



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008年中国葡萄酒行业市场分析 及发展趋势预测研究报告

一、调研说明

《2008年中国葡萄酒行业市场分析及发展趋势预测报告》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/56445.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

2008年中国葡萄酒行业市场分析与发展趋势

目录

CONTENTS

第一部分 行业发展概况

第一章 葡萄酒行业发展概况1

第一节 葡萄酒行业基本知识1

一、葡萄酒定义与分类1

二、葡萄酒的历史3

三、葡萄酒酿造工艺4

四、葡萄酒各类别特点12

五、葡萄酒标准化建设15

第二节 葡萄酒产区分析17

一、东北产地17

二、渤海湾产地18

三、沙城产地18

四、清徐产地18

五、银川产地18

六、武威产地19

七、吐鲁番产地19

八、黄河故道产地19

九、云南高原产地19

第三节 葡萄产业市场发展分析20

一、常见酿酒葡萄品种20

二、新型葡萄市场看好29

三、葡萄种植质量分析30

第二章 国际葡萄酒行业发展分析32

第一节 世界葡萄酒行业发展现状32

一、葡萄酒行业的全球化32

二、2007全球葡萄酒拍卖分析34

三、欧盟葡萄酒行业改革分析35

| | |
|--------------------|----|
| 四、亚洲葡萄酒消费增长分析 | 36 |
| 第二节 法国葡萄酒行业市场分析 | 37 |
| 一、法国葡萄酒产区概述 | 37 |
| 二、2007年法国葡萄酒产量 | 41 |
| 三、2007年法国葡萄酒出口 | 41 |
| 第三节 澳大利亚葡萄酒市场分析 | 42 |
| 一、澳大利亚葡萄酒产区分析 | 42 |
| 二、澳大利亚葡萄酒发展分析 | 44 |
| 三、澳大利亚葡萄酒的困境 | 47 |
| 第四节 其他部分国家葡萄酒市场分析 | 48 |
| 一、2007年挪威葡萄酒销量 | 48 |
| 二、印度葡萄酒行业蓬勃发展 | 48 |
| 三、韩国高档葡萄酒需求量增加 | 49 |
| 四、英国将流行低酒精度葡萄酒 | 49 |
| 五、2007年阿根廷葡萄酒出口 | 50 |
| 六、美国葡萄酒消费研究 | 50 |
| 第二部分 行业发展现状 | |
| 第三章 中国葡萄酒行业发展分析 | 53 |
| 第一节 2007年中国葡萄酒发展回顾 | 53 |
| 一、2007年葡萄酒行业特征 | 53 |
| 二、2007年中国葡萄酒行业变化 | 56 |
| 三、2007年葡萄酒行业的转型 | 57 |
| 四、2007年中国葡萄酒焦点 | 61 |
| 五、2007年百大葡萄酒排行 | 65 |
| 第二节 中国葡萄酒质量分析 | 72 |
| 一、中国葡萄酒质量现状 | 72 |
| 二、中国葡萄酒质量存在问题 | 73 |
| 三、中国葡萄酒质量提升的措施 | 73 |
| 第三节 中国葡萄酒产业存在的问题分析 | 74 |
| 一、生产原料壁垒明显 | 74 |
| 二、产区与消费区脱离 | 75 |
| 三、人均消费量水平不高 | 75 |

