



艾凯咨询
ICAN Consulting

2004-2005年中国葡萄酒市场研究年度报告

一、调研说明

《2004-2005年中国葡萄酒市场研究年度报告》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/42955.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

主要结论

一、2004年全球葡萄酒市场现状与特点 4 （一）市场现状与特点

4 1、全球葡萄种植面积趋于稳定

4 2、全球葡萄酒产量继续增长

5 3、全球葡萄酒消费稳定增长

7 4、全球葡萄酒零售势头看好

7 5、世界葡萄酒贸易量增加

11 （二）主要酿酒葡萄产区发展概要

11 1、主要葡萄酒生产地区概要

13 2、重点葡萄酒生产国家概要 二、2004年中国葡萄酒市场规模与结构 16 （一）市场规模

16 1、规模与增长

19 2、各季度市场情况

19 （二）细分市场现状

19 1、干型葡萄酒消费增长迅速，干白产品竞争激烈

20 2、开发高技术含量产品

20 3、开发更具个性化的产品

20 4、针对不同层次的消费群开发不同的产品填补空白

21 5、推出满足区域市场的专用饮品

21 6、开发极具商机的中档产品

21 （三）市场结构

21 1、区域分布

25 2、品牌市场结构

30 3、销售渠道结构 三、2004年中国葡萄酒市场供需分析 36 （一）需求分析

36 1、葡萄酒人均消费量远远低于世界平均水平

36 2、需求总量近期增长空间有限

36 3、葡萄酒有效需求增大，后劲十足

37 4、干红占据葡萄酒消费的绝大部分

37 5、高收入的中青年人群是葡萄酒消费的主体

37 6、各档次葡萄酒的消费群体多样化

37 7、“产品消费”迈向“品牌消费”，消费者更信赖国内优秀品牌 39 8、葡萄酒消费的地域色彩较为浓厚

39 (二) 供给分析

39 1、葡萄酒企业小，生产分散，生产能力较弱

40 2、葡萄酒价格两极分化，国产酒价格逐步提高，进口洋酒价格降低 40 3、国内品牌价格大战此起彼伏，国外品牌价格竞争力增强 41 4、企业的终端意识不断加强，重视对渠道的控制

