



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2008年中国葡萄酒渠道及经销商 竞争力分析报告

# 一、调研说明

《2008年中国葡萄酒渠道及经销商竞争力分析报告》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/42427.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

第一篇 2008年葡萄酒市场背景	1
第一章 葡萄酒产业运行特性	1
第一节 葡萄酒产业投资吸引力	1
一、市场规模及其增长	1
二、产业的生命周期分析	2
三、行业赢利能力分析	3
四、市场竞争程度分析	4
第二节 葡萄酒，啤酒，白酒特征	6
一 2007年不同酒类资产规模比较	6
二 2007年不同酒类销售规模比较	6
三 2007年不同酒类企业数量比较	7
四 2007年不同酒类盈利规模比较	8
五 2007年不同酒类盈利能力比较	9
第二章 全球葡萄酒产业背景	10
第一节 2007年全球葡萄酒供需	10
一 2007年全球葡萄酒产量	10
二 全球葡萄酒区域消费	10
第二节 2007年全球区域市场	11
一 2007年德国葡萄酒消费额达42亿欧元	11
二 2007年西班牙葡萄酒出口创历史新高	11
三 2007年澳大利亚葡萄酒出口稳步增长	11
四 2007年美国葡萄酒消费增长	12
第三章 2007年中国葡萄酒供需分析	12
第一节 中国葡萄酒产量分析	12
一 2002-2007年中国葡萄酒总产量	12
二 2002-2007年葡萄酒产量地区分析	13
第二节 中国葡萄酒消费者调查分析	15

- 一 中国葡萄酒消费市场分析 15
- 二 2011年我国消费量达8.286亿升 16

#### 第四章 2007年葡萄酒领先竞争主体 17

##### 第一节 张裕葡萄酒 18

- 一 公司简介 18
- 二 产品系列分析 18
- 三 2007年张裕财务运行分析 22
- 四 企业竞争力分析 24

##### 第二节 中粮长城葡萄酒 27

- 一 中粮酒业 27
- 二 长城概括 27
- 三 产品线分析 29
- 四 长城渠道特点分析 31

##### 第三节 中法合营王朝葡萄酒 31

- 一 企业基本情况 31
- 二 企业主要产品 32
- 三 企业经营情况分析 33

##### 第四节 烟台威龙葡萄酒分析 35

- 一 企业概括 35
- 二 产品线分析 36
- 三 企业经营情况分析 36
- 四 威龙企业竞争力分析 38

#### 第二篇 葡萄酒渠道篇 39

##### 第一章 2007年葡萄酒市场调研 39

##### 第一节 葡萄酒市场格局 39

- 一 2007年葡萄酒品牌格局 39
- 二 2007年葡萄酒区域格局 48
- 三 2007年葡萄酒产品结构 52
- 四 2007年葡萄酒渠道市场 54
- 五 2007年葡萄酒进口格局 55

