竞争状况分析 453
 - 一、国内外葡萄酒企业争夺市场 453
 - 二、国际葡萄酒生产大国纷纷涉足中国市场 456
 - 三、面对竞争中国葡萄酒巨头加速展开行动 456

四、国产葡萄酒面临国际竞争的优劣势分析 457

第三节 中国葡萄酒行业竞争力构建分析 458

二、构建中国葡萄酒竞争力新纬度 460

三、加快国际化进程打造葡萄酒行业竞争力 461

四、提高我国葡萄酒行业竞争力的关键在于资源整合 464

五、中国葡萄酒企业提升竞争优势的五大途径 466

六、重视开发有机葡萄酒走差异化之路 468

七、葡萄酒经销商的竞争力打造 471

八、中小型葡萄酒厂提升竞争力的措施 472

第十八章 2011年国际葡萄酒生产企业发展分析 474

第一节 星座公司 (CONSTELLATION BRANDS , INC.) 474

一、企业简介 474

二、2011年星座公司经营状况 474

三、星座公司加强中国业务运营 474

四、美国星座公司开拓东欧市场 475

第二节 帝亚吉欧公司 (DIAGEO PLC) 475

一、企业简介 475

二、2011年帝亚吉欧经营状况 475

三、帝亚吉欧公司全球化战略分析 476

四、帝亚吉欧继续与美国葡萄酒公司合作 476

第三节 保乐力加集团 (PERNOD RICARD GROUP) 477

一、企业简介 477

二、2011年保乐力加经营状况 478

三、保乐力加集团竞争优势分析 478

四、保乐力加公司欲发力美国市场 479

五、中国成为保乐力加公司第二大市场 479

第四节 福斯特集团 (FOSTER'S GROUP LIMITED) 480

一、企业简介 480

二、2011年福斯特经营状况 480

三、2011年福斯特集团发力中国市场 480

四、福斯特集团拆分葡萄酒与啤酒业务 481

五、福斯特集团力推新品扼制销量下滑 481

第十九章 2010-2011年国内葡萄酒生产企业竞争性财务数据分析 482

第一节 张裕葡萄酿酒股份有限公司 482

- 一、企业基本情况 482
- 二、企业经营情况分析 482
- 三、企业经济指标分析 482
- 四、企业盈利能力分析 483
- 五、企业偿债能力分析 483
- 六、企业运营能力分析 483
- 七、企业成本费用分析 484

第二节 中信国安葡萄酒业股份有限公司 484

- 一、企业基本情况 484
- 二、企业经营情况分析 485
- 三、企业经济指标分析 485
- 四、企业盈利能力分析 485
- 五、企业偿债能力分析 486
- 六、企业运营能力分析 486
- 七、企业成本费用分析 486

第三节 中法合营王朝葡萄酿酒有限公司 487

- 一、企业基本情况 487
- 二、企业经营情况分析 487
- 三、企业主要经济指标分析 487
- 四、企业偿债能力分析 488
- 五、企业产值状况分析 488
- 六、企业盈利能力分析 488
- 七、企业成本费用构成分析 489

第四节 通化葡萄酒股份有限公司 489

- 一、企业基本情况 489
- 二、企业经营情况分析 489
- 三、企业经济指标分析 490
- 四、企业盈利能力分析 490

- 五、企业偿债能力分析 491
- 六、企业运营能力分析 491
- 七、企业成长能力分析 492
- 第五节 甘肃莫高实业发展股份有限公司 492
 - 一、企业基本情况 492
 - 二、企业主要经济指标分析 492
 - 三、企业成长能力分析 493
 - 四、企业经营能力分析表 493
 - 五、企业盈利能力分析 494
 - 六、企业偿债能力分析 494
- 第六节 甘肃皇台酒业股份有限公司 495
 - 一、企业基本情况 495
 - 二、企业主要经济指标分析 496
 - 三、企业成长能力分析 496
 - 四、企业经营能力分析表 496
 - 五、企业盈利能力分析 497
 - 六、企业偿债能力分析 497
- 第七节 吉林省长白山酒业集团有限公司 497
 - 一、企业基本概况 497
 - 二、企业主要经济指标分析 498
 - 三、企业盈利能力分析 498
 - 四、企业偿债能力分析 499
 - 五、企业产值状况分析 499
 - 六、企业成本费用构成分析 499
- 第八节 烟台威龙葡萄酒股份有限公司 500
 - 一、企业基本概况 500
 - 二、企业主要经济指标分析 500
 - 三、企业盈利能力分析 500
 - 四、企业偿债能力分析 501
 - 五、企业产值状况分析 501
 - 六、企业成本费用构成分析 501
- 第九节 烟台张裕卡斯特酒庄有限公司 502