| | |
|-----------------------------|-----|
| 四、营销缺乏战略突破 | 76 |
| 五、新国标实施下的疑惑 | 77 |
| 六、葡萄酒品牌的不足 | 78 |
| 第四节 葡萄酒包装市场分析 | 80 |
| 一、葡萄酒包装发展概况 | 80 |
| 二、葡萄酒包装的多元化 | 82 |
| 三、生产商突破传统包装 | 83 |
| 第三部分 行业经济运行分析 | |
| 第四章 中国葡萄酒市场运行分析 | 85 |
| 第一节 葡萄酒产量统计 | 85 |
| 一、2007年1-11月葡萄酒产量全国统计 | 85 |
| 二、2007年1-11月葡萄酒产量分地区统计 | 85 |
| 第二节 葡萄酒制造企业经济指标分析 | 93 |
| 一、2007年1-11月葡萄酒制造企业收入排行 | 93 |
| 二、2007年1-11月葡萄酒制造分地区经济指标 | 94 |
| 三、2007年1-11月葡萄酒制造分企业类型经济指标 | 123 |
| 第三节 葡萄酒进出口统计 | 133 |
| 一、2007年1-11月鲜葡萄酿造的酒进出口统计 | 133 |
| 二、2007年1-11月加植物或香料的葡萄酒进出口统计 | 139 |
| 第四节 葡萄酒进口现状分析 | 144 |
| 一、人民币升值的影响 | 144 |
| 二、中国进口葡萄酒市场思考 | 145 |
| 三、进口葡萄酒情醉专卖店 | 149 |
| 第五章 葡萄酒区域市场分析 | 155 |
| 第一节 北京葡萄酒市场分析 | 155 |
| 一、北京葡萄酒市场调查 | 155 |
| 二、北京葡萄酒市场格局 | 157 |
| 三、北京葡萄酒价格竞争 | 160 |
| 四、北京市葡萄酒进出口 | 161 |
| 第二节 山东葡萄酒市场分析 | 172 |
| 一、山东葡萄酒行业概况 | 172 |
| 二、烟台葡萄酒产业的思考 | 178 |

| | |
|--------------------|-----|
| 三、青岛葡萄酒市场的发展 | 189 |
| 四、山东省葡萄酒进出口统计 | 190 |
| 第三节 广东省葡萄酒市场分析 | 195 |
| 一、广州葡萄酒市场分析 | 195 |
| 二、广东省葡萄酒消费人群 | 199 |
| 三、广东省葡萄酒进出口统计 | 200 |
| 第四节 其他地区葡萄酒市场分析 | 205 |
| 一、西部葡萄酒的发展 | 205 |
| 二、浙江嘉善葡萄酒市场 | 208 |
| 三、郑州葡萄酒市场调查 | 210 |
| 四、长春葡萄酒市场调查 | 212 |
| 五、上海葡萄酒市场调查 | 214 |
| 六、云南葡萄酒产区调查 | 216 |
| 第六章 葡萄酒行业市场消费分析 | 218 |
| 第一节 中国葡萄酒消费者研究 | 218 |
| 一、葡萄酒饮用率分析 | 218 |
| 二、葡萄酒消费人群特征 | 219 |
| 三、葡萄酒消费人群生活形态 | 221 |
| 四、葡萄酒消费人群接触点 | 222 |
| 第二节 中国葡萄酒消费的影响因素分析 | 225 |
| 一、饮食习惯的影响 | 225 |
| 二、文化习俗的影响 | 226 |
| 三、饮食结构的影响 | 228 |
| 第三节 葡萄酒消费者心理解读 | 232 |
| 一、有益健康的消费心理 | 232 |
| 二、选择品牌的消费心理 | 233 |
| 三、追求时尚的消费心理 | 233 |
| 四、女性消费葡萄酒解析 | 234 |
| 第四部分 行业竞争分析 | |
| 第七章 葡萄酒行业市场竞争分析 | 239 |
| 第一节 葡萄酒行业竞争现状 | 239 |
| 一、高端酒庄抢占山头 | 239 |

| | |
|--------------------|-----|
| 二、渠道开始分化 | 240 |
| 三、葡萄酒行业冲击不断 | 241 |
| 四、红酒行业价格竞争 | 243 |
| 五、葡萄酒年份的竞争 | 245 |
| 第二节 中国葡萄酒格局分析 | 246 |
| 一、葡萄酒格局形成因素 | 246 |
| 二、葡萄酒品牌分布现状 | 247 |
| 第三节 中外葡萄酒竞争分析 | 249 |
| 一、洋葡萄酒在中国市场现状 | 249 |
| 二、中外葡萄酒商超战略比较 | 250 |
| 三、中国葡萄酒进军国际市场 | 252 |
| 第八章 葡萄酒行业优势企业分析 | 254 |
| 第一节 烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司 | 254 |
| 一、公司简介 | 254 |
| 二、公司发展优势 | 254 |
| 三、公司国际化战略 | 256 |
| 四、公司财务数据 | 261 |
| 第二节 中粮集团有限公司 | 266 |
| 一、长城葡萄酒的历史与现状 | 266 |
| 二、长城葡萄酒的产品定位 | 267 |
| 三、长城葡萄酒的品牌内涵 | 267 |
| 四、长城葡萄酒品牌策略 | 268 |
| 第三节 中法合营王朝葡萄酿酒有限公司 | 271 |
| 一、公司简介 | 271 |
| 二、公司营销战略 | 273 |
| 三、公司国际化之路 | 276 |
| 四、公司财务数据 | 278 |
| 第四节 新天国际葡萄酒业有限公司 | 284 |
| 一、公司简介 | 284 |
| 二、公司品牌问题 | 285 |
| 三、公司发展策略 | 287 |
| 四、公司财务数据 | 288 |

