



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008-2009年中国葡萄酒市场调查与投资咨询市场分析及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2008-2009年中国葡萄酒市场调查与投资咨询市场分析及发展趋势研究报告》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/42637.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

2006年我国葡萄酒行业累计实现工业总产值124亿元，利润总额13.5亿元，行业平均利润率为10.94%，截至2006年末，行业固定资产总额为152亿元。与2005年相比，2006年葡萄酒行业各项指标都出现了较大幅度的增长，其中资产总量增长了9.22%，利润总额增长7.71%，工业总产值增长23.37%。成本费用利润率出现较大幅度的下降，由2005年的14.87%下降到2006年的12.48%。

2007年，中国葡萄酒行业将是一个全新的消费年度。2007年我国葡萄酒竞争日益明显、产业结构逐步调整、区域差别日益缩小、产量稳步增长等特征，但是我国葡萄酒消费尚处于开拓成长期，随着人均收入水平的提高，特别是中产阶层的发展壮大，以及消费结构升级、葡萄酒作为健康饮品的价值被广泛认同。伴随着葡萄酒市场的规范化，消费的成熟化，品牌、品质成为葡萄酒消费的主要因素，加上经济发展、消费者可支配收入等宏观经济因素的影响，消费者的葡萄酒消费逐渐转向奢侈消费，葡萄酒行业结构也向倒金字塔型转变。高端葡萄酒发展势头迅猛，增加了高端葡萄酒市场的竞争压力，但葡萄酒市场高端化趋势不会改变，高端市场也会成为中外企业争夺的焦点。

目前，洋葡萄酒在我国还是非主流。我国葡萄酒市场占有率的前十名全是国产品牌。但进口葡萄酒的销量却在飞速增长。经过修订的葡萄酒国家标准将于2008年1月1日起在生产领域里实施，并由推荐性国家标准改为强制性国家标准，加上关税的逐渐下降，对洋葡萄酒在中国市场越来越有利，国内企业竞争压力越来越大。国内企业能抵抗“洋”流吗？和国外企业相比，国内企业有哪些优势和不足呢？国内企业将怎样弥补自己的不足呢？将怎样提高自己的竞争力？葡萄酒行业竞争的核心是什么？未来有什么样的发展趋势呢？未来的格局将怎样变化呢？等等一些问题，本报告将给出最全面的分析。

本研究报告依据国家统计局、国家海关总署、地方统计局、各葡萄酒公司年（季度）报、糖酒快讯、IMI消费行为与生活形态、中国食品工业协会以及葡萄酒行业专业研究单位等公布和提供的大量资料，结合我公司对重点区域市场的最新调研数据资料，在大量的数据和分析的基础上，对我国葡萄酒行业的市场发展状况、生产销售现状、主要品牌及市场占有率、国内外企业竞争焦点、进出口形势、行业发展趋势等进行了分析，并重点剖析了我国葡萄酒行业的市场情况和竞争热点。报告详尽介绍葡萄酒行业的市场规模、重点葡萄酒区域市场、竞

争品牌以及关联产业、葡萄酒的各种影响因素分析、国内外葡萄酒品牌在国内市场竞争等内容，针对整个葡萄酒行业及葡萄酒企业提出了大量的建设性的建议和发展方案。全面分析了行业竞争状况。本报告内容丰富、翔实，在撰写过程中，运用了大量的图、表等分析工具，结合相关的经济学理论，对我国葡萄酒行业的发展状况和发展趋势进行了深入透彻研究，揭示了葡萄酒产业新的发展机会，以及当前面临问题的解决方案，有助于企业准确了解目前中国葡萄酒市场发展动态，把握葡萄酒行业发展方向，为企业经营决策提供重要的参考依据。

【 目 录 】

第一章 中国葡萄酒行业概况 1

第一节葡萄酒的界定节 1

一、葡萄酒的定义 1

二、葡萄酒的分类 1

三、葡萄酒的成分 5

第二节 中国葡萄酒的发展历程 7

一、建国初期扩大规模 7

二、五期间不断壮大 8

三、70年代高速发展 8

四、改革开放后走向世界 8

五、90年代后的新发展 9

第三节 中国葡萄酒产业所处的位置分析 9

一、葡萄酒产业生命周期走势判断 9

二、中国葡萄酒处于成长期的特征分析 11

第四节 中国葡萄酒行业面临的问题 14

一、消费观念有待于进一步转变 14

二、葡萄酒投资过热 14

三、市场竞争无序 15

四、营销方式滞后 15

五、外部压力增大 16

六、人才匮乏 16

七、假冒伪劣严重 17

八、葡萄酒文化薄弱 17

第二章 世界葡萄酒行业发展状况 18

第一节 世界各国酿酒葡萄产区概况 18

一、法国 18

二、意大利 19

三、澳大利亚 20

四、美国 21

五、阿根廷 21

六、德国 22

七、西班牙 23

八、葡萄牙 24

第二节 世界葡萄种植面积变化情况 25

一、世界葡萄栽培概况 25

二、世界葡萄产量变化情况 25

第三节 世界葡萄酒行业发展概况及现状 26

一、世界葡萄酒市场概述 26

二、世界葡萄酒基本情况 27

三、国际葡萄与葡萄酒组织 29

四、世界葡萄酒进出口情况 31

第五节 世界葡萄酒供求情况分析 32

一、生产情况分析 32

二、世界葡萄酒基本消费情况 33

三、全球葡萄酒零售市场分析 36

第三章 2001 - 2007 (1-8) 年中国葡萄酒行业运行情况 37

第一节 2001 - 2007 (1-8) 年中国葡萄酒行业概况 37

一、2001—2007(1-8)年中国葡萄酒企业数量变化情况分析 37

二、2002—2007(1-8)年中国葡萄酒产量变化情况分析 37

三、2001 - 2007(1-8)年中国葡萄酒行业资产收入利润等指标变动情况分析 38

四、2001 - 2006年各省(市/区)葡萄酒行业基本运行指标分析 39

五、2001 - 2006年中国葡萄酒行业领先企业基本指标分析 45

第二节 2002-2007 (1-8) 年葡萄酒产业结构分析	52
一、2002-2007 (1-8) 年中国葡萄酒生产企业资产集中度分析	52
二、2002-2007(1-8)中国葡萄酒生产企业销售收入集中度分析	56
三、2003-2006年1-6月中国葡萄酒生产企业利润集中度分析	60
第三节 2005-2007 (1-8) 年中国葡萄酒行业运行情况分析	61
一、2005-2007 (1-8) 年中国葡萄酒各月份产量分析	61
二、2005-2006年中国葡萄酒行业总体运行情况	63
三、2005-2007 (1-8) 年不同类型企业运行情况分析	64
四、2005-2006年不同规模企业运行情况分析	87
五、2005-2006年1-6月重点地区葡萄酒行业运行情况分析	98