- 一、企业基本情况 502
- 二、企业主要经济指标分析 502
- 三、企业盈利能力分析 502
- 四、企业偿债能力分析 503
- 五、企业产值状况分析 503
- 六、企业成本费用构成分析 503
- 第十节 烟台中粮葡萄酒有限公司 504
 - 一、企业基本情况 504
 - 二、企业主要经济指标分析 504
 - 三、企业盈利能力分析 504
 - 四、企业偿债能力分析 505
 - 五、企业产值状况分析 505
 - 六、企业成本费用构成分析 505
- 第十一节 中国长城葡萄酒有限公司 506
 - 一、企业基本情况 506
 - 二、企业主要经济指标分析 506
 - 三、企业盈利能力分析 506
 - 四、企业偿债能力分析 507
 - 五、企业产值状况分析 507
 - 六、企业成本费用构成分析 508
- 第十二节 烟台海市葡萄酒有限公司 508
 - 一、企业基本情况 508
 - 二、企业主要经济指标分析 508
 - 三、企业盈利能力分析 508
 - 四、企业偿债能力分析 509
 - 五、企业产值状况分析 509
 - 六、企业成本费用构成分析 510
- 第十三节 青岛华东葡萄酒有限公司 510
 - 一、企业基本情况 510
 - 二、企业主要经济指标分析 510
 - 三、企业盈利能力分析 510
 - 四、企业偿债能力分析 511

- 五、企业产值状况分析 511
- 六、企业成本费用构成分析 512
- 第十四节 蓬莱华鲁酒业有限公司 512
 - 一、企业基本情况 512
 - 二、企业主要经济指标分析 512
 - 三、企业盈利能力分析 513
 - 四、企业偿债能力分析 513
 - 五、企业产值状况分析 513
 - 六、企业成本费用构成分析 514
- 第十五节 烟台御任葡萄酒有限公司 514
 - 一、企业基本情况 514
 - 二、企业主要经济指标分析 514
 - 三、企业盈利能力分析 515
 - 四、企业偿债能力分析 515
 - 五、企业产值状况分析 516
 - 六、企业成本费用构成分析 516
- 第十六节 烟台威泰葡萄酒有限公司 516
 - 一、企业基本情况 516
 - 二、企业主要经济指标分析 516
 - 三、企业盈利能力分析 517
 - 四、企业偿债能力分析 517
 - 五、企业产值状况分析 518
 - 六、企业成本费用构成分析 518
- 第十七节 山东沙城葡萄酒酿造有限公司 518
 - 一、企业基本情况 518
 - 二、企业主要经济指标分析 519
 - 三、企业盈利能力分析 519
 - 四、企业偿债能力分析 519
 - 五、企业产值状况分析 520
 - 六、企业成本费用构成分析 520
- 第十八节 青岛爱迪尔葡萄酒有限公司 520
 - 一、企业基本情况 520

- 二、企业主要经济指标分析 521
- 三、企业盈利能力分析 521
- 四、企业偿债能力分析 521
- 五、企业产值状况分析 522
- 六、企业成本费用构成分析 522
- 第十九节 中粮华夏长城葡萄酒有限公司 522
 - 一、企业基本情况 522
 - 二、企业主要经济指标分析 523
 - 三、企业盈利能力分析 523
 - 四、企业偿债能力分析 524
 - 五、企业产值状况分析 524
 - 六、企业成本费用构成分析 524
- 第二十节 新天国际葡萄酒业有限公司 524
 - 一、企业基本情况 524
 - 二、企业主要经济指标分析 525
 - 三、企业盈利能力分析 525
 - 四、企业偿债能力分析 526
 - 五、企业产值状况分析 526
 - 六、企业成本费用构成分析 526
- 第二十一节 民权县九鼎葡萄酒业有限公司 527
 - 一、企业基本情况 527
 - 二、企业主要经济指标分析 527
 - 三、企业盈利能力分析 527
 - 四、企业偿债能力分析 528
 - 五、企业产值状况分析 528
 - 六、企业成本费用构成分析 528
- 第二十二节 青岛玛丽酒业有限公司 529
 - 一、企业基本情况 529
 - 二、企业主要经济指标分析 529
 - 三、企业盈利能力分析 529
 - 四、企业偿债能力分析 530
 - 五、企业产值状况分析 530

六、企业成本费用构成分析 530

第二十三节 中粮南王山谷君顶酒庄有限公司 531

一、企业基本情况 531

二、企业主要经济指标分析 531

三、企业盈利能力分析 531

四、企业偿债能力分析 532

五、企业产值状况分析 532

六、企业成本费用构成分析 532

第二十四节 烟台九品红葡萄酒有限公司 533

一、企业基本情况 533

二、企业主要经济指标分析 533

三、企业盈利能力分析 533

四、企业偿债能力分析 534

五、企业产值状况分析 534

六、企业成本费用构成分析 535

第二十五节 甘肃莫高国际酒庄有限公司 535

一、企业基本情况 535

二、企业主要经济指标分析 535

三、企业盈利能力分析 535

四、企业偿债能力分析 536

五、企业产值状况分析 536

六、企业成本费用构成分析 537

第二十六节 甘肃威龙有机葡萄酒有限公司 537

一、企业基本情况 537

二、企业主要经济指标分析 537

三、企业盈利能力分析 537

四、企业偿债能力分析 538

五、企业产值状况分析 538

六、企业成本费用构成分析 539

第二十七节 烟台阿拉红酒业有限公司 539

一、企业基本情况 539

二、企业主要经济指标分析 539

- 三、企业盈利能力分析 540
- 四、企业偿债能力分析 540
- 五、企业产值状况分析 540
- 六、企业成本费用构成分析 541
- 第二十八节 烟台凯斯特酒庄葡萄酒有限公司 541
 - 一、企业基本概况 541
 - 二、企业主要经济指标分析 541
 - 三、企业盈利能力分析 542
 - 四、企业偿债能力分析 542
 - 五、企业产值状况分析 543
 - 六、企业成本费用构成分析 543
- 第二十九节 云南香格里拉酒业股份有限公司 543
 - 一、企业基本概况 543
 - 二、企业主要经济指标分析 544
 - 三、企业盈利能力分析 544
 - 四、企业偿债能力分析 544
 - 五、企业产值状况分析 545
 - 六、企业成本费用构成分析 545