| | |
|--------------------|-----|
| 第五节 通化葡萄酒有限公司 | 294 |
| 一、公司简介 | 294 |
| 二、公司发展重点 | 294 |
| 三、公司财务数据 | 295 |
| 第六节 烟台威龙葡萄酒股份有限公司 | 300 |
| 一、公司简介 | 300 |
| 二、公司品牌战略 | 301 |
| 第七节 甘肃莫高实业发展股份有限公司 | 303 |
| 一、公司简介 | 303 |
| 二、公司强化葡萄酒主业 | 304 |
| 三、公司葡萄酒市场分析 | 304 |
| 四、2007年公司财务数据 | 310 |
| 第五部分 行业趋势分析 | |
| 第九章 葡萄酒行业发展趋势分析 | 317 |
| 第一节 中国葡萄酒未来发展趋势 | 317 |
| 一、酒庄热风渐袭 | 317 |
| 二、“绿色”葡萄酒流行 | 319 |
| 三、家庭自酿葡萄酒趋势 | 320 |
| 四、将开启个性化时代 | 322 |
| 第二节 葡萄酒行业发展预测 | 325 |
| 一、2012年未来市场消费预测 | 325 |
| 二、中国葡萄酒未来产量预测 | 326 |
| 三、葡萄酒未来发展变化预测 | 327 |
| 四、葡萄酒未来渠道十大趋势 | 337 |
| 第六部分 行业策略分析 | |
| 第十章 葡萄酒行业营销策略分析 | 339 |
| 第一节 葡萄酒发展营销策略 | 339 |
| 一、葡萄酒发展模式分析 | 339 |
| 二、葡萄酒营销走近“小众”时代 | 341 |
| 三、葡萄酒营销模式的不断创新 | 342 |
| 四、葡萄酒专卖店经营的策略 | 344 |
| 第二节 葡萄酒俱乐部营销分析 | 348 |

| | |
|---------------------------|-----|
| 一、葡萄酒俱乐部介绍 | 348 |
| 二、开展俱乐部营销的市场需求 | 352 |
| 三、开展俱乐部营销的现状分析 | 353 |
| 四、开展俱乐部营销的对策分析 | 356 |
| 五、葡萄酒俱乐部经营方式研究 | 358 |
| 第三节 葡萄酒企业生存发展的策略分析 | 365 |
| 一、品牌定位要准确 | 365 |
| 二、具有优势的产品 | 366 |
| 三、做透根据地市场 | 366 |
| 四、不要滥打广告 | 367 |
| 第十一章 葡萄酒行业投资分析及市场发展趋势研究报告 | 369 |
| 第一节 葡萄酒行业投资的环境分析 | 369 |
| 一、经济形势对葡萄酒业的影响 | 369 |
| 二、经济政策对葡萄酒业的影响 | 371 |
| 第二节 我国葡萄酒产业发展的优劣势分析 | 374 |
| 一、我国葡萄酒产业的优势分析 | 375 |
| 二、葡萄酒产业发展的劣势分析 | 376 |
| 三、葡萄酒产业发展建议 | 378 |
| 第三节 葡萄酒投资策略分析 | 379 |
| 一、葡萄酒投资应注意问题 | 379 |
| 二、葡萄酒投资收藏方兴未艾 | 382 |
| 三、葡萄酒投资策略 | 383 |
| 附录 解读葡萄酒新国家标准 | 385 |
| 图表目录 | |
| 图表：葡萄酒各种类别特点分析 | 12 |
| 图表：葡萄酒各种类别特点分析 | 13 |
| 图表：葡萄酒品牌的内容 | 79 |
| 图表：中国葡萄酒品牌状况 | 80 |
| 图表：2007年1-11月葡萄酒产量全国统计 | 85 |
| 图表：2007年1-11月葡萄酒产量北京市统计 | 85 |
| 图表：2007年1-11月葡萄酒产量天津市统计 | 86 |
| 图表：2007年1-11月葡萄酒产量河北省统计 | 86 |