第四章 中国葡萄酒进出口情况分析 120

第一节 进口情况分析 120

一、2001 - 2007(1-6)年中国葡萄酒总体进口情况分析	120
二、2004-2006年中国不同种类葡萄酒进口情况分析	121
三、2004年中国葡萄酒不同贸易方式进口情况分析	122
四、2004-2006年中国葡萄酒不同国家和地区进口情况分析	123
五、2004-2006年中国葡萄酒不同省份进口情况分析	132

第二节 出口情况分析 136

一、2001 - 2007(1-6)年中国葡萄酒总体出口情况分析	136
二、2004-2007(1-6)年中国葡萄酒不同种类出口情况	137
三、2004年中国葡萄酒不同贸易方式出口情况	138
四、2004-2007(1-6)年中国葡萄酒不同国家和地区出口情况	139
五、2004-2006年中国葡萄酒不同省份出口情况	147

第五章 国外葡萄酒进入中国市场情况和面临问题 150

第一节 进口葡萄酒对市场冲击分析 150

一、关税下调的影响	150
二、更多外国品牌进入高端市场	151
三、尚未大规模进入中端餐饮业	153
四、进口葡萄酒在零售中遇到的困惑	154
五、外国葡萄酒商战略准备不足	154

六、非关税壁垒更为明显	155
七、应对挑战的策略	156
第二节 进口葡萄酒需要解决的问题	158
一、观念转换问题	158
二、人才选择问题	159
三、品牌经营问题	159
四、渠道建设问题	160
五、市场投入问题	160
第六章 中国葡萄酒行业相关政策分析	161
第一节 葡萄酒行业产业政策分析	161
一、废止半汁葡萄酒	161
二、葡萄酒质量将实行三级分级制度	161
三、新国标发布	162
四、葡萄酒被列入市场准入管理制度	162
五、税收政策分析	162
第二节 中国葡萄酒A级标志	163
一、A级标志概述	163
二、A级标志具体要求	163
第三节 酒类商品经营管理规范	164
一、酒类商品批发、零售经营管理规范简介	164
二、酒类商品批发、零售经营管理规范作用	165
第七章 中国葡萄酒相关行业分析	165
第一节 中国葡萄酒酒替代品分析	165
一、中国三大酒业2004-2007年1-8月市场表现比较分析	165
二、中国三大酒业2002-2007（1-8）年经营指标对比分析	168
三、影响中国酒业发展的主要因素分析	170
四、中国酒业存在的主要问题	174
五、中国酒业发展趋势分析	175
第二节 中国葡萄种植业分析	178
一、葡萄种植业概述	178

二、中国十大葡萄产区分析	180
第三节 葡萄酒包装行业分析	193
一、中国葡萄酒包装的发展	193
二、中国市场代表性包装分析	194
三、葡萄酒礼盒包装分析	194
四、中国葡萄酒包装存在的问题	196
五、葡萄酒包装的发展方向	198
第八章 中国葡萄酒市场现状分析	201
第一节 中国葡萄酒市场主要产品价格	201
一、张裕干红价格行情	201
二、长城干白价格行情	201
三、王朝干红价格行情	202
四、12º宁夏红价格行情	203
五、通化高级红价格行情	204
六、威龙干红价格行情	204
七、新天干白价格行情	205
第二节 葡萄酒新品开发状况分析	206
一、葡萄酒新品概况	206
二、葡萄酒新品分析	207
第九章 中国葡萄酒消费者分析	209
第一节 葡萄酒消费者调查背景介绍	209
一、调查范围	209
二、数据来源	209
三 其它相关说明	209
第二节 社会基本特征的分析	209
一、不同收入水平消费者使用频率	209
二、不同年龄的消费者使用频率	210
三、不同地区的消费者使用频率	210
第三节 消费者行为分析	212
一、品牌选择	212

二、使用场合分析	214
第四节 购买相关的态度和特选	214
一、价格敏感程度	214
二、品牌的影响	215
三、购买方便的影响	216
四、广告的影响程度	216
五、包装的影响程度	217
第十章 2008-2012年葡萄酒需求预测分析	218
第一节 市场容量与预测分析	218
一、市场容量与规模	218
二、支持行业发展的驱动因素分析	219
三、2006年葡萄酒消费容量分析	220
四、2007年中国葡萄酒产量预测	221
五、2008-2012年葡萄酒产量预测	222
六、2006年及2007-2010年中国葡萄酒需求规模预测	224
第二节 2007-2010年供需形势分析预测	226
一、供需现状分析	226
二、供需形势预测	228
第三节 行业盈利性分析及其未来盈利性预测	228
第十一章 中国葡萄酒的营销模式及创新	229
第一节 酒类产品的主要营销方式	229
一、经销制	229
二、代销制	230
三、直销	230
第二节 葡萄酒营销模式创新	230
一、由经销制转向改进的代销制	231
二、通路精耕	231
三、网络营销手段的应用	232
第三节 云南红营销案例分析	233
一、概述	233