- 第二十章 2011年中国葡萄酒原材料供应分析 546
 - 第一节 酿酒葡萄概述 546
 - 一、葡萄栽培历史沿革 546
 - 二、酿酒葡萄品种介绍 547
 - 三、酿酒用葡萄基本架式 549
 - 第二节 国外酿酒葡萄的分布及生产 549
 - 一、全球酿酒葡萄的主要种植区 549
 - 二、2010年欧洲各国酿酒用葡萄收获状况详述 550
 - 三、2010年美国纳帕谷酿酒用葡萄生产概述 551
 - 第三节 中国酿酒葡萄的种植及培育 552
 - 一、酿酒葡萄的分布与面积 552
 - 二、中国酿酒葡萄品种构成 554
 - 三、中国酿酒葡萄的质量 555

四、中国酿酒葡萄栽培的特点 555

第四节 中国九大葡萄产地分析 555

一、东北产地 555

二、渤海湾产地 556

三、沙城产地 557

四、清徐产地 557

五、银川产地 557

六、武威产地 557

七、吐鲁番产地 557

八、黄河故道产地 558

九、云南高原产地 558

第五节 2010年中国酿酒葡萄主要产区生产情况 558

一、东北产区 558

二、烟台产区 559

三、新疆产区 560

四、河北产区 560

五、河西走廊 561

第二十一章 2012-2017年中国葡萄酒业发展前景预测分析 563

第一节 2012-2017年世界葡萄酒未来发展趋势预测分析 563

一、国际葡萄酒市场未来发展趋势 563

二、未来全球葡萄酒市场前景分析 567

三、未来国际葡萄酒市场消费预测 567

第二节 2012-2017年中国葡萄酒行业发展趋势分析 567

一、国内葡萄酒行业八大发展趋势 567

二、中国有望成为亚洲葡萄酒中心 570

三、国内葡萄酒消费市场结构发展趋势 570

第三节 2012-2017年中国葡萄酒行业发展前景分析 570

一、国内葡萄酒行业发展前景看好 571

二、国内葡萄酒进口消费市场广阔 571

第四节 2012-2017年中国葡萄酒市场发展前景预测 571

一、2012-2017年中国葡萄酒发展前景预测分析 571

二、2012-2017年中国红葡萄酒发展前景预测	573
三、2012-2017年中国桃红葡萄酒发展前景预测	573
四、2012-2017年中国白葡萄酒发展前景预测	573
第二十二章 2012-2017年中国葡萄酒投资及建议分析	574
第一节 2012-2017年中国葡萄酒行业投资机会分析	574
一、全球葡萄酒市场投资分析	574
二、葡萄酒成为亚洲投资新宠	575
三、国内葡萄酒产业投资环境	577
四、国内葡萄酒投资潜力分析	577
五、葡萄酒产业链的投资机会	581
第二节 2012-2017年中国葡萄酒行业投资风险分析	582
一、产业政策风险	582
二、市场竞争风险	584
三、市场原料风险	585
四、市场经营风险	585
第三节 2012-2017年中国葡萄酒行业投资建议	586
一、葡萄酒投资误区分析	586
二、葡萄酒主题投资策略	587
三、葡萄酒市场投资方式	587
四、葡萄酒企业投资策略	588

图表目录摘要

图表 1 葡萄酒的生产流程	27
图表 2 2010年世界人口排名前十的国家	35
图表 3 全球葡萄酒业新旧世界对比	43
图表 4 葡萄酒产业链情况	44
图表 5 葡萄酒成本结构	45
图表 6 酿酒葡萄树生命周期及葡萄酒产量质量	45
图表 7 亩产葡萄酒国际对比	45
图表 8 世界葡萄酒主产区分布图	47
图表 9 2011年全球葡萄酒生产国家分布图	47

