



艾凯咨询
ICAN Consulting

2005年中国葡萄酒市场 市场分析及 发展趋势研究报告

一、调研说明

《2005年中国葡萄酒市场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/42976.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

从2005年春季全国糖酒商品交易会闭幕式上了解到，2004年，全国葡萄酒总产量为37万吨，增长幅度达到了14.8%。工业总产值、产品销售收入和利税总额分别增长16.4%、17.1%和7.7%，达到77亿元、74亿元和18亿元。葡萄酒的产量也逐步趋向相对集中，综合规模最大的6家企业，占行业的产量比重由51.6%上升到54.6%，其合计利税占行业的比重也由78.2%上升到83.8%。

葡萄酒是世界畅销的酒种。目前，葡萄酒是世界上第二大饮料酒，产量和消耗量仅次于啤酒，在国际贸易中占有非常重要的地位。中国自20世纪90年代以后，随着社会经济的发展，生活水平的提高和消费观念的改变，人们对葡萄酒的需求不断增加。中国葡萄酒生产从原料到品质都有了长足发展和提高，市场份额逐年增长。葡萄酒潜在的市场空间，吸引了国外资本和国际品牌更多地介入。国外资本进入本土，打造具有中国文化和地域色彩的品种，规模更加巨大，脚步比前几番的产品进入要扎实得多，对于欲继续参与竞争的中国葡萄酒厂家和商家，只有进一步提升产品品质，全面提升品牌与营销策略，才能在未来的市场竞争中立于不败之地。

本研究报告依据国家统计局、国家海关总署、国家经贸委、国务院发展研究中心、国家信息中心、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，对我国葡萄酒行业生产销售现状、主要品牌及市场占有率、主要制造商及其市场占有率、市场的竞争状况、进出品形势以及未来市场发展变化作了全方位的剖析，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。是葡萄酒生产企业、科研单位、销售企业准确了解葡萄酒行业发展动态，把握市场机会，作出正确的企业定位和明确企业发展方向不可多得的精品。