二、行业背景	234
三、事件营销	234
四、危机营销	235
五、新闻营销	236
六、终端营销	237
七、潜在问题	237

第十二章 华东地区葡萄酒市场分析 239

第一节 华东地区葡萄酒市场概况 239

一、华东地区葡萄酒市场综述及市场潜力预测 239

二、华东地区2002-2007（1-8）年葡萄酒产量分析 240

第二节 山东省葡萄酒市场 241

一、山东省葡萄酒市场基础分析 241

二、2003-2007（1-8）年山东省葡萄酒行业运行情况分析 243

三、2003-2007（1-8）年山东省葡萄酒行业绩效情况分析 244

四、2003-2006年1-6月山东省葡萄酒生产企业经营概况 244

第三节 上海市葡萄酒市场分析 246

一、上海市葡萄酒市场基础分析 246

二、上海市葡萄酒消费者分析 247

三、2003-2007（1-8）年上海市葡萄酒行业运行情况分析 253

四、2003-2007（1-8）年上海市葡萄酒行业绩效情况分析 253

五、2004-2006年1-10月上海市葡萄酒生产企业经营概况 254

第四节 江苏省葡萄酒市场分析 255

一、江苏省葡萄酒市场基础分析 255

二、南京葡萄酒价格行情 256

三、南京葡萄酒消费者分析 257

四、2003-2007（1-8）年江苏省葡萄酒行业运行情况分析 262

五、2003-2005年江苏省葡萄酒行业绩效情况分析 263

六、2003、2004年江苏省葡萄酒生产企业经营概况 263

第十三章 华北地区葡萄酒市场分析 264

第一节 华北地区葡萄酒市场概况 264

一、华北地区葡萄酒市场综述及市场潜力预测	264
二、华北地区2002-2006年葡萄酒产量分析	265
第二节 北京市葡萄酒市场分析	265
一、北京市葡萄酒市场基础分析	265
二、北京葡萄酒价格行情	266
三、北京葡萄酒消费者分析	267
四、2003-2007(1-8)年北京市葡萄酒行业运行情况分析	273
五、2003-2007(1-8)年北京市葡萄酒行业绩效情况分析	273
六、2003、2004年北京市葡萄酒生产企业经营概况	274
第三节 河北省葡萄酒市场分析	274
一、河北省葡萄酒市场基础分析	274
二、2003-2007(1-8)年河北省葡萄酒行业运行情况分析	275
三、2003-2007(1-8)年河北省葡萄酒行业绩效情况分析	276
四、2004-2006年1-6月河北省葡萄酒生产企业经营概况	276
第四节 天津市葡萄酒市场分析	277
一、天津市葡萄酒市场基础分析	277
二、2003-2007(1-8)年天津市葡萄酒行业运行情况分析	278
三、2003-2007(1-8)年天津市葡萄酒行业绩效情况分析	278
四、2004-2006年1-6月天津市葡萄酒生产企业经营概况	278

第十四章 东北地区葡萄酒市场分析 280

第一节 东北地区葡萄酒市场概况 280

- 一、东北地区葡萄酒市场综述 280
- 二、东北地区2002-2007(1-8)年葡萄酒产量分析 280

第二节 吉林省葡萄酒市场分析 281

- 一、吉林省葡萄酒市场基础分析 281
- 二、2004-2006年吉林省葡萄酒行业运行情况分析 281
- 三、2004-2007(1-8)年吉林省葡萄酒行业绩效情况分析 282
- 四、2004-2006年1-6月吉林省葡萄酒生产企业经营概况 282

第三节 辽宁省葡萄酒市场分析 283

- 一、辽宁省葡萄酒市场基础分析 283
- 二、沈阳葡萄酒价格行情 285

三、沈阳葡萄酒消费者分析	285
四、2003-2007(1-8)年辽宁省葡萄酒行业运行情况分析	291
五、2003-2007(1-8)年辽宁省葡萄酒行业绩效情况分析	291
六、2004-2006年1-6月辽宁省葡萄酒生产企业经营概况	292

第十五章 中南地区葡萄酒市场分析 293

第一节 中南地区葡萄酒市场概况 293

- 一、中南地区葡萄酒市场综述 293
- 二、中南地区2002-2007(1-8)年葡萄酒产量分析 293

第二节 河南省葡萄酒市场分析 294

- 一、河南省葡萄酒市场基础分析 294
- 二、2003-2007(1-8)年河南省葡萄酒行业运行情况分析 295
- 三、2003-2006年河南省葡萄酒行业绩效情况分析 295
- 四、2003-2006年1-6月河南省葡萄酒生产企业经营概况 295

第三节 广东省葡萄酒市场分析 296

- 一、广东省葡萄酒市场基础分析 296
- 二、广州市葡萄酒价格行情 297
- 三、广州市葡萄酒消费者分析 298
- 四、深圳市葡萄酒消费者分析 303

第四节 湖北省葡萄酒市场分析 309

- 一、湖北省葡萄酒市场基础分析 309
- 二、武汉市葡萄酒消费者分析 309

第十六章 西南地区葡萄酒市场分析 315

第一节 西南地区葡萄酒市场概况 315

- 一、西南地区葡萄酒市场综述 315
- 二、西南地区2002-2007(1-8)年葡萄酒产量分析 316

第二节 云南省葡萄酒市场分析 316

- 一、云南省葡萄酒市场基础分析 316
- 二、2003-2007(1-8)年云南省葡萄酒行业运行情况分析 317
- 三、2003-2007(1-8)年云南省葡萄酒行业绩效情况分析 318
- 四、2003-2006年1-6月云南省葡萄酒生产企业经营概况 318

第三节 四川省葡萄酒市场分析	319
一、四川省葡萄酒市场基础分析	319
二、成都葡萄酒价格行情	319
三、成都市葡萄酒消费者分析	320
第十七章 西北地区葡萄酒市场分析	327
第一节 西北地区葡萄酒市场概况	327
一、西北地区葡萄酒市场综述及市场潜力预测	327
二、西北地区2002-2007(1-8)年葡萄酒产量分析	328
第二节 新疆自治区葡萄酒市场分析	328
一、新疆自治区葡萄酒市场基础分析	328
二、2003-2007(1-8)年新疆自治区葡萄酒行业运行情况分析	329
三、2003-2007(1-8)年新疆自治区葡萄酒行业绩效情况分析	330
四、2003-2006年1-6月新疆自治区葡萄酒生产企业经营概况	330
第三节 陕西省葡萄酒市场分析	331
一、陕西省葡萄酒市场基础分析	331
二、西安市葡萄酒消费者分析	334
三、2003-2007(1-8)年陕西省葡萄酒行业运行情况分析	339
四、2003-2007(1-8)年陕西省葡萄酒行业绩效情况分析	340
五、2003-2006年1-6月陕西省葡萄酒生产企业经营概况	340
第十八章 葡萄酒行业竞争分析	342
第一节 葡萄酒竞争格局分析	342
第二节 2002-2006年1-6月葡萄酒领先企业市场份额趋势分析	342
一、2002-2007(1-8)三大品牌市场占有率走势情况	342
二、2002-2007年1-8月葡萄酒行业CR3、CR5、CR10变动情况	343
第三节 葡萄酒行业市场竞争激烈程度和竞争格局走势分析	344
一、竞争激烈程度	344
二、竞争格局走势	344
三、三大酒相互替代性分析	344
四、行业五力分析	344

第十九章 中国葡萄酒行业代表企业分析	345
第一节 烟台张裕集团有限公司	345
一、张裕公司基本情况	345
二、张裕的行业地位	346
三、经营范围及主要产品	347
四、2002 - 2007 (1-9) 年经营情况分析	347
五、企业策略分析	352
六、企业竞争力评价	354
七、发展方向分析	354
第二节 中粮酒业有限公司	355
一、中粮酒业概述	355
二、三大长城基本情况	355
三、三大长城的整合	356
四、2003 - 2006年1-6月经营情况分析	357
第三节 中法合营王朝葡萄酿酒有限公司	362
一、王朝公司基本情况	362
二、王朝的行业地位	363
三、公司的经营范围及主要产品	363
四、2002 - 2007(1-6)年经营情况分析	364
第四节 新天国际葡萄酒业有限公司	366
一、新天公司基本情况	366
二、新天的行业地位	367
三、2002 - 2007(1-9)年经营情况分析	367
四 新天国际葡萄酒业有限公司存在的问题	372
第五节 通化葡萄酒股份有限公司	373
一、通化公司基本情况	373
二、通化葡萄酒的行业地位	373
三、公司经营范围及主要产品	373
四、2002 - 2006年经营情况分析	373
四、发展方向分析	379
第六节 云南红葡萄产业集团	380
一、云南红集团基本情况	380

