



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008-2010年中国葡萄酒市场深度调研及发展趋势预测分析报告

一、调研说明

《2008-2010年中国葡萄酒市场深度调研及发展趋势预测分析报告》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/42448.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

目前，中国葡萄酒业日渐走向成熟。尽管中国的葡萄酒消费还不普及，消费层次偏低，人均消费量比较小，葡萄酒在酒精类饮品中的比重还很小，但是经过20多年的发展，在从计划经济到市场经济的进程中，中国葡萄酒已形成内部和外部相关产业的产、供、销一体化配置。在我国葡萄酒市场，张裕、王朝、长城的市场占有率合计高达52%，3家合计拥有全行业资产的38.1%，销售收入合计达到56.7%，再加上十几个分别是来自于法国、意大利等国的进口品牌。大多数国产品牌只能囿于某一地区争夺立足之地，缺乏市场竞争力，更没有角

截至2008年2月底，我国共有158家葡萄酒制造企业，主要分布在山东、河北、河南、吉林等地区。2008年1-2月158家企业中亏损了25家，亏损企业占有所有企业的15.82%，亏损金额达2571.4万元。

目前，中国葡萄酒产业从政府管理到行业自身，调节机制已比较完备。行业从初级阶段的感性向理性发展；市场从感性消费逐步向理性消费转化；竞争从单一到多层次、多方位变化；品牌也开始从单一到更加丰富。特别是新国家标准、地理标志保护的出台，国际葡萄酒企业的规模化进入，国内企业自身的战略发展，标志着中国葡萄酒已经与世界葡萄酒融为一体，从初级阶段进入发展阶段。

本报告详尽描述了中国葡萄酒行业运行的环境，重点研究并预测了其下游行业发展以及对葡萄酒需求变化的长期和短期趋势。针对当前行业发展面临的机遇与威胁，提出了我们对葡萄酒行业发展的投资及战略建议。本报告以严谨的内容、翔实的数据、直观的图表帮助葡萄酒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。我们的主要数据来源于国家统计局、国家信息中心、海关总署等业内权威专业研究机构以及我中心的实地调研。本报告整合了多家权威机构的数据资源和专家资源，从众多数据中提炼出了精当、真正有价值的情报，并结合了行业所处的环境，从理论到实践、宏观与微观等多个角度进行研究分析，其结论和观点力求达到前瞻性、实用性和可行性的统一。这是我中心经过市场调查和数据采集后，由专家小组历时一年时间精心制作而成。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！