第一章 中国葡萄酒行业相关定义及特点分析

第一节 葡萄酒的定义及分类

一、葡萄酒的定义

二、葡萄酒的分类

第二节 中国葡萄酒行业发展特点

一、供给与需求缺口拉大

二、生产地区集中

三、品种单一，中低档产品多

四、行业收益显低

五、品牌集中度高

六、原材料供应稳定

七、市场需求逐年增大

八、生产技术装备水平和产品质量明显提高

第三节 中国酒业发展影响因素分析

一、需求分析

二、行业内竞争的影响分析

三、原料供应分析

四、替代品分析

五、政策影响分析

六、入世后关税变化对酒业的影响 第二章 世界葡萄酒行业发展现状分析 第一节 世界葡萄酒行业发展现状

一、世界葡萄种植状况

二、世界葡萄酒产地分析

1、法国

2、意大利

3、西班牙

4、阿根廷

5、澳大利亚

6、美国

7、葡萄牙

8、德国

第二节 世界葡萄酒的消费分析

一、世界葡萄酒消费及变化情况

二、世界葡萄酒消费趋势

第三节 世界葡萄酒业发展趋势分析 第三章 2004-2005年中国葡萄酒行业发展状况分析 第一节 2004年中国葡萄酒行业发展分析

一、行业运行综述

二、价格行情分析

三、行业热点分析

四、新品情况分析

五、营销策略分析 第二节 2004年中国葡萄酒产量分析

一、2004年1-12月产量及其变化分析

二、2004年各区域市场产量分析

第三节 2004年中国葡萄酒行业各项经济指标分析

一、工业总产值情况

二、企业评价指标

三、企业盈亏情况

四、资产负债情况

五、产销存情况

六、财务费用情况

第四节 2005年中国葡萄酒行业发展分析

一、行业运行综述

二、市场状况分析

1、区域市场分析

2、主流品牌分析

三、行业热点分析

四、行业竞争状况

1、龙头企业竞争态势分析

2、新品开发状况分析

五、发展趋势预测 第四章 中国葡萄酒主要生产原料供应分析 第一节 我国葡萄产地分析

一、东北产地

二、渤海湾产地

三、沙城产地

四、清徐产地

五、银川产地

六、武威产地

七、新疆产地

八、黄河故道产地

九、云南高原产地

第二节 中国葡萄酒酿酒产区分析

一、胶东半岛产区

二、黄河故道产区

三、秦皇岛昌黎产区

四、天津地区葡萄酒产区

五、河北沙城产区

六、宁夏贺兰山产区

七、甘肃产区

八、新疆产区

九、云南地域产区

十、东北产区 第五章 2004年中国葡萄酒行业区域市场发展分析 第一节 华北地区葡萄酒市场分析

第二节 东北葡萄酒市场分析

第三节 华东地区市场分析

第四节 中南地区葡萄酒市场分析

第五节 西南地区葡萄酒市场分析

第六节 西北地区葡萄酒市场分析 第六章 我国葡萄酒产销现状及未来分析 第一节 葡萄酒消费习惯调查分析

一、年轻人追求氛围，年长者追求保健

二、年轻人在朋友聚会时饮用葡萄酒，年长者在家里饮用葡萄酒 三、长城、张裕京城葡萄酒市场霸主地位不可动摇

四、消费者最喜欢山东烟台的葡萄酒

五、消费者平均每月饮用葡萄酒的次数

六、在家饮用和在外饮用的比例接近1:1

第二节 葡萄酒产销现状

一、我国葡萄酒的销售量和人均消费量

二、我国葡萄酒产量

三、我国葡萄酒进出口量

四、我国酒类产品的消费结构

第三节 中国重点地区葡萄酒消费分析

一、北京葡萄酒市场

二、武汉葡萄酒市场

三、青岛葡萄酒市场

四、重庆葡萄酒市场

五、广西葡萄酒市场

六、吉林省葡萄酒市场

七、福建省葡萄酒市场

八、云南省葡萄酒市场

第四节 葡萄酒销售趋势预测

- 一、我国经济持续高速增长，人们的消费能力增强
- 二、有利的政策环境
- 三、市场日趋成熟
- 四、葡萄酒生产成本降低，拉动消费者对葡萄酒的需求

第五节 葡萄酒干酒产量呈现快速增长趋势

- 一、原料供应基本有保障
 - 二、葡萄酒进出口差额对国内葡萄酒产量的影响
 - 三、葡萄酒生产的前瞻性
 - 四、外部政策环境的改善对葡萄酒产量的影响
- #### 第七章 我国葡萄酒行业销售渠道分析 第一节

中国葡萄酒主要销售渠道模式分析

- 一、区域代理制
- 二、经销制
- 三、直销制
- 四、买断品牌
- 五、特许经营

第二节 洋酒进入中国市场营销策略分析

- 一、洋酒逐步退出中国市场原因分析
- 二、洋酒“卷土重来”的策略分析

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
- 三、慎定经销商政策

第四节 中国葡萄酒营销模式创新分析

- 一、由经销制转向改进的代销制
- 二、通路精耕

三、网络营销手段的应用 第八章 中国葡萄酒业竞争分析 第一节 中国葡萄酒行业竞争特点

- 一、葡萄酒市场潜力巨大
- 二、寡头垄断葡萄酒市场
- 三、沿海城市比内地城市葡萄酒渗透率高
- 四、逐渐从“产品消费”走向“品牌消费”
- 五、消费者特征：中青年、高学历、高收入

第二节 中国葡萄酒竞争格局分析

- 一、国产葡萄酒三大梯队
- 二、万军相争，勇者胜
- 三、从混战到会盟，市场大整合
- 四、百花齐放，质量当先

第三节 加入WTO后中国葡萄酒竞争优势分析

- 一、数字乐观，市场平静
- 二、布局高端，中国酒寻突破
- 三、中档市场，地产品牌抢庄
- 四、洋酒市场，难有大作为

第四节 中国葡萄酒竞争趋势分析

- 一、七分葡萄、三分酿造，跑马圈地抢葡萄
- 二、国标、行标尴尬并存

三、“新贵”叫板老牌精英 第九章 中国葡萄酒业部分优势企业分析 第一节 烟台张裕

葡萄酿酒股份有限公司

第二节 河北沙城长城葡萄酒有限公司

第三节 中法合资王朝葡萄酒有限公司

第四节 通化葡萄酒股份有限公司

第五节 新天国际葡萄酒业有限公司

第六节 青岛华东葡萄酒有限公司 第十章 中国葡萄酒投资分析及发展趋势分析 第一节 中国葡萄酒产业投资特性分析

- 一、中国葡萄酒产业属于新兴行业
- 二、中国葡萄酒业正处于竞争发展期
- 三、葡萄酒业是资源密集性产业
- 四、风险小，建设周期短
- 五、进入壁垒小
- 六、行业利润指标较高
- 七、投资空间巨大

