



艾凯咨询
ICAN Consulting

2006年中国葡萄酒市场研究预测报告

一、调研说明

《2006年中国葡萄酒市场研究预测报告》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/42962.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

【描述】 本报告着重介绍了2005年中国葡萄酒市场发展现状，经营理念的变化以及行业发展趋势。依据对大量最新资讯的详尽分析，结合权威的观点，并将近年来大量的连续监测数据运用数据模型分析，对2006年中国葡萄酒行业的发展做出科学的预测。 本报告的数据来源于国家海关、国家统计局、国务院发展研究中心、国家信息中心、数据库中的相关资料，其它渠道行业非公开数据、行业专家访谈结果以及大量一手调研数据；权威、公正、

客观。 【目录】 第一部分 行业环境

第一章 葡萄酒产业发展宏观环境分析

第一节 我国葡萄酒产业发展的经济环境分析

第二节 中国人口统计及居民收入分析

第三节 我国葡萄酒产业发展政策环境分析

第二章 葡萄酒替代性分析

第一节 葡萄酒相关替代品

第二节 啤酒、白酒、软饮料对葡萄酒的替代性分析

一、白酒和葡萄酒的替代性

二、啤酒和葡萄酒的替代性

三、葡萄酒和软饮料的替代性 第三章 葡萄酒行业的投资特性

第一节 葡萄酒产品结构

第二节 葡萄酒产业投资特性

一、行业特点

二、投资进出壁垒分析 第二部分 行业现状

第一章 世界葡萄酒行业

第一节 世界葡萄酒产业现状及趋势

第二节 世界葡萄酒供求状况

第三节 全球葡萄酒零售趋势 第二章 中国葡萄酒行业发展现状

第一节 中国葡萄酒行业特点分析

第二节 中国葡萄酒行业发展现状

一、行业生产情况

二、主要葡萄酒生产企业及其品牌情况

第三节 2004年各区域葡萄酒品牌占有率情况

一、主产区消费市场和主产区消费市场

二、国内葡萄酒市场竞争格局

第四节 葡萄酒市场需求及销售情况

一、葡萄酒市场消费现状

二、国产葡萄酒市场消费状况

第五节 我国葡萄酒市场进出口情况

一、我国葡萄酒的进口情况

二、我国葡萄酒的出口情况 第三部分 行业竞争

第一章 葡萄酒的消费市场分析

第一节 中国葡萄酒消费者调查

第二节 中国主要葡萄酒消费地区分析

一、北京葡萄酒市场

二、武汉葡萄酒市场

三、深圳葡萄酒市场

四、青岛葡萄酒市场

五、重庆葡萄酒市场调查

六、广西葡萄酒市场调查

七、吉林省葡萄酒消费调查

八、福建省葡萄酒市场调查

九、云南省葡萄酒市场调查

十、上海葡萄酒市场 第二章 中国葡萄酒关联产品分析及预测

第一节 2004年酒业回顾

一、我国葡萄酒市场2004年特点

二、品牌和渠道是核心竞争力

第二节 中国葡萄酒市场需求及影响因素分析

一、影响葡萄酒业的主要因素分析

第三节 2006年葡萄酒及关联产业预测

一、产量预测

二、价格预测

三、原料供应预测

四、产业格局预测

五、行业效益预测 第三章 葡萄酒行业原材料供应--葡萄基地建设情况

第一节 世界各国酿酒葡萄产区概况

- 一、法国葡萄酒产地
- 二、意大利的葡萄酒产地
- 三、西班牙的葡萄酒产地
- 四、阿根廷的葡萄酒地
- 五、澳大利亚葡萄酒产地
- 六、美国葡萄酒及果酒生产概况
- 七、葡萄牙的葡萄酒产地
- 八、德国葡萄酒产地

第二节 世界葡萄种植变化情况

- 一、世界葡萄栽培面积情况
- 二、世界葡萄产量变化情况

第三节 我国葡萄种植区域优劣分析

- 一、全国九大葡萄产区
- 二、四大最佳生态区

第四节 中国葡萄酒酿酒基地竞争格局

- 一、基地市场格局
- 二、主要葡萄酒生产厂家本部市场布局分析

第五节 中国主要葡萄酒酿酒产地分析

- 一、胶东半岛
- 二、黄河故道
- 三、河北昌黎产区
- 四、天津产区
- 五、河北沙城
- 六、宁夏贺兰山
- 七、甘肃武威
- 八、新疆地区
- 九、云南地区
- 十、东北产地