二、公司经营范围及主要产品	381
三、2002 - 2006年1-6月经营情况分析	381
第七节 烟台威龙葡萄酒股份有限公司	383
一、烟台威龙公司基本情况	383
二、烟台威龙的行业地位	383
三、公司经营范围及主要产品	384
四、2002 - 2006年1-6月经营情况分析	384
 第二十章 中国葡萄酒发展趋势分析	387
第一节 未来几年中国葡萄酒发展的驱动因素	387
一、经济持续高速增长，人们的消费能力增强	387
二、有利的政策环境	387
三、市场日趋成熟	387
四、葡萄酒文化的逐渐进入	388
五、葡萄酒生产成本降低	388
第二节 2005年中国葡萄酒发展趋势分析	388
一、2005年中国葡萄酒产量分析	388
二、2005-2007(1-8)年中国葡萄酒行业运行情况分析	389
第三节 中国葡萄酒行业未来发展趋势	392
一、葡萄酒的发展是中国经济发展的必然要求	392
二、行业标准逐渐走向规范	392
三、品牌竞争时代到来	392
四、高端酒原料竞争日趋激烈	393
五、争夺重点市场	394
六、资本运作持续升温	394
七、洋酒大举进攻	394
第四节 中国葡萄酒热点市场——高端市场的前景广阔	395
一、概述	395
二、高端酒的界定	395
三、中低端竞争惨烈，高端寻求突破	395
四、代表企业商务用酒市场的运作	395
五、渠道矛盾难以解决，高端酒以简化繁	397

六、	利于打造品牌和提升品牌价值	398
七、	高端酒有效提高赢利能力	398
八、	洋酒促进葡萄酒文化的发展	399
第五节	独立第三方营销商和营销网络的崛起	399
一、	独立第三方营销商和营销网络概述	399
二、	独立第三方营销商出现和存在的必要性	400
第二十一章	中国葡萄酒行业投资分析与建议	401
第一节	中国葡萄酒产业吸引力分析	401
一、	中国葡萄酒市场规模及其增长	401
二、	中国葡萄酒产业所处的生命周期分析	401
三、	中国葡萄酒行业赢利性分析	402
四、	中国葡萄酒市场竞争激烈程度分析	404
五、	行业分析结论	405
第二节	进入中国葡萄酒市场目标消费群体的选择	405
一、	按不同收入水平分析	406
二、	按不同年龄段分析	406
第三节	葡萄酒企业的发展策略	407
一、	优化产品结构	407
二、	进军国际市场	408
三、	提升质量和品牌	408
第四节	市场开发建议	409
一、	开发二级市场	409
二、	借葡萄酒文化拓展市场	411
三、	开拓国际市场的策略	413
第五节	品牌建设营销策略	414
一、	低价葡萄酒的品牌策略	414
二、	量产葡萄酒品牌的营销策略	415
三	葡萄酒品牌的副品牌开发策略	421
四、	葡萄酒的促销策略	424
五、	葡萄酒的绿色营销策略	428

图表目录

图表 1 中国葡萄酒产业所处生命同期表示图	9
图表 2 2002-2004年葡萄酒进口关税变化图	10
图表 3 2001-2007(1-8)年葡萄酒行业销售收入变化图	11
图表 4 2001-2007(1-8)年葡萄酒行业利润总额变化图	11
图表 5 2001-2007 (1-8) 年葡萄酒行业毛利率变化图	12
图表 6 2002-2007(1-8)年葡萄酒行业集中度变化趋势表	12
图表 7 2001 - 2007 (1-8) 年中国葡萄酒行业 (规模以上) 企业数量变化图	13
图表 8 2001-2007(1-8)年中国葡萄酒行业总资产变化图	13
图表 9 世界酿酒葡萄种植面积分布图	18
图表 10 世界酿酒葡萄酒种植面积排序	18
图表 11 各大洲葡萄栽培面积的变化情况	25
图表 12 各大洲葡萄产量变化表	26
图表 13 世界葡萄酒市场1996-2000年消费金额变化图	33
图表 14 主要葡萄酒消费国家消费金额对比图	34
图表 15 1996-2001年按地域划分的人均葡萄酒消费量	35
图表 16 1996-2001年按地域划分的人均葡萄酒消费额	35
图表 17 2001 - 2007 (1-8) 年中国葡萄酒行业 (规模以上) 企业数量变化图	37
图表 18 2002 - 2007(1-8)年中国葡萄酒产量变化图	37
图表 19 2001-2007 (1-8) 中国葡萄酒行业总资产变化图	38
图表 20 2001-2007(1-8)年中国葡萄酒行业销售收入变化图	38
图表 21 2001-2007(1-8)年中国葡萄酒行业利润总额变化图	39
图表 22 2001 - 2007 (1-8) 年各省(市/区)葡萄酒行业企业数量变化表	40
图表 23 2002 - 2007 (1-8) 年各省(市/区)葡萄酒行业产量变化表	41
图表 24 2003 - 2007 (1-8) 年各省(市/区)葡萄酒行业资产总计变化表	42
图表 25 2003 - 2007 (1-8) 年各省(市/区)葡萄酒行业销售收入变化表	43
图表 26 2003 - 2007 (1-8) 年各省(市/区)葡萄酒行业利润变化表	44
图表 27 2003 - 2007 (1-8) 年各省(市/区)葡萄酒行业税金变化表	45
图表 28 2001 - 2004年中国葡萄酒行业销售收入前十企业资产总计一览表	45
图表 29 2005年中国葡萄酒行业销售收入前十企业资产总计一览表	46
图表 30 2006年1-6月中国葡萄酒行业销售收入前十企业资产总计一览表	46
图表 31 2001 - 2004年中国葡萄酒行业销售收入前十企业销售收入一览表	47