【 目 录 】

第一章 2007-2008年世界葡萄酒产业发展形势分析

第一节 2007-2008年世界葡萄酒产业发展概况分析

- 一、新世界葡萄酒发展迅速
- 二、世界葡萄酒酿造技术向高科技发展
- 三、世界葡萄酒产业品牌竞争激烈分析

第二节 2007-2008年世界葡萄酒市场运行状况分析

- 一、世界葡萄种植面积统计分析
- 二、2007年世界葡萄酒市场需求状况分析
- 三、2007-2008年世界葡萄酒市场价格走高分析

第三节 2008-2010年世界葡萄酒产业发展趋势预测分析

第二章 2007-2008年世界葡萄酒产业主要国家生产状况及竞争分析

第一节 法国

- 一、法国葡萄酒产业品牌与文化的融合
- 二、法国葡萄酒产业挑战欧盟改革
- 三、法国葡萄酒加大在中国的推广力度

第二节 意大利

- 一、意大利的葡萄品种
- 二、意大利主要葡萄酒产区介绍
- 三、意大利葡萄酒产品的分级

第三节 澳大利亚

- 一、澳大利亚葡萄酒产业发展综述
- 二、澳大利亚葡萄酒的品种与生产企业
- 三、澳大利亚葡萄酒对华出口增长迅猛

第四节 德国

- 一、德国葡萄酒产业的文化及地位
- 二、德国葡萄酒产业的主要特点
- 三、德国葡萄酒的种类
- 四、未来德国葡萄酒发展前景看好

第五节 美国

- 一、美国葡萄酒的发展史
- 二、美国葡萄酒命名原则探究
- 三、美国葡萄酒消费量连续13年增长
- 四、2010年美国将成全世界最大的葡萄酒市场

第三章 2007-2008年中国葡萄酒产业展环境分析

第一节 2007-2008年中国葡萄酒产业经济发展环境分析

- 一、宏观经济发展分析
- 二、原料供应价格上涨分析
- 三、人民币升值影响力分析

第二节 2007-2008年中国葡萄酒产业政策发展环境分析

- 一、2008年葡萄酒新标准将执行
- 二、解析《地理标志产品通化山葡萄酒》标准体系
- 三、中国葡萄酿酒技术规范

第三节 2007-2008年中国葡萄酒产业社会环境发展分析

第四章 2007-2008年中国葡萄酒产业营运格局分析

第一节 2007-2008年中国葡萄酒产业发展概况分析

- 一、国内葡萄酒产业链已初步形成
- 二、中国葡萄酒产业进入高速发展期
- 三、2007-2008年中国葡萄种植状况分析

第二节 2007-2008年中国葡萄酒产业发展特点分析

- 一、竞争趋于白热化，终端成为主战场
- 二、结构调整步伐加快，高档化趋势明显
- 三、东西差距缩小，实现增速并驾齐驱
- 四、消费显露成熟，产品评判出现新标准
- 五、中国成为国际葡萄酒关注的焦点
- 六、葡萄酒产销量稳步增长，价格稳定