第二节 中国葡萄酒企业投资建议

- 一、产品创新建议：软包装
- 二、营销手法创新建议：倒立营销
- 三、渠道创新建议：开辟郊区、城镇市场

第三节 2005年我国葡萄酒业发展趋势预测 部分图表目录 图表 2005年1-3月葡萄酒产量

图表 2004年1-12月葡萄酒产量

图表 2004年葡萄酒制造累计工业总产值（当年价格）

图表 2004年葡萄酒制造累计工业总产值（当年价格）比上年同期增长 图表 2004年1-12月葡萄酒制造各项统计指标

图表 2004年1-12月葡萄酒制造累计产品销售收入

图表 2004年1-12月葡萄酒制造累计负债合计

图表 2004年1-12月葡萄酒制造累计利润总额

图表 2004年1-12月葡萄酒制造累计资产总计

图表 2004年1-12月葡萄酒制造累计产品销售成本

图表 2004年1-12月葡萄酒制造累计全部从业人员平均人数

图表 2004年1-12月葡萄酒制造累计企业单位数

图表 2004年1-12月葡萄酒制造累计亏损企业单位数

图表 2004年1-12月葡萄酒制造累计亏损企业亏损总额

图表 2004年度中国葡萄酒工业经济效益十佳企业名单

图表 2004年企业评价指标

图表 2004年企业盈亏情况表

图表 2004年葡萄酒资产负债表

图表 2004年葡萄酒产销存情况表

图表 2004年葡萄酒财务费用情况表

图表 2004年葡萄酒北京市合计

图表 2004年葡萄酒吉林省合计

图表 2004年葡萄酒四川省合计

图表 2004年葡萄酒天津市合计

图表 2004年葡萄酒宁夏区合计

图表 2004年葡萄酒安徽省合计

图表 2004年葡萄酒山东省合计

图表 2004年葡萄酒山西省合计

图表 2004年葡萄酒广东省合计

图表 2004年葡萄酒广西区合计

图表 2004年葡萄酒新疆区合计

图表 2004年葡萄酒河北省合计

图表 2004年葡萄酒河南省合计

图表 2004年葡萄酒湖北省合计

图表 2004年葡萄酒甘肃省合计

图表 2004年葡萄酒贵州省合计

图表 2004年葡萄酒辽宁省合计

图表 2004年葡萄酒陕西省合计

图表 2004年葡萄酒黑龙江合计

图表 2004年大型企业葡萄酒制造全国合计

图表 2004年中型企业葡萄酒制造全国合计

图表 2004年小型企业葡萄酒制造全国合计

图表 前几年中国酒类产品的消费结构

图表 葡萄酒供需对比表

图表 葡萄酒企业的网络营销及其网站

图表 成都葡萄酒价格涨幅

图表 沈阳葡萄酒价格涨幅

图表 济南葡萄酒价格涨幅

图表 北京葡萄酒价格涨幅

图表 南京葡萄酒价格涨幅

图表 张裕干红价格涨幅

图表 王朝干红价格涨幅

图表 新天干白价格涨幅

图表 云南干红价格涨幅

图表 威龙干红价格涨幅

图表 通化高级红价格涨幅

图表 张裕葡萄酒在武汉大型商场超市的部分品种、容量、度数、价格 图表 长城葡萄酒在武汉大型商场超市的部分品种、容量、度数、价格 图表 王朝葡萄酒在武汉大型商场超市的部分品种、容量、度数、价格 图表 威龙葡萄酒在武汉大型商场超市的部分品种、容量、度数、价格 图表 丰收葡萄酒在武汉大型商场超市的部分品种、容量、度数、价格 图表 2004年张裕葡萄酒股份有限公司主要会计数据

图表 2004年张裕葡萄酒股份有限公司主要财务指标

图表 2004年通化葡萄酒股份有限公司主要财务数据

图表 2002-2004年通化葡萄酒股份有限公司主要会计数据和财务指标

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42976.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。