图表：2007年1-11月葡萄酒产量辽宁省统计86

图表：2007年1-11月葡萄酒产量吉林省统计87

图表：2007年1-11月葡萄酒产量黑龙江省统计87

图表：2007年1-11月葡萄酒产量上海市统计87

图表：2007年1-11月葡萄酒产量安徽省统计88

图表：2007年1-11月葡萄酒产量福建省统计88

图表：2007年1-11月葡萄酒产量山东省统计89

图表：2007年1-11月葡萄酒产量河南省统计89

图表：2007年1-11月葡萄酒产量湖南省统计89

图表：2007年1-11月葡萄酒产量四川省统计90

图表：2007年1-11月葡萄酒产量贵州省统计90

图表：2007年1-11月葡萄酒产量云南省统计90

图表：2007年1-11月葡萄酒产量陕西省统计91

图表：2007年1-11月葡萄酒产量甘肃省统计91

图表：2007年1-11月葡萄酒产量新疆区统计92

图表：2007年1-11月葡萄酒产量宁夏区统计92

图表：2007年1-11月葡萄酒产量内蒙古统计92

图表：2007年2月葡萄酒制造企业销售收入前十位93

图表：2007年5月葡萄酒制造企业销售收入前十位93

图表：2007年8月葡萄酒制造企业销售收入前十位94

图表：2007年11月葡萄酒制造企业销售收入前十位94

图表：2007年1-11月葡萄酒制造全国经济指标合计94

图表：2007年1-11月葡萄酒制造北京市经济指标合计96

图表：2007年1-11月葡萄酒制造天津市经济指标合计97

图表：2007年1-11月葡萄酒制造河北省经济指标合计99

图表：2007年1-11月葡萄酒制造辽宁省经济指标合计100

图表：2007年1-11月葡萄酒制造山西省经济指标合计101

图表：2007年1-11月葡萄酒制造吉林省经济指标合计103

图表：2007年1-11月葡萄酒制造黑龙江省经济指标合计104

图表：2007年1-11月葡萄酒制造上海市经济指标合计105

图表：2007年1-11月葡萄酒制造安徽省经济指标合计107

图表：2007年1-11月葡萄酒制造福建省经济指标合计108

图表：2007年1-11月葡萄酒制造山东省经济指标合计110

图表：2007年1-11月葡萄酒制造河南省经济指标合计111

图表：2007年1-11月葡萄酒制造湖南省经济指标合计112

图表：2007年1-11月葡萄酒制造广东省经济指标合计114

图表：2007年1-11月葡萄酒制造广西区经济指标合计115

图表：2007年1-11月葡萄酒制造云南省经济指标合计116

图表：2007年1-11月葡萄酒制造陕西省经济指标合计118

图表：2007年1-11月葡萄酒制造甘肃省经济指标合计119

图表：2007年1-11月葡萄酒制造宁夏地区经济指标合计121

图表：2007年1-11月葡萄酒制造新疆地区经济指标合计122

图表：2007年1-11月葡萄酒制造国有企业经济指标合计123

图表：2007年1-11月葡萄酒制造集体企业经济指标合计125

图表：2007年1-11月葡萄酒制造股份合作企业经济指标合计126

图表：2007年1-11月葡萄酒制造股份制企业经济指标合计128

图表：2007年1-11月葡萄酒制造私营企业经济指标合计129

图表：2007年1-11月葡萄酒制造外商及港澳台投资企业经济指标合计130

图表：2007年1-11月葡萄酒制造其他类型企业经济指标合计132

图表：2007年1月鲜葡萄酿造的酒进口全国统计133

图表：2007年2月鲜葡萄酿造的酒进口全国统计134

图表：2007年3月鲜葡萄酿造的酒进口全国统计134

图表：2007年4月鲜葡萄酿造的酒进口全国统计134

图表：2007年5月鲜葡萄酿造的酒进口全国统计134

图表：2007年6月鲜葡萄酿造的酒进口全国统计135

图表：2007年7月鲜葡萄酿造的酒进口全国统计135