图表 10 世界主要国家人均葡萄酒消费量情况 48

图表 11 全球酒类消费结构 48

图表 12 葡萄酒吨酒出厂价国际对比 49

图表 13 美国葡萄酒产品消费结构 49

图表 14 美国葡萄酒市场销量市场份额 49

图表 15 智利葡萄酒产业集群的网络结构图 53

图表 16 澳大利亚葡萄酒产业集群 70

图表 17 澳大利亚葡萄酒产业主要研发机构分析 71

图表 18 美国酒类消费结构 77

图表 19 西班牙葡萄酒产区 82

图表 20 葡萄酒行业产业链 119

图表 21 行业生命周期图 120

图表 22 我国葡萄酒行业经历了四个发展阶段 120

图表 23 前3 大本地公司当前的产品组合 121

图表 24 2006-2011年中国葡萄酒企业数量增长趋势图 136

图表 25 2011年中国各省区葡萄酒企业数量情况 136

图表 26 2011年中国葡萄酒企业数量分布图 137

图表 27 2006-2011年中国葡萄酒行业资产总额统计 137

图表 28 2010年中国各省区葡萄酒行业资产总额比较 137

图表 29 2011年中国各省区葡萄酒行业资产总额比较 138

图表 30 2011年中国葡萄酒行业资产总额分布图 138

图表 31 2006-2011年中国葡萄酒行业销售收入统计 139

图表 32 2006-2011年中国葡萄酒行业销售收入增长趋势图 139

图表 33 2010年中国各省区葡萄酒行业销售收入比较 140

图表 34 2010年中国葡萄酒行业销售收入分布图 141

图表 35 2011年中国各省区葡萄酒行业销售收入比较 141

图表 36 2011年中国葡萄酒行业销售收入分布图 142

图表 37 2006-2011年中国葡萄酒行业利润总额统计 142

图表 38 2006-2011年中国葡萄酒行业利润增长趋势图 143

图表 39 2010年中国各省区葡萄酒行业利润总额统计 143

图表 40 2011年中国各省区葡萄酒行业利润总额比较 144

图表 41 2011年中国不同规模葡萄酒企业数量统计 145

图表 42 2011年中国不同规模葡萄酒企业数量所占份额 145

图表 43 2011年中国不同所有制葡萄酒企业数量统计 145

图表 44 2011年中国不同所有制葡萄酒企业数量所占份额 145

图表 45 2010-2011年中国不同规模葡萄酒企业资产总额统计 146

图表 46 2011年中国不同规模葡萄酒企业资产总额所占份额 146

图表 47 2010-2011年中国不同所有制葡萄酒企业资产总额统计 147

图表 48 2011年中国不同所有制葡萄酒企业资产总额所占份额 147

图表 49 2010-2011年中国不同规模葡萄酒企业销售收入统计 147

图表 50 2011年中国不同规模葡萄酒企业销售收入所占份额 148

图表 51 2010-2011年中国不同所有制葡萄酒企业销售收入统计 148

图表 52 2011年中国不同所有制葡萄酒企业销售收入所占份额 148

图表 53 2010-2011年中国不同规模葡萄酒企业利润总额统计 149

图表 54 2011年中国不同规模葡萄酒企业利润总额所占份额 149

图表 55 2010-2011年中国不同所有制葡萄酒企业利润总额统计 150

图表 56 2011年中国不同所有制葡萄酒企业利润总额所占份额 150

图表 57 2006-2011年中国葡萄酒行业销售成本统计 150

图表 58 2006-2011年中国葡萄酒行业销售成本趋势图 151

图表 59 2006-2011年中国葡萄酒行业销售费用统计 151

图表 60 2006-2011年中国葡萄酒行业销售费用趋势图 152

图表 61 2006-2011年中国葡萄酒行业管理费用统计 152

图表 62 2006-2011年中国葡萄酒行业管理费用趋势图 152

图表 63 2006-2011年中国葡萄酒行业财务费用统计 153

图表 64 2006-2011年中国葡萄酒行业财务费用趋势图 153

图表 65 2006-2011年中国葡萄酒行业资产负债率情况 154

图表 66 2010-2011年中国不同规模葡萄酒企业偿债能力比较 154

图表 67 2011年中国不同规模葡萄酒企业偿债能力对比图 155

图表 68 2011年中国不同性质葡萄酒企业偿债能力比较 155

图表 69 2011年中国不同性质葡萄酒企业偿债能力对比 155

图表 70 2011年中国各省区葡萄酒企业偿债能力比较 156

图表 71 2006-2011年中国葡萄酒行业毛利率情况 157

图表 72 2006-2011年中国葡萄酒行业毛利率走势图 157

图表 73 2011年中国不同规模葡萄酒企业销售毛利率比较 158

图表 74 2011年中国不同规模葡萄酒企业销售毛利率对比图 158

图表 75 2011年中国不同性质葡萄酒企业销售毛利率比较 158

图表 76 2011年中国不同性质葡萄酒企业销售毛利率对比图 159

图表 77 2011年中国各省区葡萄酒企业销售毛利率比较 159

图表 78 2011年中国葡萄酒企业销售毛利率高于全国的省区对比 160

图表 79 2006-2011年中国葡萄酒行业成本费用利润率情况 160

图表 80 2011年中国不同规模葡萄酒企业成本费用利润率情况 161

图表 81 2011年中国不同所有制企业葡萄酒企业成本费用利润率情况 161

图表 82 2011年中国各省区葡萄酒企业成本费用利润率比较 161

图表 83 2006-2011年中国葡萄酒行业总资产利润率情况 162

图表 84 2006-2011年中国葡萄酒行业总资产利润率走势图 162