第六节 我国酿酒葡萄种植面积、品种结构情况 第四章 葡萄酒营销分析

第一节 葡萄酒行业的销售渠道分析

- 一、区域代理

二、买断品牌

三、特许（经营）专卖

第二节 洋酒进入中国市场营销谋略分析

一、洋酒逐步退出中国市场原因分析

二、洋酒“卷土重来”策略分析

第三节 中国葡萄酒攻防策略分析

一、中国葡萄酒企业市场竞争策略

二、中国葡萄酒市场终端策略

第四节 国产葡萄酒市场运营模式分析

一、代理制

二、经销制

三、直销

四、酒商 消费者

五、经销商或分销商 卖场

六、经销商或分销商 消费者

七、买断经营

第五节 2005年中国葡萄酒业营销策略分析

一、从混战到会盟--葡萄酒行业的市场整合策略

二、九阳神功的魅力--葡萄酒行业的质量方略

三、鱼的游弋与鸟的飞翔--葡萄酒行业的品牌整合策略

四、大象无形--葡萄酒行业的文化营销策略

五、与狼共舞--葡萄酒行业的入世策略

第六节 中外葡萄酒市场竞争对比分析

一、国产干红攻城掠地 民族品牌扬眉吐气

二、有调查显示：八大消费城市中99.2%的人选购国产葡萄酒 三、外国酒 金玉其外 洋品牌 价不副实 第五章 中国葡萄酒消费分析

第一节 中国葡萄酒市场消费特点

第二节 国产葡萄酒的三梯队

第三节 中国葡萄酒市场存在的主要问题分析

第四节 加快我国葡萄酒业发展的建议

第五节 中国葡萄酒国际化策略 第四部分 趋势与策略

第一章 中国葡萄酒加入 WTO后竞争分析

第一节 中国葡萄酒竞争优势分析

第二节 WTO与中国葡萄酒业

一、加入WTO对我国葡萄酒行业的影响

二、取消酒类进口许可证管理的影响

第三节 未来葡萄酒产业发展趋势

一、世界葡萄酒发展九大趋势

二、中国葡萄酒发展五大趋势

三、中国葡萄酒行业竞争趋势 第二章 葡萄酒行业分析

第一节 我国葡萄酒市场现状

一、我国葡萄酒消费增长很快

二、国内葡萄酒细分市场分析

第二节 我国葡萄酒行业发展趋势

一、世界葡萄酒价格

二、葡萄种植：传统生产国落后新兴生产国猛增

三、葡萄酒消费将继续增加

四、异国竞争者掌握葡萄酒文化快

五、市场品牌进入新一轮激烈竞争

六、葡萄酒业进入平稳发展时期，将出现产业整合、企业并购潮 七、打造核心竞争力，进入国际市场竞争成为热点

八、葡萄酒消费文化来临，做好“口味”的文章就是赢

九、革新葡萄酒业管理机制，现代知识管理势在必行

第三节 2005年葡萄酒行业特点分析

一、2005年葡萄酒井喷式爆发

二、洋酒大规模进入中档卖场

三、2004年，葡萄酒业的规范化运动向纵深展开

四、企业进入转型期

五、酒庄运动规范化

六、中档卖场“内外”大比拼 第五部分 葡萄酒行业重点企业分析

第一章 烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司

第一节 公司基本情况

一、公司简介

二、公司主要产品介绍

第二节 张裕葡萄酒生产销售与市场策略分析

一、2004-2005年主营业务经营状况分析

二、2004-2005年财务状况分析

三、企业竞争能力分析

四、销售与市场经营分析

五、销售市场分布及未来发展

六、在行业中的比较竞争优势

七、张裕公司采取的竞争策略 第二章 中粮酒业有限公司

第一节 基本情况

第二节 中国长城葡萄酒有限公司

一、公司简介

二、产品分类

三、2004-2005年市场竞争策略分析

四、沙城长城新世纪策略

五、沙城长城葡萄酒取得成功原因探讨

六、沙城2004年长城葡萄酒攻略

第三节 烟台中粮葡萄酿酒有限公司

一、企业介绍

二、企业经营策略

第四节 华夏葡萄酿酒有限公司

一、公司简介

二、华夏公司的经营策略分析

三、华夏公司竞争策略分析 第三章 中法王朝葡萄酒有限公司

第一节 企业基本情况

第二节 王朝葡萄酒生产经营及市场策略分析

一、生产经营情况

二、经营策略分析

三、市场竞争策略分析

四、发展战略分析 第四章 通化葡萄酒股份有限公司

第一节 公司概况

一、公司简介

二、主要产品

第二节 生产经营情况及策略分析