图表 32	2005年中国葡萄酒行业销售收入前十企业销售收入一览表	47
图表 33	2006年1-6月中国葡萄酒行业销售收入前十企业销售收入总计一览表	48
图表 34	2001 - 2004年中国葡萄酒行业销售收入前十企业利润总额一览表	49
图表 35	2005年中国葡萄酒行业销售收入前十企业利润总额一览表	49
图表 36	2006年1-6月中国葡萄酒行业销售收入前十企业利润总计一览表	50
图表 37	2001 - 2004年中国葡萄酒行业销售收入前十企业从业人数一览表	50
图表 38	2005年中国葡萄酒行业销售收入前十企业从业人数一览表	51
图表 39	2006年1-6月中国葡萄酒行业销售收入前十企业从业人数总计一览表	51
图表 40	2002-2007 (1-8) 年规模以上葡萄酒生产企业资产变化图	52
图表 41	2002-2006年1-6月中国不同资产规模葡萄酒企业数量对比表	53
图表 42	2003年不同资产规模葡萄酒企业数量比例图	53
图表 43	2004年不同资产规模葡萄酒企业数量比例图	53
图表 44	2005年不同资产规模葡萄酒企业数量比例图	54
图表 45	2003-2006年1-6月中国不同资产规模葡萄酒企业资产变化表	55
图表 46	2003年不同资产规模葡萄酒资产总和比例图	55
图表 47	2004年不同资产规模葡萄酒资产总和比例图	55
图表 48	2005年不同资产规模葡萄酒资产总和比例图	56
图表 49	2006年1-6月不同资产规模葡萄酒资产总和比例图	56
图表 50	2002-2007(1-8)年中国葡萄酒行业销售收入变化图	57
图表 51	2003-2006年1-6月中国不同销售规模葡萄酒企业数量对比表	57
图表 52	2003年不同销售规模葡萄酒企业数量比例图	57
图表 53	2004年不同销售规模葡萄酒企业数量比例图	58
图表 54	2005年不同销售规模葡萄酒企业数量比例图	58
图表 55	2006年1-6月不同销售规模葡萄酒企业数量比例图	58
图表 56	2003-2006年1-6月中国不同资产规模葡萄酒企业销售收入变化表	59
图表 57	2003年不同销售规模葡萄酒销售收入总和比例图	59
图表 58	2004年不同销售规模葡萄酒销售收入总和比例图	59
图表 59	2005年不同销售规模葡萄酒销售收入总和比例图	60
图表 60	2006年1-6月不同销售规模葡萄酒销售收入总和比例图	60
图表 61	2003-2006年1-6月中国规模以上葡萄酒企业利润集中度比较表	61
图表 62	2005年1 - 12月中国葡萄酒分月产量统计图	61
图表 63	2006年1 - 12月中国葡萄酒分月产量统计图	61

图表 64	2007 (1-8) 年中国葡萄酒分月产量统计图	62
图表 65	2005年中国葡萄酒行业运行情况统计表	63
图表 66	2006年中国葡萄酒行业运行情况统计表	63
图表 67	2005年中国葡萄酒行业绩效统计表	64
图表 68	2006年中国葡萄酒行业绩效统计表	64
图表 69	2005年葡萄酒行业不同类型企业总资产比例图	65
图表 70	2006年葡萄酒行业不同类型企业总资产比例图	65
图表 71	2004 - 2007 (1-8) 年不同类型葡萄酒企业总资产变化图	66
图表 72	2005年葡萄酒行业不同类型企业销售收入比例图	67
图表 73	2006年葡萄酒行业不同类型企业销售收入比例图	67
图表 74	2007(1-8)年葡萄酒行业不同类型企业销售收入比例图	67
图表 75	2004 - 2007(1-8)年不同类型葡萄酒企业销售收入变化图	68
图表 76	2005年葡萄酒行业不同类型企业利润总额对比图	68
图表 77	2006年葡萄酒行业不同类型企业利润总额对比图	69
图表 78	2007(1-8)年葡萄酒行业不同类型企业利润总额对比图	69
图表 79	2004 - 2007 (1-8) 年不同类型葡萄酒企业利润变化图	70
图表 80	2004年葡萄酒行业不同类型税金比例图	71
图表 81	2005年葡萄酒行业不同类型税金比例图	71
图表 82	2006年葡萄酒行业不同类型税金比例图	71
图表 83	2007(1-8)年葡萄酒行业不同类型税金比例	72
图表 84	2005 - 2007(1-8)年不同类型葡萄酒企业税金变化图	73
图表 85	2004年葡萄酒行业国有企业运营情况一览表	74
图表 86	2005-2006年葡萄酒行业国有企业运营情况一览表	74
图表 87	2004年葡萄酒行业国有企业具体运营绩效一览表	75
图表 88	2005-2007(1-8)年葡萄酒行业国有企业具体运营绩效一览表	75
图表 89	2004年葡萄酒行业集体企业运营情况一览表	76
图表 90	2005-2006年葡萄酒行业集体企业运营情况一览表	76
图表 91	2004年葡萄酒行业集体企业运营绩效一览表	77
图表 92	2005-2006年葡萄酒行业集体企业运营绩效一览表	77
图表 93	2004年葡萄酒行业股份合作企业运营情况一览表	78
图表 94	2005-2006年葡萄酒行业股份合作企业运营情况一览表	78
图表 95	2004年葡萄酒行业股份合作企业运营绩效一览表	78

图表 96 2005-2006年葡萄酒行业股份合作企业运营绩效一览表	79
图表 97 2004年葡萄酒行业股份制企业运营情况一览表	79
图表 98 2005-2006年葡萄酒行业股份制企业运营情况一览表	80
图表 99 2004年葡萄酒行业股份制企业运营绩效一览表	80
图表 100 2005-2006年葡萄酒行业股份制企业运营绩效一览表	81
图表 101 2004年葡萄酒行业私营企业运营情况一览表	81
图表 102 2005-2006年葡萄酒行业私营企业运营情况一览表	82
图表 103 2004年葡萄酒行业私营企业运营绩效一览表	82
图表 104 2005-2006年葡萄酒行业私营企业运营绩效一览表	83
图表 105 2004年葡萄酒行业外资企业运营情况一览表	83
图表 106 2005-2006年葡萄酒行业外资企业运营情况一览表	84
图表 107 2004年葡萄酒行业外资企业运营绩效一览表	84
图表 108 2005-2006年葡萄酒行业外资企业运营绩效一览表	85
图表 109 2004年葡萄酒其他企业运营情况一览表	85
图表 110 2005-2006年葡萄酒其他企业运营情况一览表	86
图表 111 2004年葡萄酒其他企业运营绩效一览表	86
图表 112 2005-2006年葡萄酒其他企业运营绩效一览表	87
图表 113 2005年葡萄酒行业不同规模企业总资本比例图	87
图表 114 2006年葡萄酒行业不同规模企业总资本比例图	87
图表 115 2007(1-8)年葡萄酒行业不同规模企业总资本比例图	88
图表 116 2004 - 2007(1-8)年不同规模葡萄酒企业总资本变化图	88
图表 117 2005年葡萄酒行业不同规模企业销售收入比例图	89
图表 118 2006年葡萄酒行业不同规模企业销售收入比例图	89
图表 119 2007 (1-8) 年葡萄酒行业不同规模企业销售收入比例图	89
图表 120 2004 - 2007(1-8)年不同规模葡萄酒企业销售收入变化图	90
图表 121 2005年葡萄酒行业不同规模企业利润总额比例图	90
图表 122 2004 - 2007 (1-8) 年不同规模葡萄酒企业税金变化图	92
图表 123 2004年中国葡萄酒行业大型企业运行情况一览表	92
图表 124 2005-2006年中国葡萄酒行业大型企业运行情况一览表	93
图表 125 2004年中国葡萄酒行业大型企业运行绩效一览表	93
图表 126 2005-2006年中国葡萄酒行业大型企业运行情况一览表	94
图表 127 2004年中国葡萄酒行业中型企业运行情况一览表	94