图表 85 2011年中国不同规模葡萄酒企业总资产利润率比较 163

图表 86 2011年中国不同规模葡萄酒企业总资产利润率对比图 163

图表 87 2011年中国不同所有制企业葡萄酒企业总资产利润率比较 164

图表 88 2011年中国不同所有制葡萄酒企业总资产利润率对比图 164

图表 89 2011年中国各省区葡萄酒企业总资产利润率比较 165

图表 90 2011年中国葡萄酒行业总资产利润率较高的省区 166

图表 91 2006-2011年中国葡萄酒行业应收账款周转率情况 166

图表 92 2011年中国不同规模企业葡萄酒企业应收账款周转率比较 167

图表 93 2011年中国不同规模企业葡萄酒企业应收账款周转率对比图 167

图表 94 2011年中国不同所有制企业葡萄酒企业应收账款周转率比较 167

图表 95 2011年中国各省区葡萄酒企业应收账款周转率比较 168

图表 96 2006-2011年中国葡萄酒企业行业总资产周转率情况 168

图表 97 2011年中国不同规模企业葡萄酒企业总资产周转率比较 169

图表 98 2011年中国不同所有制企业葡萄酒企业总资产周转率比较 169

图表 99 2011年中国各省区葡萄酒企业总资产周转率比较 169

图表 100 2011年中国葡萄酒行业资产集中度 170

图表 101 2011年中国葡萄酒行业资产分布图 170

图表 102 2011年中国葡萄酒行业销售收入集中度 171

图表 103 2011年中国葡萄酒行业销售收入分布图 171

图表 104 2002-2011年全国葡萄酒产量情况表 173

图表 105 2006-2011年中国葡萄酒产量变化趋势图 173

图表 106 2008-2011年中国主要省区葡萄酒产量情况 174

图表 107 2008-2011年中国主要省区葡萄酒产量增长趋势图 174

图表 108 2010年中国主要省区葡萄酒产量比例 175

图表 109 2011年中国主要省区葡萄酒产量情况表 176

图表 110 2010-2011年中国葡萄酒产量集中度变化趋势图 176

图表 111 我国葡萄酒区域分布 177

图表 112 中国葡萄酒产量及增速(年均复合增长率 17%) 177

图表 113 中国葡萄酒产量及进口量 (年均复合增长率 19%) 178

图表 114 中国人均葡萄酒消费量 178

图表 115进口葡萄酒量及其市场份额 179

图表 116进口葡萄酒: 散装与瓶装比重 179

图表 117 葡萄酒进口量及价格月度数据 180

图表 118 中国葡萄酒主要消费群 (人群占比) 181

图表 119 中国葡萄酒消费群体特征 181

图表 120 中国各类消费群的行为差异 181

图表 121 红葡萄酒工艺流程图 224

图表 122 全球十大最受欢迎红葡萄酒 238

图表 123 2009-2010年桃红葡萄酒与佐餐酒销售增长情况 239

图表 124 2010年法国葡萄酒 (瓶装+桶装) 出口美国涨幅情况 240

图表 125 葡萄酒原料常用的SO₂ 浓度 247

图表 126 常用的下胶材料 252

图表 127 干红葡萄酒工艺流程 253

图表 128 2010-2011年中国葡萄酒进口量及均价走势分析 321

图表 129 2010-2011年中国葡萄酒进口量 322

图表 130 2007-2011年中国葡萄酒出口交货值情况 323

图表 131 2010-2011年瓶装葡萄酒进口均价情况 324

图表 132 2011年中国从不同国家进口瓶装酒的价格对比 325

图表 133 2010-2011年中国散装葡萄酒进口均价情况 326

图表 134 2011年中国从不同国家进口散装酒的价格对比 326

图表 135 2010-2011年度进口葡萄酒及相关商品结构 328

图表 136 2010年我国进口葡萄酒及相关商品比重情况 328

图表 137 2011年中国味美思酒进出口均价对比 329

图表 138 进口酒渠道或品牌运营商可分为三类 330

图表 139 主要渠道模式的优劣势对比分析 371

图表 140 区域多家代理制模式结构图 371

图表 141 区域总代理制模式结构图 372

图表 142 区域总代理制模式结构图 373

图表 143 我国葡萄酒主流渠道销售额大致占比 374

图表 144 我国葡萄酒主流销售渠道特性分析 374

图表 145 上市公司营销模式分析 375

图表 146 张裕多价位多品牌系列化产品架构图 384

图表 147 张裕的渠道模式简图 384

图表 148 葡萄酒消费群培育图 384

图表 149 张裕的葡萄酒基地分布 385

图表 150 张裕分地区的销售额（2006-11年） 385

图表 151 张裕渠道模式 386

图表 152 销售人员数量及前5大客户收入占比 386

图表 153 张裕的主要产品组合及发展潜力 386

图表 154 前3大品牌的营销活动 386

图表 155 长城渠道模式(改革前) 387

图表 156 莫高股份的产品结构 388

图表 157 莫高分部收入贡献 388

图表 158 莫高葡萄酒收入及增长 389

图表 159 产品概念创新中的三源模式 405

图表 160 2011-2012财年法国保乐力加集团营业收入分地区情况表 467

图表 161 2007-2011年张裕葡萄酿酒股份有限公司经营能力分析 470

图表 162 2011-2012年张裕葡萄酿酒股份有限公司财务指标分析 471

图表 163 2007-2011年张裕葡萄酿酒股份有限公司盈利能力分析 471

图表 164 2007-2011年张裕葡萄酿酒股份有限公司偿债能力分析 471