41 5、洋品牌不断尝试各种分销模式

41 6、产品同质化，营销手段乏新

42 (三) 市场特征分析

42 1、葡萄酒市场供需极不平衡，产大于销

42 2、市场价格战此起彼伏 四、2004年中国葡萄酒竞争格局分析与主力厂商市场竞争力评价

43 (一) 竞争格局分析

43 1、市场竞争格局

49 2、竞争手段

52 3、集中度

52 (二) 主力厂商市场竞争力评价

52 1、张裕葡萄酒市场竞争力评价

54 2、长城葡萄酒市场竞争力评价 55 3、王朝葡萄酒市场竞争力评价

56 4、新天酒业市场竞争力评价 五、影响2005 - 2009年中国葡萄酒市场发展因素分析 58 (一) 有利因素

58 1、市场潜力较大

58 2、政策上国家鼓励发展葡萄酒业，新国标呼之欲出

59 3、禁止生产半汁葡萄酒的新标准腾出巨大市场

59 4、产业发展迅速，产品技术日益提高

60 5、消费者对葡萄酒的认知水平提高，消费潜力很大

60 (二) 不利因素

60 1、关税降低，保健功能深入人心，洋葡萄酒销量大增

61 2、产业发展刚起步，存在许多不规范

61 3、产品合格率令人担忧

62 4、重复建设严重，盲目投资热度过高

62 5、葡萄酒原料种植缺乏规划，基地建设与管理混乱

63	6、传统消费观念：葡萄酒是“阳春白雪”
63	7、行业整体技术水平和研发能力较为薄弱
64	六、2005 - 2009年中国葡萄酒市场发展趋势分析
64	(一) 中国将成为葡萄酒业最具发展潜力的国家
64	(二) 市场竞争更激烈，葡萄酒市场集中度将降低
64	(三) 市场细分，产品差异化发展
65	(四) 生产成本降低营销成本提高
65	(五) 低价位普及红酒，将成为葡萄酒市场开拓的利器
66	(六) 高端商务酒是另一市场空间
66	(七) 全国性品牌越来越少区域性竞争更加激烈
67	(八) 葡萄酒行业将进入“合资”、“兼并”、“联合”的时代
67	(九) 关税下调，国外企业参与竞争，葡萄酒行业竞争将更加激烈
67	(十) 国标呼之欲出，质量有待提高
七、2005 - 2009年中国葡萄酒市场发展预测	69
69	(一) 规模预测
69	(二) 市场结构预测
69	1、高中低市场将呈现5：4：1的格局
70	2、干红葡萄酒继续唱主角，干白葡萄酒增长速度加快
八、建议	71
71	(一) 建立与社会结构相对应的产品结构，满足各阶层消费者
71	(二) 完善和重新修订葡萄酒新标准体系
72	(三) 合理规划行业发展，制定完善的标准与法规
72	(四) 加快结构调整步伐，制止葡萄酒产业的重复建设
73	(五) 大力加强优良酒葡萄原料基地建设
74	(六) 培育国内葡萄酒市场，进一步扩大市场消费容量
74	(七) 进一步加强市场监管和企业诚信建设
75	(八) 技术创新之路，加大科研开发力度，提高生产装备技术水平
报告说明	表目录
4	表1 1994 - 2004年世界各洲葡萄种植面积增长速度对比
5	表2 1994 - 2004年世界各大产区葡萄酒产量增长幅度对比
6	表3 2003世界各地葡萄酒人均年占有量
7	表4 2004年世界葡萄酒贸易量和贸易额对比
8	表5 各国和地区葡萄酒进口单价对比
11	表6 葡萄酒主要生产国的产量及国家个数
13	表7 世界主要葡萄酒生产地区一览表
17	表8 2002 - 2003年中国散装葡萄酒前六位进口国、进口量对比
17	表9 2002 - 2003年中国散装葡萄酒前六位进口国、进口价对比
22	表10 全国主要酿酒葡萄产地一览表
24	表11 2003年全国葡萄酒生产前十位省、市、自治区
25	表12 2003年以葡萄酒制造业主要财务指标列入行业前五位的省、自治区、直辖市
26	

表13 中国各地区葡萄酒市场品牌分布

28 表14 入围2004年中国消费者满意度总体评价排行榜的葡萄酒品牌 28 表15 根据市场占有率和品牌忠诚度的分类

30 表16 中国葡萄酒市场的分销渠道

33 表17 国内葡萄酒市场主要销售模式一览表

36 表18 世界与中国葡萄酒人均消费量对比

47 表19 葡萄酒业“东西”品牌一览表

48 表20 葡萄酒业新老三强对比

49 表21 葡萄酒市场竞争手段一览表

52 表22 葡萄酒主力厂商竞争力评价

图目录 9 图1 发达国家葡萄酒进口量和进口额占世界进口总量和进口总额的比例 10 图2 发达国家葡萄酒出口量占世界出口总量的比例

10 图3 发达国家葡萄酒出口额占世界出口总额的比例

11 图4 世界葡萄酒进口区域比例

12 图5 主要葡萄酒生产国占世界总量的比例

16 图6 1994 - 2004年中国葡萄酒产量增长

18 图7 中国葡萄酒企业生产能力对比

20 图8 2004年葡萄酒细分市场分布

38 图9 2004年国内外葡萄酒品牌购买率对比

39 图10 2004年国内葡萄酒品牌购买率对比

40 图11 2004年中国葡萄酒企业生产能力分布

42 图12 葡萄酒生产上下游关系图

44 图13 国内葡萄酒三大品牌占全国总量比例

69 图14 2005 - 2009年中国葡萄酒产量趋势预测

70 图15 2005 - 2009年中国葡萄酒市场结构预测

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42955.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。