



艾凯咨询
ICAN Consulting

2007年中国葡萄酒行业调研及2010年发展预测报告

一、调研说明

《2007年中国葡萄酒行业调研及2010年发展预测报告》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/42625.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 中国葡萄酒行业概况 | 1 |
| 第一节 产业吸引力分析 | 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 | 3 |
| 五、目前葡萄酒消费定位 | 4 |
| 第二节 葡萄酒成本结构分析 | 4 |
| 一 生产成本 | 5 |
| 二 渠道成本 | 5 |
| 三 推广成本 | 5 |
| 第三节 2007年三大集团动态分析 | 6 |
| 一 长城 巧打“奥运”和“酒庄”牌 | 6 |
| 二 王朝 推进巨头联姻内外有序扩张 | 7 |
| 三 张裕 国际化战略布局基本成型 | 7 |
| 第四节 2007年上半年行业运行特点 | 8 |
| 一 原料采购基地化 | 8 |
| 二 产品生产差异化 | 8 |
| 三 营销手段多样化 | 9 |
| 四 品牌塑造高端化 | 9 |
| 五 存在的主要问题 | 10 |
| 六 下半年发展趋势 | 10 |
| 第五节 宏观经济形势对行业的影响 | 12 |
| 一 GDP增长 | 12 |
| 二 社会消费品零售总额增长 | 12 |
| 三 餐饮业消费额增长 | 12 |
| 四 商品进出口贸易 | 13 |
| 五 CPI增长 | 13 |
| 六 居民收入增长 | 13 |

| | |
|---------------------------|----|
| 七 外汇储备收入 | 13 |
| 第六节 宏观经济政策对行业的影响 | 13 |
| 一 财政政策 | 14 |
| 二 货币政策 | 14 |
| 三 食品安全政策 | 14 |
| 四 餐饮业管理规范 | 14 |
| 五 新农村政策 | 14 |
| 六 进一步对外开放政策 | 15 |
| | |
| 第二章 全球葡萄酒行业发展状况 | 15 |
| 第一节 2006年全球葡萄酒供需分析 | 15 |
| 一 2006年全球葡萄酒产量 | 15 |
| 二 2006年全球葡萄酒消费 | 16 |
| 三 2002 - 2006年欧洲葡萄酒产量 | 16 |
| 第二节 2006 - 2007年全球动态分析 | 17 |
| 一 2006年意大利葡萄酒产量 | 17 |
| 二 2006年智利葡萄酒产量 | 18 |
| 三 2007年西班牙规划成为葡萄酒出口国 | 18 |
| 四 英国葡萄酒消费出现停滞 | 18 |
| 五 保加利亚年葡萄酒消费量达5千万升 | 19 |
| 第三节 全球葡萄酒市场2010年展望 | 19 |
| | |
| 第三章 2002 - 2007年中国葡萄酒供需分析 | 20 |
| 第一节 中国葡萄酒产量分析 | 20 |
| 一 2002-2007年中国葡萄酒总产量 | 20 |
| 二 2002-2007年葡萄酒产量地区分析 | 21 |
| 第二节 中国葡萄酒消费者调查分析 | 23 |
| 一 中国葡萄酒消费规模及成长性分析 | 23 |
| 二 不同收入水平消费者使用频率 | 23 |
| 三 不同年龄的消费者使用频率 | 24 |
| 四 不同地区的消费者使用频率 | 24 |
| 五 不同地区葡萄酒品牌选择 | 26 |

| | |
|---------------------------|----|
| 第四章 2003 - 2007年葡萄酒行业运行情况 | 28 |
| 第一节 中国葡萄酒行业总体运行 | 28 |
| 一、2003—2007年企业数量分析 | 28 |
| 二、2001 - 2007年资产规模分析 | 28 |
| 三、2001 - 2007年销售收入分析 | 29 |
| 四、2001 - 2007年利润总额分析 | 29 |
| 五 2003 - 2007年行业盈利能力 | 30 |
| 第二节 中国葡萄酒行业运行分析 | 30 |
| 一 2003 - 2007年企业数量（按企业规模） | 30 |
| 二 2003 - 2007年资产总额（按企业规模） | 30 |
| 三 2003 - 2007年销售收入（按企业规模） | 31 |
| 四 2003 - 2007年盈利能力（按企业规模） | 31 |
| 第三节 中国葡萄酒行业运行分析 | 31 |
| 一 2003 - 2007年企业数量（按企业性质） | 31 |
| 二 2003 - 2007年资产总额（按企业性质） | 32 |
| 三 2003 - 2007年销售收入（按企业性质） | 32 |
| 四 2003 - 2007年盈利能力（按企业性质） | 32 |
| | |
| 第五章 葡萄酒进口市场分析与发展 | 33 |
| 第一节 2006 - 2007年进口市场分析 | 33 |
| 一 2006 - 2007年进口规模分析 | 33 |
| 二 进口大幅增长的原因分析 | 33 |
| 第二节 进口葡萄酒的SWOT分析 | 34 |
| 一 进口葡萄酒优势分析 | 34 |
| 二 进口葡萄酒劣势分析 | 35 |
| 三 进口葡萄酒机会分析 | 35 |
| 四 进口葡萄酒威胁分析 | 36 |
| | |
| 第六章 行业新品 - 冰葡萄酒现状与发展 | 37 |
| 第一节 冰酒的介绍 | 37 |
| 一 冰酒的起源 | 37 |