图表 128	2005-2006年中国葡萄酒行业中型企业运行情况一览表	95
图表 129	2004年中国葡萄酒行业中型企业运行绩效一览表	95
图表 130	2005-2006年中国葡萄酒行业中型企业运行绩效一览表	96
图表 131	2004年中国葡萄酒行业小型企业运行情况一览表	96
图表 132	2005-2006年中国葡萄酒行业小型企业运行情况一览表	97
图表 133	2004年中国葡萄酒行业小型企业运行绩效一览表	97
图表 134	2005-2006年中国葡萄酒行业小型企业运行绩效一览表	98
图表 135	2002 - 2007年1-8月五大大葡萄酒产区葡萄酒产量占全国的比例变动图	98
图表 136	2001 - 2006年五大大葡萄酒产区葡萄酒销售收入占全国的比例变动图	98
图表 137	2005主要葡萄酒产区葡萄酒行业总资产比例图	99
图表 138	2001 - 2007 (1-8) 年山东省葡萄酒行业资产变化图	101
图表 139	2001 - 2007(1-8)年河北省葡萄酒行业资产变化图	101
图表 140	2001 - 2007 (1-8) 年新疆自治区葡萄酒行业资产变化图	101
图表 141	2001 - 2007 (1-8) 年天津市葡萄酒行业资产变化图	102
图表 142	2001 - 2007 (1-8) 年吉林省葡萄酒行业资产变化图	102
图表 143	2001 - 2007 (1-8) 年宁夏自治区葡萄酒行业资产变化图	102
图表 144	2001 - 2007 (1-8) 年北京市葡萄酒行业资产变化图	103
图表 145	2001 - 2007 (1-8) 年甘肃省葡萄酒行业资产变化图	103
图表 146	2001 - 2007 (1-8) 年河南省葡萄酒行业资产变化图	103
图表 147	2001 - 2007 (1-8) 年云南省葡萄酒行业资产变化图	104
图表 148	2005主要葡萄酒产区葡萄酒产量比例图	104
图表 149	2006年主要葡萄酒产区葡萄酒产量比例图	105
图表 150	2002 - 2007(1-8)年山东省葡萄酒产量变化图	106
图表 151	2002 - 2007年1-8月河北省葡萄酒产量变化图	106
图表 152	2002 - 2007年1-8月天津市葡萄酒产量变化图	107
图表 153	2002 - 2007年1-8月吉林省葡萄酒产量变化图	107
图表 154	2002 - 2007年1-8月北京市葡萄酒产量变化图	107
图表 155	2002 - 2007年1-8月河南省葡萄酒产量变化图	107
图表 156	2005主要葡萄酒产区葡萄酒销售收入比例	108
图表 157	2001 - 2007(1-8)年山东省葡萄酒销售收入变化图	109
图表 158	2001 - 2007(1-8)年河北省葡萄酒销售收入变化图	110
图表 159	2001 - 2007(1-8)年天津市葡萄酒销售收入变化图	110

图表 160	2006 - 2007 (1-8) 年吉林省葡萄酒销售收入变化图	110
图表 161	2001 - 2007 (1-8) 年北京市葡萄酒销售收入变化图	110
图表 162	2001 - 2007 (1-8) 年宁夏自治区葡萄酒销售收入变化图	111
图表 163	2001 - 2007 (1-8) 年河南省葡萄酒销售收入变化图	111
图表 164	2001 - 2007 (1-8) 年新疆自治区葡萄酒销售收入变化图	112
图表 165	2001 - 2007 (1-80年)云南省葡萄酒销售收入变化图	112
图表 166	2001 - 2007 (1-8) 年辽宁省葡萄酒销售收入变化图	113
图表 167	2005主要葡萄酒产区葡萄酒利润对比图	113
图表 168	2006年主要葡萄酒产区葡萄酒利润对比图	114
图表 169	2006年主要葡萄酒产区葡萄酒利润对比图	114
图表 170	2001 - 2007 (1-8) 年山东省葡萄酒利润总额变化图	115
图表 171	2001 - 2007 (1-8) 年天津市葡萄酒利润总额变化图	115
图表 172	2001 - 2007 (1-8) 年河北省葡萄酒利润总额变化图	116
图表 173	2001 - 2007 (1-8) 年北京市葡萄酒利润总额变化图	116
图表 174	2001 - 2007 (1-8) 年陕西省葡萄酒利润总额变化图	117
图表 175	2001 - 2007 (1-8) 年上海市葡萄酒利润总额变化图	117
图表 176	2001 - 2007 (1-8) 年河南省葡萄酒利润总额变化图	117
图表 177	2001 - 2007 (1-8) 年云南省葡萄酒利润总额变化图	118
图表 178	2001 - 2007 (1-8) 年甘肃省葡萄酒利润总额变化图	118
图表 179	2001 - 2007 (1-8) 年辽宁省葡萄酒利润总额变化图	119
图表 180	2001 - 2007 (1-6) 年葡萄酒进口情况变化表	120
图表 181	2001 - 2007 (1-6) 年葡萄酒进口数量变化图	120
图表 182	2001 - 2007 (1-6) 年葡萄酒进口金额变化图	120
图表 183	2004年进口葡萄酒种类统计表	121
图表 184	2005年进口葡萄酒种类统计表	121
图表 185	2006年进口葡萄酒种类统计表	122
图表 186	2004年进口葡萄酒贸易方式统计表	122
图表 187	2004年中国葡萄酒进口主要来源比例图 (数量)	123
图表 188	2004年中国葡萄酒进口主要来源比例图 (金额)	123
图表 189	2004年中国葡萄酒进口主要来源价格对比图	123
图表 190	2004年进口葡萄酒来源统计表	124
图表 191	2005年进口葡萄酒主要来源国统计表	125