图表 165 2011-2012年张裕葡萄酿酒股份有限公司运营能力分析 472

图表 166 2011-2012年张裕葡萄酿酒股份有限公司成本费用分析 472

图表 167 2007-2011年中信国安葡萄酒业股份有限公司经营能力分析 473

图表 168 2011-2012年中信国安葡萄酒业股份有限公司财务指标分析 473

图表 169 2007-2011年中信国安葡萄酒业股份有限公司盈利能力分析 474

图表 170 2007-2011年中信国安葡萄酒业股份有限公司偿债能力分析 474

图表 171 2011-2012年中信国安葡萄酒业股份有限公司运营能力分析 474

图表 172 2011-2012年中信国安葡萄酒业股份有限公司成本费用分析 475

图表 173 2010-2011年中法合营王朝葡萄酒有限公司企业主要经济指标 476

图表 174 2010-2011年中法合营王朝葡萄酒有限公司企业负债指标情况 476

图表 175 2010-2011年中法合营王朝葡萄酒有限公司企业产值情况 476

图表 176 2010-2011年中法合营王朝葡萄酒有限公司企业盈利指标 477

图表 177 2010-2011年中法合营王朝葡萄酒有限公司企业盈利比率情况 477

图表 178 2010-2011年中法合营王朝葡萄酒有限公司企业成本费用情况 477

图表 179 2004-2012年第一季度通化葡萄酒股份有限公司企业经济指标表 478

图表 180 2001-2011年通化葡萄酒股份有限公司盈利能力指标表 479

图表 181 2001-2011年通化葡萄酒股份有限公司偿债能力指标表 479

图表 182 2001-2011年通化葡萄酒股份有限公司运营能力指标表 480

图表 183 2001-2011年通化葡萄酒股份有限公司成长能力指标表 480

图表 184 2001-2012年第一季度莫高实业主要经济指标表 481

图表 185 2002-2011年莫高实业成长能力指标表 481

图表 186 2004-2011年莫高实业周转能力指标表 482

图表 187 2002-2011年莫高实业盈利能力指标表 482

图表 188 2001-2011年莫高实业偿债能力指标表 483

图表 189 2004-2012年第一季度皇台酒业股份主要经济指标表 484

图表 190 2004-2011年皇台酒业股份成长能力指标表 484

图表 191 2004-2011年皇台酒业股份周转能力指标表 485

图表 192 2004-2011年皇台酒业股份盈利能力指标表 485

图表 193 2004-2011年皇台酒业股份偿债能力指标表 486

图表 194 吉林省长白山酒业集团有限公司基本情况表 486

图表 195 2010-2011年吉林省长白山酒业集团有限公司企业主要经济指标 486

图表 196 2010-2011年吉林省长白山酒业集团有限公司企业盈利指标 487

图表 197 2010-2011年吉林省长白山酒业集团有限公司企业盈利比率情况 487

图表 198 2010-2011年吉林省长白山酒业集团有限公司企业负债指标情况 487

图表 199 吉林省长白山酒业集团有限公司企业产值情况 487

图表 200 吉林省长白山酒业集团有限公司企业成本费用情况 488

图表 201 烟台威龙葡萄酒股份有限公司基本情况表 488

图表 202 2010-2011年烟台威龙葡萄酒股份有限公司企业主要经济指标 488

图表 203 2010-2011年烟台威龙葡萄酒股份有限公司企业盈利指标 489

图表 204 2010-2011年烟台威龙葡萄酒股份有限公司企业盈利比率情况 489

图表 205 2010-2011年烟台威龙葡萄酒股份有限公司企业负债指标情况 489

图表 206 烟台威龙葡萄酒股份有限公司企业产值情况 489

图表 207 烟台威龙葡萄酒股份有限公司企业成本费用情况 490

图表 208 烟台张裕卡斯特酒庄有限公司基本情况表 490

图表 209 2010-2011年烟台张裕卡斯特酒庄有限公司企业主要经济指标 490

图表 210 2010-2011年烟台张裕卡斯特酒庄有限公司企业盈利指标 491

图表 211 2010-2011年烟台张裕卡斯特酒庄有限公司企业盈利比率情况 491

图表 212 2010-2011年烟台张裕卡斯特酒庄有限公司企业负债指标情况 491

图表 213 烟台张裕卡斯特酒庄有限公司企业产值情况 492

图表 214 烟台张裕卡斯特酒庄有限公司企业成本费用情况 492

图表 215 烟台中粮葡萄酒有限公司基本情况表 492

图表 216 2010-2011年烟台中粮葡萄酒有限公司企业主要经济指标 493

图表 217 2010-2011年烟台中粮葡萄酒有限公司企业盈利指标 493

图表 218 2010-2011年烟台中粮葡萄酒有限公司企业盈利比率情况 493

图表 219 2010-2011年烟台中粮葡萄酒有限公司企业负债指标情况 493

图表 220 烟台中粮葡萄酒有限公司企业产值情况 494

图表 221 烟台中粮葡萄酒有限公司企业成本费用情况 494

图表 222 中国长城葡萄酒有限公司基本情况表 494

图表 223 2010-2011年中国长城葡萄酒有限公司企业主要经济指标 495

图表 224 2010-2011年中国长城葡萄酒有限公司企业盈利指标 495

图表 225 2010-2011年中国长城葡萄酒有限公司企业盈利比率情况 495

图表 226 2010-2011年中国长城葡萄酒有限公司企业负债指标情况 496

图表 227 中国长城葡萄酒有限公司企业产值情况 496