| | |
|------------------|----|
| 二 葡萄的种类 | 37 |
| 三 冰酒的特点 | 38 |
| 四 冰酒生产工艺 | 38 |
| 第二节 国外冰酒研究现状与发展 | 39 |
| 一 德国的冰酒 | 39 |
| 二 加拿大的冰酒 | 39 |
| 第三节 国内冰酒研究现状与发展 | 40 |
| 一 冰酒定义 | 40 |
| 二 产区 | 41 |
| 三 国内形势 | 41 |
| 四 国内冰酒发展 | 41 |
| 五 市场容量 | 42 |
| | |
| 第七章 中国葡萄酒的营销体制分析 | 43 |
| 第一节 酒类产品的营销方式 | 43 |
| 一、经销制 | 43 |
| 二、代销制 | 43 |
| 三、直销 | 44 |
| 第二节 葡萄酒代理商分析 | 44 |
| 一 葡萄酒代理历史 | 44 |
| 二 代理商分类 | 45 |
| 三 代理商面临的问题 | 46 |
| 四 未来发展建议 | 47 |
| 第三节 葡萄酒营销模式创新 | 48 |
| 一、由经销制转向改进的代销制 | 48 |
| 二、通路精耕 | 49 |
| 三、网络营销手段的应用 | 49 |
| 第四节 进口葡萄酒的四大业态研究 | 50 |
| 一 传统代理型 | 50 |
| 二 竞合型 | 51 |
| 三 品牌运营型 | 52 |
| 四 贴牌销售型 | 52 |

第八章 标杆企业 - 张裕葡萄酒分析 53

第一节 基本概括分析 53

一 公司简介 53

一 产品系列分析 54

第二节 财务运行分析 57

一 2004 - 2007年张裕财务运行分析 57

二 2006年张裕产品收入分析 57

二 2006年张裕区域收入分析 58

第三节 企业竞争力分析 58

一 葡萄基地竞争力 58

二 酿造设备竞争力 58

三 产品竞争力分析 59

四 渠道竞争力分析 59

五 营销竞争力分析 60

第九章 领先葡萄酒企业分析 61

第一节 中粮长城葡萄酒 61

一 中粮酒业 61

二 长城概括 62

三 产品线分析 63

四 企业财务运行分析 64

五 长城渠道特点分析 68

第二节 中法合营王朝葡萄酒 68

一、企业基本情况 68

二、企业主要产品 69

三、企业经营情况分析 69

第三节 烟台威龙葡萄酒分析 72

一、企业概括 72

二、产品线分析 72

三、企业经营情况分析 73

四 威龙企业竞争力分析 75

| | |
|---------------------|----|
| 第十章 中国葡萄酒发展趋势分析 | 75 |
| 第一节 葡萄酒行业发展关键因素 | 75 |
| 一 葡萄原料的供应 | 75 |
| 二 销售渠道的掌握 | 76 |
| 第二节 中国葡萄酒产业发展的优劣势分析 | 76 |
| 一、中国产业的优势分析 | 76 |
| 二、中国产业发展的劣势分析 | 77 |
| 第三节 葡萄酒业的发展趋势及建议分析 | 78 |
| 一 中国具有较大的葡萄酒需求市场 | 78 |
| 二 葡萄酒的产业梯度演进趋势 | 78 |
| 三 延长和加粗葡萄酒产业链 | 78 |
| 四 加强葡萄酒业品牌建设 | 79 |
| 五 提高葡萄酒业的核心竞争力 | 79 |
| 六 积极参与世界市场竞争 | 79 |
| 七 以市场需求为导向 | 79 |
| 第四节 2010年年中国葡萄酒市场预测 | 79 |