图表 192 2006年中国进口装入2升及以下容器的鲜葡萄酿造的酒主要国家一览表	126
图表 193 2006年中国葡萄酒进口主要来源比例图（数量）	127
图表 194 2006年中国葡萄酒进口主要来源比例图（金额）	127
图表 195 2007（1-6月）年中国进口装入2升及以下容器的鲜葡萄酿造的酒主要国家一览表	128
图表 196 2007（1-6月）年中国葡萄酒进口主要来源比例图（数量）	128
图表 197 2007（1-6月）年中国葡萄酒进口主要来源比例图（金额）	129
图表 198 2006年中国进口装入2升及以上容器的鲜葡萄酿造的酒主要国家一览表	129
图表 199 2006年中国葡萄酒进口主要来源比例图（数量）	130
图表 200 2006年中国葡萄酒进口主要来源比例图（金额）	131
图表 201 2007（1-6月）年中国进口装入2升及以上容器的鲜葡萄酿造的酒主要国家一览表	131
图表 202 2007（1-6月）年中国葡萄酒进口主要来源比例图（数量）	132
图表 203 2007（1-6月）年中国葡萄酒进口主要来源比例图（金额）	132
图表 204 2004年主要省份进口葡萄酒比例图（数量）	132
图表 205 2004年主要省份进口葡萄酒比例图（金额）	133
图表 206 2005年主要省份进口葡萄酒比例图（数量）	133
图表 207 2005年主要省份进口葡萄酒比例图（金额）	133
图表 208 2006年主要省份进口葡萄酒比例图（数量）	134
图表 209 2006年主要省份进口葡萄酒比例图（金额）	134
图表 210 2004年进口葡萄酒省市统计表	134
图表 211 2005年主要进口葡萄酒省市统计表	135
图表 212 2006年主要进口葡萄酒省市统计表	135
图表 213 2001 - 2005年葡萄酒出口情况变化表	136
图表 214 2001 - 2007（1-6月）年葡萄酒出口数量变化图	136
图表 215 2001 - 2007(1-6)年葡萄酒出口金额变化图	137
图表 216 2004年出口葡萄酒种类统计表	137
图表 217 2007(1-6月)年出口葡萄酒种类统计表	138
图表 218 2004年出口葡萄酒贸易方式统计表	138
图表 219 2004年中国葡萄酒出口主要去向比例图（数量）	139
图表 220 2004年中国葡萄酒出口主要去向比例图（金额）	139
图表 221 2004年中国葡萄酒出口主要去向价格对比图	139

图表 222 2004年出口葡萄酒去向统计表 140

图表 223 2005年出口葡萄酒主要去向国家地区统计表 141

图表 224 2006年出口装入2升及以下容器的鲜葡萄酿造的酒（22042100）主要去向国家地区统计表 142

图表 225 2006年装入2升及以下容器的鲜葡萄酿造的酒主要去向国家地区比例图（数量） 143

图表 226 2006年装入2升及以下容器的鲜葡萄酿造的酒主要去向国家地区比例图（金额） 143

图表 227 2007（1-6月）年装入2升及以下容器的鲜葡萄酿造的酒（22042100）主要去向国家或地区一览表 143

图表 228 2007（1-6月）年装入2升及以下容器的鲜葡萄酿造的酒主要去向国家地区比例图（数量） 144

图表 229 2007（1-6月）年装入2升及以下容器的鲜葡萄酿造的酒主要去向国家地区比例图（金额） 144

图表 230 2006年中国出口装入2升及以上容器的鲜葡萄酿造的酒主要国家一览表 145

图表 231 2006年装入2升及以上容器的鲜葡萄酿造的酒主要去向国家地区比例图（数量） 145

图表 232 2006年装入2升及以上容器的鲜葡萄酿造的酒主要去向国家地区比例图（金额） 146

图表 233 2007（1-6月）年中国出口装入2升及以上容器的鲜葡萄酿造的酒主要国家一览表 146

图表 234 2007（1-6月）年装入2升及以上容器的鲜葡萄酿造的酒主要去向国家地区比例图（数量） 146

图表 235 2007（1-6月）年装入2升及以上容器的鲜葡萄酿造的酒主要去向国家地区比例图（金额） 147

图表 236 2004年主要省份葡萄酒出口比例图（数量） 147

图表 237 2004年主要省份葡萄酒出口比例图（金额） 147

图表 238 2004年重点省市出口葡萄酒情况统计表 &n, bsp; 148

图表 239 2005年重点省市出口葡萄酒情况统计表 148

图表 240 2006年重点省市出口葡萄酒情况统计表 149

图表 241 2002-2004年葡萄酒进口关税变化图 151

图表 242 2004年中国三大酒类销售收入-成本对比图 165

图表 243 2005年中国三大酒类销售收入-成本对比图 166

图表 244	2006年1-12月中国三大酒类销售收入-成本对比图	166
图表 245	中国三大酒类2004—2007（1-8）年毛利率对比分析	167
图表 246	中国三大酒业2007年1-8月份资产 - 负债对比图	168
图表 247	中国三大酒类2002-2007（1-8）年主要经营指标分析一览表	168
图表 248	中国三大酒类2002-2007（1-8）年三大酒类销售收入对比图	169
图表 249	入世后酒业的关税变化	173
图表 250	2000-2004年葡萄酒进出口量值图	174
图表 251	2004年各月份张裕干红（750ML）价格行情	201
图表 252	2004年部分地区张裕干红价格走势	201
图表 253	2004年各月份长城干白（750ML）价格行情	201
图表 254	2004年部分地区长城干白价格走势	202
图表 255	2004年各月份王朝干红（750ML）价格行情	202
图表 256	2004年部分地区王朝干红价格走势	202
图表 257	2004年各月份12°宁夏红（750ML）价格行情	203
图表 258	2004年部分地区12°宁夏红价格走势	203
图表 259	2004年各各月份通化高级红（750ML）价格行情	204
图表 260	2004年部分地区通化高级红价格走势	204
图表 261	2004年各月份威龙干红（750ML）价格行情	204
图表 262	2004年部分地区威龙干红价格走势	205
图表 263	2004年各月份新天干白（750ML）价格行情	205
图表 264	2004年部分地区新天干白价格走势	205
图表 265	2004年葡萄酒新品基本情况一览表	206
图表 266	中国十大城市不同收入水平消费者葡萄酒饮用频率表：	209
图表 267	中国十大城市各年龄段消费者葡萄酒饮用频率表：	210
图表 268	中国十大城市葡萄酒使用频率对比表：	210
图表 269	十大城市消费者三个月内有无购买葡萄酒比例图	211
图表 270	十大城市消费者三个月内有无拿葡萄酒送礼比例图	211
图表 271	中国十大城市葡萄酒消费者选择标准对比表	212
图表 272	中国十大城市葡萄酒消费者最常饮用品牌排名列表：	213
图表 273	中国十大城市葡萄酒使用场合对比表：	214
图表 274	十大城市葡萄酒价格影响度对比图	215
图表 275	十大城市葡萄酒品牌影响度对比图	215