图表 228 中国长城葡萄酒有限公司企业成本费用情况 496

图表 229 烟台海市葡萄酒有限公司基本情况表 497

图表 230 2010-2011年烟台海市葡萄酒有限公司企业主要经济指标 497

图表 231 2010-2011年烟台海市葡萄酒有限公司企业盈利指标 497

图表 232 2010-2011年烟台海市葡萄酒有限公司企业盈利比率情况 497

图表 233 2010-2011年烟台海市葡萄酒有限公司企业负债指标情况 498

图表 234 烟台海市葡萄酒有限公司企业产值情况 498

图表 235 烟台海市葡萄酒有限公司企业成本费用情况 498

图表 236 青岛华东葡萄酒有限公司基本情况表 499

图表 237 2010-2011年青岛华东葡萄酒有限公司企业主要经济指标 499

图表 238 2010-2011年青岛华东葡萄酒有限公司企业盈利指标 499

图表 239 2010-2011年青岛华东葡萄酒有限公司企业盈利比率情况 500

图表 240 2010-2011年青岛华东葡萄酒有限公司企业负债指标情况 500

图表 241 青岛华东葡萄酒有限公司企业产值情况 500

图表 242 青岛华东葡萄酒有限公司企业成本费用情况 500

图表 243 蓬莱华鲁酒业有限公司基本情况表 501

图表 244 2010-2011年蓬莱华鲁酒业有限公司企业主要经济指标 501

图表 245 2010-2011年蓬莱华鲁酒业有限公司企业盈利指标 501

图表 246 2010-2011年蓬莱华鲁酒业有限公司企业盈利比率情况 502

图表 247 2010-2011年蓬莱华鲁酒业有限公司企业负债指标情况 502

图表 248 蓬莱华鲁酒业有限公司企业产值情况 502

图表 249 蓬莱华鲁酒业有限公司企业成本费用情况 502

图表 250 烟台御任葡萄酒有限公司基本情况表 503

图表 251 2010-2011年烟台御任葡萄酒有限公司企业主要经济指标 503

图表 252 2010-2011年烟台御任葡萄酒有限公司企业盈利指标 503

图表 253 2010-2011年烟台御任葡萄酒有限公司企业盈利比率情况 504

图表 254 2010-2011年烟台御任葡萄酒有限公司企业负债指标情况 504

图表 255 烟台御任葡萄酒有限公司企业产值情况 504

图表 256 烟台御任葡萄酒有限公司企业成本费用情况 505

图表 257 烟台威泰葡萄酒有限公司基本情况表 505

图表 258 2010-2011年烟台威泰葡萄酒有限公司企业主要经济指标 505

图表 259 2010-2011年烟台威泰葡萄酒有限公司企业盈利指标 505

图表 260 2010-2011年烟台威泰葡萄酒有限公司企业盈利比率情况 506

图表 261 2010-2011年烟台威泰葡萄酒有限公司企业负债指标情况 506

图表 262 烟台威泰葡萄酒有限公司企业产值情况 506

图表 263 烟台威泰葡萄酒有限公司企业成本费用情况 507

图表 264 山东沙城葡萄酒酿造有限公司基本情况表 507

图表 265 2010-2011年山东沙城葡萄酒酿造有限公司企业主要经济指标 507

图表 266 2010-2011年山东沙城葡萄酒酿造有限公司企业盈利指标 508

图表 267 2010-2011年山东沙城葡萄酒酿造有限公司企业盈利比率情况 508

图表 268 2010-2011年山东沙城葡萄酒酿造有限公司企业负债指标情况 508

图表 269 山东沙城葡萄酒酿造有限公司企业产值情况 508

图表 270 山东沙城葡萄酒酿造有限公司企业成本费用情况 509

图表 271 青岛爱迪尔葡萄酒有限公司基本情况表 509

图表 272 2010-2011年青岛爱迪尔葡萄酒有限公司企业主要经济指标 509

图表 273 2010-2011年青岛爱迪尔葡萄酒有限公司企业盈利指标 510

图表 274 2010-2011年青岛爱迪尔葡萄酒有限公司企业盈利比率情况 510

图表 275 2010-2011年青岛爱迪尔葡萄酒有限公司企业负债指标情况 510

图表 276 青岛爱迪尔葡萄酒有限公司企业产值情况 510

图表 277 青岛爱迪尔葡萄酒有限公司企业成本费用情况 511

图表 278 中粮华夏长城葡萄酒有限公司基本情况表 511

图表 279 2010-2011年中粮华夏长城葡萄酒有限公司企业主要经济指标 511

图表 280 2010-2011年中粮华夏长城葡萄酒有限公司企业盈利指标 512

图表 281 2010-2011年中粮华夏长城葡萄酒有限公司企业盈利比率情况 512

图表 282 2010-2011年中粮华夏长城葡萄酒有限公司企业负债指标情况 512

图表 283 中粮华夏长城葡萄酒有限公司企业产值情况 513

图表 284 中粮华夏长城葡萄酒有限公司企业成本费用情况 513

图表 285 新天国际葡萄酒业有限公司基本情况表 513

图表 286 2010-2011年新天国际葡萄酒业有限公司企业主要经济指标 514

图表 287 2010-2011年新天国际葡萄酒业有限公司企业盈利指标 514

图表 288 2010-2011年新天国际葡萄酒业有限公司企业盈利比率情况 514

图表 289 2010-2011年新天国际葡萄酒业有限公司企业负债指标情况 514

图表 290 新天国际葡萄酒业有限公司企业产值情况 515

图表 291 新天国际葡萄酒业有限公司企业成本费用情况 515

图表 292 民权县九鼎葡萄酒业有限公司基本情况表 515

图表 293 2010-2011年民权县九鼎葡萄酒业有限公司企业主要经济指标 516

图表 294 2010-2011年民权县九鼎葡萄酒业有限公司企业盈利指标 516