第三节 2007-2008年中国葡萄酒工业存在的问题与对策分析

第五章 2007-2008年中国葡萄酒制造业运行数据统计分析

第一节 2007-2008年葡萄酒制造业总体数据

一、2007年1-11月我国葡萄酒制造业运行情况

二、2008年1-2月我国葡萄酒制造业运行情况

第二节 2007-2008年2月葡萄酒制造业不同所有制性质企业数据

一、2007年1-11月葡萄酒制造业不同所有制性质企业数据

二、2008年1-2月我国葡萄酒制造业不同所有制性质企业数据

第三节 2007-2008年5月中国不同规模葡萄酒制造企业数据

一、2007年1-11月中国不同规模葡萄酒制造企业数据分析

二、2008年1-2月中国不同规模葡萄酒制造企业数据分析

第四节 2006-2007年度我国葡萄酒制造业销售收入前十家企业分析

第六章 2007-2008年中国葡萄酒市场运行态势分析

第一节 2007-2008年中国葡萄酒市场运行状况分析

一、中国葡萄酒市场迎来收获季节

二、中国葡萄酒三大巨头拓展国际市场

三、中国葡萄酒市场出现专卖店新格局

第二节 2007-2008年中国葡萄酒市场发展存在的问题分析

一、葡萄酒市场价格体系混乱

二、葡萄酒市场四大问题亟待改善

三、中国葡萄酒目标市场定位不明

四、中国葡萄酒市场缺乏个性的品牌

第三节 2007-2008年中国拓展葡萄酒市场的战略措施分析

一、葡萄酒企业开拓市场的五大策略

二、葡萄酒市场实现稳步发展的战略

第七章 2007-2008年中国葡萄酒高端市场需求状况分析

第一节 2007-2008年中国葡萄酒高端市场发展状况分析

一、中外葡萄酒对决高端葡萄酒市场

二、国产葡萄酒品牌发力高端市场

三、高端葡萄酒掀起争夺战

第二节 2007-2008年中国高端葡萄酒市场需求调查分析

一、消费者购买因素分析

二、收入对消费者购买影响分析

三、品牌对消费者购买影响分析

第三节 2007-2008年中国葡萄酒高端产品市场发展存在的问题分析

第八章 2007-2008年中国红葡萄酒以及干葡萄酒产业局势发展动态分析

第一节 2007-2008年中国红葡萄酒产业发展状况分析

一、法国红葡萄酒强势突击中国市场

二、“串货”导致红酒低价抛售

三、中国红葡萄酒市场将向高档化发展

第二节 2007-2008年中国干红葡萄酒市场动态分析

一、国内中高档干红葡萄酒市场畅销

二、洋葱、芹菜干红葡萄酒上海受宠

三、未来干红葡萄酒文化的发展前景

第三节 2007-2008年中国红葡萄酒与干红葡萄酒市场比较分析

第九章 2007-2008年中国年份酒与庄园酒市场运行状况特点分析

第一节 年份酒

一、自然环境对葡萄酒年份的影响

二、葡萄酒标注假年份利润丰厚

三、2008年将施行年份酒新标准

第二节 庄园酒

一、葡萄酒产业的“庄园”现象

二、葡萄酒产业庄园运动带来的变局

三、庄园酒成为企业高端市场的法宝

第三节 2007-2008年中国庄园酒发展建议与对策分析

第十章 2007-2008年中国其它葡萄酒市场发展讲解

第一节 甜葡萄酒

一、甜葡萄酒的历史与酿造工艺

二、甜葡萄酒低价出售原因分析

三、甜型葡萄酒企业出路之所在

第二节 冰葡萄酒

- 一、国产冰葡萄酒进入市场
- 二、国内冰酒生产工艺的开发
- 三、国内冰葡萄酒市场潜力大

第三节 白葡萄酒

- 一、中国酿制白葡萄酒的葡萄品种
- 二、白葡萄酒与红葡萄酒的区别
- 三、白葡萄酒的杀菌作用

第四节 起泡葡萄酒

- 一、起泡葡萄酒的酿造方法
- 二、细菌对起泡葡萄酒的质量影响
- 三、未来起泡葡萄酒市场潜力巨大

第十一章 2007-2008年中国葡萄酒行业竞争格局分析

第一节 2007-2008年影响中国葡萄酒产品竞争力的因素分析

- 一、品牌
- 二、市场价格
- 三、销售策略

第二节 2007-2008年提高中国葡萄酒产业竞争力建议与对策分析

- 一、中国葡萄酒产业需实现国际化
- 二、提高葡萄酒行业竞争力的方略
- 三、应提高葡萄酒企业的核心竞争力

第十二章 2007-2008年中国葡萄酒区域产业比较分析 97

第一节 蓬莱

- 一、蓬莱葡萄酒产业发展的特色
- 二、蓬莱葡萄酒产业面临严峻挑战
- 三、蓬莱葡萄酒产业发展的对策

第二节 烟台

- 一、烟台葡萄酒市场发展的主要特点
- 二、烟台葡萄及葡萄酒旅游产业的发展
- 三、烟台葡萄酒工业发展的问题与差距
- 四、烟台葡萄酒产业未来发展建议

第三节 昌黎

- 一、昌黎县葡萄酒产业发展的环境
- 二、2007-2008年昌黎干红葡萄酒产业概况
- 三、昌黎葡萄酒产区发展的问题剖析
- 四、未来昌黎葡萄酒业发展的工作重点