图表 276	十大城市葡萄酒购买方便影响度对比图	216
图表 277	十大城市葡萄酒广告影响度对比图：	216
图表 278	十大城市葡萄酒包装影响度对比图：	217
图表 279	2001-2007（1-6）年中国葡萄酒市场需求量增长趋势图	218
图表 280	2001-2006年中国葡萄酒市场需求规模变动趋势图	218
图表 281	2002 - 2006年中国葡萄酒人均消费量变化图	220
图表 282	2002-2005年三大酒类人均消费量变化图	220
图表 283	2004 - 2007年各月份葡萄酒产量变化情况对比表	222
图表 284	2001-2010年葡萄酒产量趋势变化图	222
图表 285	2007 - 2012年中国葡萄酒产量预测计算数据表	223
图表 286	2007-2010年中国葡萄酒产量预测	224
图表 287	2007年中国葡萄酒行业需求规模预测表	225
图表 288	2007年中国葡萄酒市场销售收入增长情况预测表示图	225
图表 289	2008-2012年中国葡萄酒销售收入一次二次指数平滑预测结果一览表	225
图表 290	2008-2012年中国葡萄酒销售收入预测趋势图	225
图表 291	2003-2005年中国葡萄酒企业按产量级别企业数量分布情况	227
图表 292	2003-2005年中国葡萄酒企业不同产量级别比例情况	228
图表 293	2001-2005年葡萄酒行业各项获利指变化对比图	228
图表 294	主要葡萄酒企业的网址	233
图表 295	2004年华东区各省（市、区）葡萄酒市场基础数据表	239
图表 296	2005年华东区各省（市、区）葡萄酒市场基础数据表	240
图表 297	2006年华东区各省（市、区）葡萄酒市场基础数据表	240
图表 298	华东地区2002-2007（1-8）年葡萄酒产量变化图	240
图表 299	2003-2007（1-8）年山东省葡萄酒行业季度运行情况统计表	243
图表 300	2003-2007（1-8）年山东省葡萄酒行业绩效情况统计表	244
图表 301	2003-2006年1-6山东省主要葡萄酒生产企业经营情况统计表	244
图表 302	山东省其它白酒生产企业一览表	246
图表 303	2002 - 2004年上海市价格变化表	246
图表 304	上海消费者最近三个月内饮用频率分布图	247
图表 305	上海不同年龄段葡萄酒消费者饮用频率对比图	247
图表 306	上海不同收入水平葡萄酒消费者饮用频率对比图	248
图表 307	上海消费者选择葡萄酒的标准分布图	248

图表 308	上海葡萄酒消费者理想品牌分布图	249
图表 309	上海葡萄酒消费者最常使用品牌分布图	249
图表 310	上海最常用来送礼的白酒品牌分布图	250
图表 311	上海市不同年龄消费者最常使用葡萄酒的场合	250
图表 312	上海市不同收入水平消费者最常使用葡萄酒的场合	251
图表 313	上海重度消费者不同年龄段分布图	251
图表 314	上海重度消费者不同收入水平分布图	252
图表 315	上海重度消费者最常使用的葡萄酒种类分布图	252
图表 316	上海重度消费者选择葡萄酒标准分布图	252
图表 317	2003-2007 (1-8) 年上海市葡萄酒行业运行情况统计表	253
图表 318	2003-2007 (1-8) 年上海市葡萄酒行业情况统计表	253
图表 319	2004-2006年1-10月上海市主要葡萄酒生产企业经营情况统计表	254
图表 320	2003 - 2004年江苏省价格指数变化表	255
图表 321	2005-2007 (1-9) 年江苏省价格指数变化表	255
图表 322	2004年个月份南京葡萄酒价格行情	256
图表 323	2004年各月份南京部分葡萄酒价格走势	256
图表 324	南京消费者最近三个月内饮用频率分布图	257
图表 325	南京不同年龄段葡萄酒消费者饮用频率对比图	257
图表 326	南京不同收入水平葡萄酒消费者饮用频率对比图	258
图表 327	南京消费者选择葡萄酒的标准分布图	258
图表 328	南京葡萄酒消费者理想品牌分布图	259
图表 329	南京葡萄酒消费者最常使用品牌分布图	259
图表 330	南京最常用来送礼的白酒品牌分布图	260
图表 331	南京市不同年龄消费者最常使用葡萄酒的场合	260
图表 332	南京市不同收入水平消费者最常使用葡萄酒的场合	260
图表 333	南京重度消费者不同年龄段分布图	261
图表 334	南京重度消费者不同收入水平分布图	261
图表 335	南京重度消费者最常使用的葡萄酒种类分布图	262
图表 336	南京重度消费者选择葡萄酒标准分布图	262
图表 337	2003-2007 (1-8) 年江苏省葡萄酒行业运行情况统计表	262
图表 338	2003-2005年江苏省葡萄酒行业季度绩效情况统计表	263
图表 339	2003、2004年江苏省主要葡萄酒生产企业经营情况统计表	263

图表 340	2004年华北区各省（市、区）葡萄酒市场综合数据表	264
图表 341	2005年华北区各省（市、区）葡萄酒市场综合数据表	264
图表 342	华北地区2002-2007（1-8）年葡萄酒产量变化图	265
图表 343	2003 - 2004年北京市价格指数变化表	266
图表 344	2004年各月份北京葡萄酒价格行情	266
图表 345	2004年北京部分葡萄酒价格走势	266
图表 346	北京消费者最近三个月内饮用频率分布图	267
图表 347	北京不同年龄段葡萄酒消费者饮用频率对比图	267
图表 348	北京不同收入水平葡萄酒消费者饮用频率对比图	268
图表 349	北京消费者选择葡萄酒的标准分布图	268
图表 350	北京葡萄酒消费者理想品牌分布图	269
图表 351	北京葡萄酒消费者最常使用品牌分布图	269
图表 352	北京最常用来送礼的白酒品牌分布图	270
图表 353	北京市不同年龄消费者最常使用葡萄酒的场合	270
图表 354	北京市不同收入水平消费者最常使用葡萄酒的场合	271
图表 355	北京重度消费者不同年龄段分布图	271
图表 356	北京重度消费者不同收入水平分布图	272
图表 357	北京重度消费者最常使用的葡萄酒种类分布图	272
图表 358	北京重度消费者选择葡萄酒标准分布图	272
图表 359	2003-2007(1-8)年北京市葡萄酒行业运行情况统计表	273
图表 360	2003-2007（1-8）年北京市葡萄酒行业绩效情况统计表	273
图表 361	2003、2004年北京市主要白酒生产企业经营情况统计表	274
图表 362	2002 - 2004年河北省价格变化表	275
图表 363	2003-2007（1-8）年河北省葡萄酒行业运行情况统计表	275
图表 364	2003-2006年河北省葡萄酒行业绩效情况统计表	276
图表 365	2004-2006年1-6月河北省主要葡萄酒生产企业经营情况统计表	276
图表 366	河北省其它葡萄酒生产企业一览表	277

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42637.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。