图表目录

| | |
|--|----|
| 图表 1 2001-2006年中国葡萄酒行业销售收入变化图 单位：千元 | 1 |
| 图表 2 中国葡萄酒市场生命周期分析图 | 2 |
| 图表 3 2001-2006年中国葡萄酒行业利润总额变化图 | 3 |
| 图表 4 2003-2006年中国葡萄酒行业盈利能力变化趋势图 | 3 |
| 图表 5 WORLD WINE PRODUCTION | 15 |
| 图表 6 2002 - 2006年欧洲葡萄酒产量分析一览表 | 16 |
| 图表 7 2001-2007年1 - 9月中国葡萄酒产量一览表 单位:吨 | 20 |
| 图表 8 2001-2007年1 - 9月中国葡萄酒产量变化趋势图 单位:吨 | 20 |
| 图表 9 2002-2007年1 - 9月中国葡萄酒地区产量一览表 单位:吨 | 21 |
| 图表 10 2007年1 - 9月葡萄酒产量地区比例图 | 22 |
| 图表 11 2006年葡萄酒产量地区比例图 | 22 |
| 图表 12 中国十大城市不同收入水平消费者葡萄酒饮用频率表： | 23 |
| 图表 13 中国十大城市各年龄段消费者葡萄酒饮用频率表： | 24 |

| | | |
|-------|---|----|
| 图表 14 | 中国十大城市葡萄酒使用频率对比表： | 24 |
| 图表 15 | 十大城市消费者三个月内有无购买葡萄酒比例图 | 25 |
| 图表 16 | 十大城市消费者三个月内有无拿葡萄酒送礼比例图 | 25 |
| 图表 17 | 中国十大城市葡萄酒消费者最常饮用品牌排名列表： | 26 |
| 图表 18 | 2001 - 2007年1 - 9月中国葡萄酒行业（规模以上）企业数量变化图 单位:个 | 28 |
| 图表 19 | 2001-2007年1 - 9月中国葡萄酒行业总资产变化图 | 28 |
| 图表 20 | 2001-2007年1 - 9月中国葡萄酒行业销售收入变化图 | 29 |
| 图表 21 | 2001-2007年1 - 9月中国葡萄酒行业利润总额变化图 | 29 |
| 图表 22 | 2003-2007年1 - 9月中国葡萄酒行业盈利能力变化趋势图 | 30 |
| 图表 23 | 2003-2007年1 - 9月中国葡萄酒不同规模企业数量一览表 | 30 |
| 图表 24 | 2003-2007年1 - 9月中国葡萄酒不同规模企业资产总额一览表 | 30 |
| 图表 25 | 2003-2007年1 - 9月中国葡萄酒不同规模企业销售收入一览表 | 31 |
| 图表 26 | 2003-2007年1 - 9月中国葡萄酒不同规模企业利润总额一览表 | 31 |
| 图表 27 | 2003-2007年1 - 9月中国葡萄酒行业不同企业性质企业数量一览表 | 31 |
| 图表 28 | 2003-2007年1 - 9月中国葡萄酒行业不同企业性质资产总额一览表 | 32 |
| 图表 29 | 2003-2007年1 - 9月中国葡萄酒行业不同企业性质销售收入一览表 | 32 |
| 图表 30 | 2003-2007年1 - 9月中国葡萄酒行业不同企业性质利润总额一览表 | 32 |
| 图表 31 | 主要葡萄酒企业的网址 | 50 |
| 图表 32 | 2004 - 2007年张裕集团有限财务数据一览表 | 57 |
| 图表 33 | 2006年张裕集团有限不同产品收入一览表 | 57 |
| 图表 34 | 2006年张裕集团有限不同区域收入一览表 | 58 |
| 图表 35 | 中粮酒业长城葡萄酒产品线一览表 | 63 |
| 图表 36 | 2003 - 2005年三大长城产量对比图 | 64 |
| 图表 37 | 2005年三大长城产量增幅对比图 | 65 |
| 图表 38 | 2003 - 2005年三大长城资产对比图 | 65 |
| 图表 39 | 2005年三大长城资产增幅对比图 | 65 |
| 图表 40 | 2003 - 2005年三大长城销售收入对比图 | 66 |
| 图表 41 | 2005年三大长城销售收入增幅对比图 | 66 |
| 图表 42 | 2003 - 2005年三大长城利润对比图 | 66 |
| 图表 43 | 2005年三大长城利润总额增幅对比图 | 67 |
| 图表 44 | 2004 - 2005年中粮酒业公司经营情况统计表一 | 67 |
| 图表 45 | 2002-2005年中法合营王朝葡萄酿酒有限公司产量变化图 | 70 |

| | | |
|-------|--------------------------------|----|
| 图表 46 | 2002-2005年中法合营王朝葡萄酒有限公司资产变化图 | 70 |
| 图表 47 | 2002-2005年中法合营王朝葡萄酒有限公司销售收入变化图 | 70 |
| 图表 48 | 2002-2005年中法合营王朝葡萄酒有限公司利润变化图 | 71 |
| 图表 49 | 2002 - 2005年烟台威龙产量变化图 | 73 |
| 图表 50 | 2002 - 2005年烟台威龙资产变化图 | 73 |
| 图表 51 | 2002 - 2005年烟台威龙销售收入变化图 | 74 |
| 图表 52 | 2002 - 2005年烟台威龙利润总额变化图 | 74 |

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42625.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。