第四节 甘肃

- 一、甘肃省葡萄资源优势明显
- 二、甘肃省葡萄酒企业发展状况
- 三、未来几年甘肃省葡萄酒产销量

第五节 宁夏自治区

- 一、宁夏葡萄酒产业的艰辛历程
- 二、宁夏葡萄酒行业进入整合时期
- 三、宁夏开发自然甜葡萄酒有双重效益
- 四、贺兰山葡萄酒产业的发展战略

第六节 新疆

- 一、新疆葡萄种植业发展概况
- 二、新疆葡萄酒市场不景气
- 三、浅析原料产地争夺战打破新疆葡萄酒格局

第七节 吉林

- 一、吉林各地葡萄酒品牌分立
- 二、吉林柳河全力打造山葡萄酒品牌
- 三、吉林葡萄酒营销存在的问题及策略

第十三章 2007-2008年中国主要葡萄酒生产企业发展战略及竞争力分析

第一节 张裕葡萄酿酒股份有限公司

- 一、企业基本概况分析
- 二、2007-2008年企业经营分析
- 三、2007-2008年企业核心竞争力分析
- 四、未来企业发展规划分析

第二节 中粮华夏长城葡萄酒有限公司

- 一、企业基本概况分析
- 二、企业发展经营分析

三、2007-2008年企业核心竞争力分析

四、未来企业发展规划分析

第三节 中法合营王朝葡萄酿酒有限公司

一、企业基本概况分析

二、企业发展经营分析

三、2007-2008年企业核心竞争力分析

四、未来企业发展规划分析

第四节 新天国际葡萄酒业有限公司

一、企业基本概况分析

二、2007-2008年企业经营分析

三、2007-2008年企业核心竞争力分析

四、未来企业发展规划分析

第五节 通化葡萄酒股份有限公司

一、企业基本概况分析

二、2007-2008年企业发展经营分析

三、2007-2008年企业核心竞争力分析

四、未来企业发展规划分析

第十四章 2007-2008年中国葡萄酒营销渠道与策略分析

第一节 2007-2008年国内外葡萄酒营销状况分析

一、浅析法系葡萄酒在国内市场营销谋变

二、澳洲虎葡萄酒的创新营销模式分析

三、剖析国内外葡萄酒营销文化的差异

四、中国葡萄酒业营销的八点建议

第二节 2007-2008年中国葡萄酒营销渠道分析

一、中国葡萄酒市场运营模式

二、中国葡萄酒的新营销流通趋势

三、第三方独立营销商和营销网络

四、红酒分渠道亟待解决的四大问题

五、夜场在葡萄酒区域市场开发中的作用

第三节 2007-2008年中国葡萄酒营销策略分析

一、品牌营销策略分析

- 二、葡萄酒包装策略
- 三、葡萄酒专卖店的营销战略
- 四、葡萄酒促销策略分析

第十五章 2008-2010年中国葡萄酒业发展前景趋势预测分析

第一节 2008-2010年中国葡萄酒行业发展前景趋势预测分析

- 一、中国葡萄酒市场中长期的消费趋势
- 二、未来葡萄酒产业将进入快速增长期
- 三、国内葡萄酒产业已呈现四大发展趋势

第二节 2008-2010年中国葡萄酒市场发展预测分析

- 一、价格走势分析
- 二、产销预测分析
- 三、出口预测分析

第十六章 2008-2010年中国葡萄酒行业投资机会与风险分析

第一节 2008-2010年中国葡萄酒行业投资环境分析

第二节 2008-2010年中国葡萄酒行业投资周期分析

- 一、经济周期
- 二、增长性与波动性
- 三、成熟度分析

第三节 2008-2010年中国葡萄酒行业投资机会分析

- 一、投资潜力分析
- 二、吸引力分析
- 三、盈利水平分析
- 四、融资方式分析

第四节 2008-2010年中国葡萄酒行业投资风险预警分析

图表目录部分

图表 1 1979-2008年世界葡萄栽培面积

图表 2 2007年世界葡萄栽培面积各大洲分布

图表 3 2007年世界主要国家葡萄酒人均消费

图表 4 2003-2008年我国GDP总量及增长情况

图表 5 2008年我国宏观经济主要指标预测

图表 6 2003-2008年我国居民消费价格涨跌幅度

图表 7 2002-2007年我国CPI指数变化情况

图表 8 2005-2008年6月人民币汇率中间价变化趋势图

图表 9 1990-2007年我国人口出生率、死亡率及自然增长率 单位：%

图表 10 2007年底我国人口数及其构成 图

图表 11 2003-2008年我国农村人均纯收入增长趋势图

图表 12 2003-2008年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表 13 我国进口葡萄酒量占据国产葡萄酒产量的比例呈现上涨趋势