## 第二节 葡萄酒价格分析 56

### 一 2007年价格整体动态 56

### 二 2007年国内葡萄酒价格 56

### 三 2007年进口葡萄酒价格 59

## 第二章 葡萄酒营销方式分析 61

### 第一章 葡萄酒营销方式比较 61

#### 一 代理制 61

#### 二 经销制 62

#### 三 直销 63

#### 四 买断经营 63

### 第二节 葡萄酒代理商分析 64

#### 一 葡萄酒代理历史 64

#### 二 代理商类型 65

#### 三 代理商面临的问题 66

#### 四 未来发展建议 67

### 第三节 葡萄酒运营模式分析 68

#### 一 葡萄酒专卖店 68

#### 二 单一或少数品牌推广 70

#### 三 自主品牌运营 71

### 第四节 进口葡萄酒运作模式 71

#### 一 传统代理型 72

#### 二 竞合型 73

#### 三 品牌运营型 74

#### 四 贴牌销售型 75

### 第五节 领先企业渠道分析 76

#### 一 长城渠道分析 76

#### 二 张裕渠道分析 76

#### 三 王朝渠道分析 77

#### 四 新天 77

#### 五 云南红 77

#### 六 华东葡萄酒 77

### 第三章 重点区域市场分析 78

#### 第一节 北京市场 78

##### 一 北京葡萄酒市场规模 78

##### 二 北京经销商格局 78

##### 三 北京主销渠道分析 78

##### 四 北京消费特点分析 79

##### 五 领先企业北京渠道 79

#### 第二节 广东市场 82

##### 一 广东市场规模分析 82

##### 二 广东产品市场结构分析 83

##### 三 广东消费人群特点 84

##### 四 广东渠道模式分析 84

##### 五 广东市场推广分析 86

### 第四章 葡萄酒经销商竞争力 86

#### 第一节 广州龙程 86

##### 一 企业概况 86

##### 二 竞争力分析 88

#### 第二节 北京朝批商贸 90

##### 一 企业概况 91

##### 二 竞争力分析 91

#### 第三节 浙江商源 92

##### 一 企业概况 92

##### 二 竞争力分析 92

#### 第四节 福建吉马酒业 93

##### 一 企业概况 93

##### 二 竞争力分析 93

#### 第五节 富隆 93

##### 一 企业概况 93

##### 二 竞争力分析 93

#### 第六节 ASC 93

## 一 企业概况 93

## 二 竞争力分析 93

### 图表目录

图表 1	2001-2007年中国葡萄酒行业销售收入变化图	单位：千元	1
图表 2	2001-2007年中国葡萄酒行业销售收入变化图	单位：千元	2
图表 3	中国葡萄酒市场生命周期分析图		3
图表 4	2001-2007年中国葡萄酒行业利润总额变化图	单位：千元	3
图表 5	2003-2007年中国葡萄酒行业盈利能力变化趋势图		4
图表 6	2006 - 2007年不同酒类行业资产规模一览表		6
图表 7	2007年不同酒类资产规模比例图（数据：2007年1 - 11月）		6
图表 8	2006 - 2007年不同酒类行业销售收入一览表		7
图表 9	2007年不同酒类销售收入比例图（数据：2007年1 - 11月）		7
图表 10	2006 - 2007年不同酒类行业企业数量一览表		7
图表 11	2007年不同酒类企业数量比例图（数据：2007年1 - 11月）		7
图表 12	2006 - 2007年不同酒类行业利润总额一览表		8
图表 13	2007年不同酒类利润总额比例图（数据：2007年1 - 11月）		8
图表 14	2006 - 2007年不同酒类行业盈利能力一览表		9
图表 15	2007年不同酒类行业盈利能力变化图（数据：2007年1 - 11月）		9
图表 16	2001-2007年中国葡萄酒产量一览表	单位:吨	12
图表 17	2001-2007年中国葡萄酒产量变化趋势图	单位:吨	13
图表 18	2002-2007年中国葡萄酒地区产量一览表	单位:吨	13
图表 19	2007年葡萄酒产量地区比例图		14
图表 20	2006年葡萄酒产量地区比例图		15
图表 21	2006 - 2011年中国葡萄酒年销量预测一览表	单位：亿瓶	17
图表 22	张裕葡萄酒产品系列一览表		18
图表 23	2004 - 2007年张裕集团有限财务数据一览表		22
图表 24	2007年张裕集团有限不同产品收入一览表		23
图表 25	2007年张裕集团有限不同区域收入一览表		24
图表 26	中粮酒业长城葡萄酒产品线一览表		29
图表 27	2002-2005年中法合营王朝葡萄酿酒有限公司产量变化图		33
图表 28	2002-2005年中法合营王朝葡萄酿酒有限公司资产变化图	单位：千元	33

图表 29	2002-2005年中法合营王朝葡萄酿酒有限公司销售收入变化图	单位：千元	34
图表 30	2002-2005年中法合营王朝葡萄酿酒有限公司利润变化图	单位：千元	34
图表 31	2002 - 2005年烟台威龙产量变化图	单位：吨	36
图表 32	2002 - 2005年烟台威龙资产变化图	单位：千元	37
图表 33	2002 - 2005年烟台威龙销售收入变化图	单位：千元	37
图表 34	2002 - 2005年烟台威龙利润总额变化图	单位：千元	38
图表 35	2005年葡萄酒市场份额（按产量）		40
图表 36	2005年葡萄酒市场份额（按收入）		44
图表 37	2002-2007年中国葡萄酒地区产量一览表	单位:吨	48
图表 38	2006 - 2007年葡萄酒不同地区销售收入一览表	单位：千元	50
图表 39	2007年葡萄酒不同地区销售收入比例图		50
图表 40	2006 - 2007年葡萄酒不同地区利润总额一览表	单位：千元	51
图表 41	2007年葡萄酒不同地区利润总额比例图		52
图表 42	2010年中国葡萄酒消费结构比例图		52
图表 43	2007年中国葡萄酒不同消费渠道比重图		54
图表 44	2006-2008年进口葡萄酒占国内市场份额变化图		55
图表 45	2001 - 2007年葡萄酒产量及销售价格变化趋势图		56
图表 46	2004 - 2007年葡萄酒销售价格变化趋势图		57
图表 47	2004 - 2007年葡萄酒销售成本变化趋势图		57
图表 48	2006年全国主要葡萄酒产地的葡萄酒平均销售单价（单位：元/吨）		58
图表 49	2004 - 2007年小包装进口葡萄酒数量及价格变化趋势图	单位：吨，美元/吨	59
图表 50	2004 - 2007年进口散包装葡萄酒数量及价格变化趋势图	单位：吨，美元/吨	59

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42427.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。