图表 295 2010-2011年民权县九鼎葡萄酒业有限公司企业盈利比率情况 516

图表 296 2010-2011年民权县九鼎葡萄酒业有限公司企业负债指标情况 516

图表 297 民权县九鼎葡萄酒业有限公司企业产值情况 517

图表 298 民权县九鼎葡萄酒业有限公司企业成本费用情况 517

图表 299 青岛玛丽酒业有限公司基本情况表 517

图表 300 2010-2011年青岛玛丽酒业有限公司企业主要经济指标 518

图表 301 2010-2011年青岛玛丽酒业有限公司企业盈利指标 518

图表 302 2010-2011年青岛玛丽酒业有限公司企业盈利比率情况 518

图表 303 2010-2011年青岛玛丽酒业有限公司企业负债指标情况 518

图表 304 青岛玛丽酒业有限公司企业产值情况 519

图表 305 青岛玛丽酒业有限公司企业成本费用情况 519

图表 306 中粮南王山谷君顶酒庄有限公司基本情况表 519

图表 307 2010-2011年中粮南王山谷君顶酒庄有限公司企业主要经济指标 520

图表 308 2010-2011年中粮南王山谷君顶酒庄有限公司企业盈利指标 520

图表 309 2010-2011年中粮南王山谷君顶酒庄有限公司企业盈利比率情况 520

图表 310 2010-2011年中粮南王山谷君顶酒庄有限公司企业负债指标情况 521

图表 311 中粮南王山谷君顶酒庄有限公司企业产值情况 521

图表 312 中粮南王山谷君顶酒庄有限公司企业成本费用情况 521

图表 313 烟台九品红葡萄酒有限公司基本情况表 522

图表 314 2010-2011年烟台九品红葡萄酒有限公司企业主要经济指标 522

图表 315 2010-2011年烟台九品红葡萄酒有限公司企业盈利指标 522

图表 316 2010-2011年烟台九品红葡萄酒有限公司企业盈利比率情况 522

图表 317 2010-2011年烟台九品红葡萄酒有限公司企业负债指标情况 523

图表 318 烟台九品红葡萄酒有限公司企业产值情况 523

图表 319 烟台九品红葡萄酒有限公司企业成本费用情况 523

图表 320 甘肃莫高国际酒庄有限公司基本情况表 524

图表 321 2010-2011年甘肃莫高国际酒庄有限公司企业主要经济指标 524

图表 322 2010-2011年甘肃莫高国际酒庄有限公司企业盈利指标 524

图表 323 2010-2011年甘肃莫高国际酒庄有限公司企业盈利比率情况 525

图表 324 2010-2011年甘肃莫高国际酒庄有限公司企业负债指标情况 525

图表 325 甘肃莫高国际酒庄有限公司企业产值情况 525

图表 326 甘肃莫高国际酒庄有限公司企业成本费用情况 525

图表 327 甘肃威龙有机葡萄酒有限公司基本情况表 526

图表 328 2010-2011年甘肃威龙有机葡萄酒有限公司企业主要经济指标 526

图表 329 2010-2011年甘肃威龙有机葡萄酒有限公司企业盈利指标 526

图表 330 2010-2011年甘肃威龙有机葡萄酒有限公司企业盈利比率情况 527
图表 331 2010-2011年甘肃威龙有机葡萄酒有限公司企业负债指标情况 527
图表 332 甘肃威龙有机葡萄酒有限公司企业产值情况 527
图表 333 甘肃威龙有机葡萄酒有限公司企业成本费用情况 527
图表 334 烟台阿拉红酒业有限公司基本情况表 528
图表 335 2010-2011年烟台阿拉红酒业有限公司企业主要经济指标 528
图表 336 2010-2011年烟台阿拉红酒业有限公司企业盈利指标 528
图表 337 2010-2011年烟台阿拉红酒业有限公司企业盈利比率情况 529
图表 338 2010-2011年烟台阿拉红酒业有限公司企业负债指标情况 529
图表 339 烟台阿拉红酒业有限公司企业产值情况 529
图表 340 烟台阿拉红酒业有限公司企业成本费用情况 529
图表 341 烟台凯斯特酒庄葡萄酒有限公司基本情况表 530
图表 342 2010-2011年烟台凯斯特酒庄葡萄酒有限公司企业主要经济指标 530
图表 343 2010-2011年烟台凯斯特酒庄葡萄酒有限公司企业盈利指标 530
图表 344 2010-2011年烟台凯斯特酒庄葡萄酒有限公司企业盈利比率情况 531
图表 345 2010-2011年烟台凯斯特酒庄葡萄酒有限公司企业负债指标情况 531
图表 346 烟台凯斯特酒庄葡萄酒有限公司企业产值情况 531
图表 347 烟台凯斯特酒庄葡萄酒有限公司企业成本费用情况 532
图表 348 云南香格里拉酒业股份有限公司基本情况表 532
图表 349 2010-2011年云南香格里拉酒业股份有限公司企业主要经济指标 532
图表 350 2010-2011年云南香格里拉酒业股份有限公司企业盈利指标 533
图表 351 2010-2011年云南香格里拉酒业股份有限公司企业盈利比率情况 533
图表 352 2010-2011年云南香格里拉酒业股份有限公司企业负债指标情况 533
图表 353 云南香格里拉酒业股份有限公司企业产值情况 533
图表 354 云南香格里拉酒业股份有限公司企业成本费用情况 534
图表 355 20大起泡酒市场消费预测和20大红葡萄酒市场消费预测 552
图表 356 近年来葡萄酒行业相关标准不断完善 571
图表 357 "十二五"时期经济社会发展主要指标 571

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/209404.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。