图表 14 中国葡萄酒市场占有率情况

图表 15 2003-2007年我国葡萄酒进口量情况（截至2007年8月）单位：吨

图表 17 2007年我国葡萄酒行业经营情况 单位：万元

图表 18 中国进口葡萄酒国家在华份额情况

图表 19 2005-2007年葡萄酒月度产量及其增长情况

图表20 2007年1-11月我国葡萄酒制造业主要指标运行情况一览表 单位：千元、家、人

图表 21 2007年1-11月我国葡萄酒制造业企业数量分布图

图表 22 2007年1-11月我国葡萄酒制造业总资产分布图

图表 23 2007年1-11月我国葡萄酒制造业销售收入分布图

图表 24 2008年1-2月我国葡萄酒制造业运行情况 单位：千元、人

图表 25 2007年1-11月我国葡萄酒制造业不同所有制性质企业主要经济指标运行情况

图表 26 2007年1-11月葡萄酒制造业不同所有制性质企业总资产对比图 单位：千元

图表 27 2007年1-11月葡萄酒制造业不同所有制性质企业销售收入对比图 单位：千元

图表 28 2007年1-11月葡萄酒制造业不同所有制性质企业利润总额对比图 单位：千元

图表 29 2007年1-11月葡萄酒制造业不同所有制性质企业从业人数对比图 单位：人

图表 30 2008年1-2月我国葡萄酒制造业不同所有制性质企业主要经济指标运行情况

图表 31 2008年1-2月我国葡萄酒制造业不同所有制性质企业数量对比图 单位：千元

图表 32 2008年1-2月我国葡萄酒制造业不同所有制性质企业总资产对比图 单位：千元

图表 33 2008年1-2月我国葡萄酒制造业不同所有制性质企业销售收入对比图 单位：千元

图表 34 2008年1-2月我国葡萄酒制造业不同所有制性质企业利润总额对比图

图表 35 2008年1-2月我国葡萄酒制造业不同所有制性质企业从业人数对比图 单位：人

图表 36 2007年1-11月中国不同规模葡萄酒制造业主要经济指标运行情况 单位：千元

图表 37 2007年11月底我国葡萄酒制造业不同规模企业数量分布

图表 38 2007年1-11月我国葡萄酒制造业不同规模企业总资产对比 单位：千元

图表 39 2007年1-11月我国葡萄酒制造业不同规模企业销售收入对比 单位：千元

图表 40 2007年1-11月我国葡萄酒制造业不同规模企业利润总额对比 单位：千元 78

图表 41 2007年1-11月我国葡萄酒制造业不同规模企业从业人数对比 单位：人

图表 42 2008年1-2月中国不同规模葡萄酒制造企业主要经济指标运行情况 单位：千元

图表 43 2008年1-2月中国不同规模葡萄酒制造企业总资产情况 单位：千元

图表 44 2008年1-2月中国不同规模葡萄酒制造企业销售收入情况 单位：千元

图表 45 2008年1-2月中国不同规模葡萄酒制造企业利润总额情况 单位：千元

图表 46 2008年1-2月中国不同规模葡萄酒制造企业从业人数情况 单位：人

图表 47 2006-2007年度我国葡萄酒制造业销售收入前十家企业产量收入情况

图表 48 2006-2007年度我国葡萄酒制造业销售收入前十家企业盈利情况 单位：千元

图表 49 2006-2007年度我国葡萄酒制造业销售收入前十家企业资产负债指标 单位：千元

图表 50 2006-2007年度我国葡萄酒制造业销售收入前十家企业资产负债指标 单位：千元

图表 51 2006-2008年我国甘肃省葡萄酒企业数量情况

图表 52 2008年我国甘肃省葡萄酒制造企业主要经济指标

图表 53 2003-2008年张裕葡萄酿酒股份有限公司营业收入变化趋势图

图表 54 2003-2008年张裕葡萄酿酒股份有限公司净利润变化趋势图

图表 55 2003-2008年张裕葡萄酿酒股份有限公司总资产变化趋势图

图表 56 2007年张裕葡萄酿酒股份有限公司分产品分行业经营情况 单位:万元

图表 57 2007年张裕葡萄酿酒股份有限公司各个地区营业收入比例情况

图表 58 中粮华夏长城葡萄酒有限公司主要产量收入情况 单位：千元

图表 59 中粮华夏长城葡萄酒有限公司盈利情况 单位：千元

图表 60 中粮华夏长城葡萄酒有限公司偿债情况 单位：千元

图表 61 中粮华夏长城葡萄酒有限公司成本费用情况 单位：千元

图表 62 中法合营王朝葡萄酿酒有限公司主要产量收入情况 单位：千

图表 63 中法合营王朝葡萄酿酒有限公司盈利情况 单位：千元

图表 64 中法合营王朝葡萄酿酒有限公司偿债情况 单位：千元

图表 65 中法合营王朝葡萄酿酒有限公司成本费用情况 单位：千元

图表 66 2003-2008年新天国际葡萄酒业股份有限公司营业收入变化情况

图表 67 2003-2008年新天国际葡萄酒业股份有限公司营净利润变化情况

图表 68 2003-2008年新天国际葡萄酒业股份有限公司总资产变化情况

图表 69 2007年新天国际葡萄酒业股份有限公司分产品分行业分产品经营情况 单位：元

图表 71 2003-2008 年通化葡萄酒股份有限公司营业收入变化趋势图

图表 73 2007年通化葡萄酒股份有限公司分地区营业收入比例情况

图表 74 2001-2007 我国葡萄酒产量与销售价格变化趋势

图表 75 2000-2007年中国葡萄酒产量统计 单位：万吨

图表 76 2001-2008年我国桶装葡萄酒进口量及变化

图表 77 2001-2008年我国瓶装葡萄酒进口量及变化

图表 78 2003-2007 年我国葡萄酒行业经济数据

图标79 略。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42448.html>

- 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

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。