一、生产经营情况

二、财务状况

三、市场竞争策略分析 第五章 新天国际酒业有限公司

第一节 公司概况

一、公司简介

二、产业现状

三、发展方向

第二节 生产经营情况及策略分析

一、经营及财务状况

二、发展态势分析

三、营销策略分析 第六章 中国葡萄酒市场进入机会分析

第一节 我国葡萄酒行业现状

一、2004年国内葡萄酒市场特点

二、国内葡萄酒市场发展趋势分析

第二节 2006年中国葡萄酒行业预测 图表目录（部分）

图表1-1-1 经济全球化的内容与主要表现一览表

图表1-1-2 2004年中国GDP增长图

图表1-1-3 2004年以来中国GDP按季度增长情况

图表1-1-4 2004年工业增加值及其在国民经济中的比重

图表1-1-5 2004年中国固定资产增长率变化图

图表1-1-6 2004三个产业结构对比

图表1-1-10 2004年人口主要构成情况

图表1-1-11 2004年城镇人口与乡村人口所占比例

图表1-1-12 1998-2004年我国城镇人口数量变化

图表1-1-13 未来我国人口增长趋势

图表1-1-14 1998-2002年城乡居民人均储蓄存款

图表1-1-15 1998-2004年城乡居民人均可支配收入

图表1-1-16 1998-2004中国城乡居民家庭恩格尔系数变化情况 图表1-1-18 世界葡萄酒产量与消费量变化情况

图表1-2-1 2004年不同软饮料销售收入所占比重情况

图表1-2-2 2004年我国软饮料各品种产量结构

图表1-2-3 2004年中国饮料酒产量构成

图表1-3-1 当前各酒种主要投资经济指标

图表1-3-2 2004年葡萄酒全国各省市综合财务指标合计

图表2-1-1 世界葡萄酒产量变化

图表2-1-2 世界葡萄酒出口量变化趋势

图表2-1-4 新世界国家葡萄酒出口量变化

图表2-1-5 各洲葡萄酒出口量的变化情况

图表2-1-6 各洲葡萄酒进口量的变化情况

图表2-1-7 世界葡萄酒进口情况

图表2-1-8 亚洲国家进口葡萄酒情况

图表2-1-9 各年份世界葡萄酒消费情况

图表2-1-10 世界葡萄酒人均年占有量

图表2-1-11 世界葡萄酒消费量变化情况

图表2-1-12 全球葡萄酒主要消费国家消费金额排名

图表2-1-13 欧洲国家葡萄酒消费的变化情况

图表2-1-14 按地域划分的人均葡萄酒消费量

图表2-1-15 1按地域划分的人均葡萄酒消费额

图表2-1-16 世界6个主要葡萄酒生产国葡萄酒产量及消费量

图表2-2-1 1957年-2004年中国葡萄酒产量增长速度

图表2-2-2 1994年-2004中国葡萄酒历年产量

图表2-2-3 2004年中国葡萄酒产量地区分布情况

图表2-2-4 2004年葡萄酒产量地区比重情况

图表2-2-5 葡萄酒生产企业中销售收入在200万元以上企业所有制分布 图表2-2-6 葡萄酒生产

企业中销售收入在200万元以上企业类型 图表2-2-7 中国主要葡萄原料基地

图表2-2-8 城镇居民饮料酒人均购买量分类统计表

图表2-2-9 城镇居民饮料酒人均购买情况表

图表2-2-10 2010年规划的葡萄产品档次结构比例

图表2-2-11 2004年我国各种酒类产量比重

图表2-2-12 我国葡萄酒产量变化情况

图表2-2-13 2004年葡萄酒全国部分地区产品销售收入

图表2-2-14 中国消费者选择葡萄酒情况调查

图表2-2-15 不同文化水平的消费者每月在葡萄酒上的花费

图表2-2-16 不同收入水平消费者每月在葡萄酒上的消费

图表2-2-17 我国近几年进口葡萄酒数量

图表2-2-18 2000年-2001年海关进出口葡萄酒统计数据

图表2-2-19 1999—2001年中国葡萄酒主要进口国家和地区与发展能力指标

.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42962.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。