图表：2007年8月鲜葡萄酿造的酒进口全国统计135

图表：2007年9月鲜葡萄酿造的酒进口全国统计135

图表：2007年10月鲜葡萄酿造的酒进口全国统计136

图表：2007年11月鲜葡萄酿造的酒进口全国统计136

图表：2007年1月鲜葡萄酿造的酒出口全国统计136

图表：2007年2月鲜葡萄酿造的酒出口全国统计136

图表：2007年3月鲜葡萄酿造的酒出口全国统计137

图表：2007年4月鲜葡萄酿造的酒出口全国统计137

图表：2007年5月鲜葡萄酿造的酒出口全国统计137

图表：2007年6月鲜葡萄酿造的酒出口全国统计137

图表：2007年7月鲜葡萄酿造的酒出口全国统计138

图表：2007年8月鲜葡萄酿造的酒出口全国统计138

图表：2007年9月鲜葡萄酿造的酒出口全国统计138

图表：2007年10月鲜葡萄酿造的酒出口全国统计138

图表：2007年11月鲜葡萄酿造的酒出口全国统计139

图表：2007年1月加植物或香料的葡萄酒进口全国统计139

图表：2007年2月加植物或香料的葡萄酒进口全国统计139

图表：2007年3月加植物或香料的葡萄酒进口全国统计139

图表：2007年4月加植物或香料的葡萄酒进口全国统计140

图表：2007年5月加植物或香料的葡萄酒进口全国统计140

图表：2007年6月加植物或香料的葡萄酒进口全国统计140

图表：2007年7月加植物或香料的葡萄酒进口全国统计140

图表：2007年8月加植物或香料的葡萄酒进口全国统计141

图表：2007年9月加植物或香料的葡萄酒进口全国统计141

图表：2007年10月加植物或香料的葡萄酒进口全国统计141

图表：2007年11月加植物或香料的葡萄酒进口全国统计141

图表：2007年1月加植物或香料的葡萄酒出口全国统计142

图表：2007年2月加植物或香料的葡萄酒出口全国统计142

图表：2007年3月加植物或香料的葡萄酒出口全国统计142

图表：2007年4月加植物或香料的葡萄酒出口全国统计142

图表：2007年5月加植物或香料的葡萄酒出口全国统计143

图表：2007年6月加植物或香料的葡萄酒出口全国统计143

图表：2007年7月加植物或香料的葡萄酒出口全国统计143

图表：2007年8月加植物或香料的葡萄酒出口全国统计143

图表：2007年9月加植物或香料的葡萄酒出口全国统计144

图表：2007年10月加植物或香料的葡萄酒出口全国统计144

图表：2007年11月加植物或香料的葡萄酒出口全国统计144

图表：2007年1月鲜葡萄酿造的酒北京市进口统计161

图表：2007年2月鲜葡萄酿造的酒北京市进口统计162

图表：2007年3月鲜葡萄酿造的酒北京市进口统计162

图表：2007年4月鲜葡萄酿造的酒北京市进口统计162

图表：2007年5月鲜葡萄酿造的酒北京市进口统计162

图表：2007年6月鲜葡萄酿造的酒北京市进口统计163

图表：2007年7月鲜葡萄酿造的酒北京市进口统计163

图表：2007年8月鲜葡萄酿造的酒北京市进口统计163

图表：2007年9月鲜葡萄酿造的酒北京市进口统计163

图表：2007年10月鲜葡萄酿造的酒北京市进口统计164

图表：2007年11月鲜葡萄酿造的酒北京市进口统计164

图表：2007年1月鲜葡萄酿造的酒北京市出口统计164

图表：2007年2月鲜葡萄酿造的酒北京市出口统计164

图表：2007年3月鲜葡萄酿造的酒北京市出口统计165

图表：2007年4月鲜葡萄酿造的酒北京市出口统计165

图表：2007年5月鲜葡萄酿造的酒北京市出口统计165

图表：2007年6月鲜葡萄酿造的酒北京市出口统计165

图表：2007年7月鲜葡萄酿造的酒北京市出口统计166

图表：2007年8月鲜葡萄酿造的酒北京市出口统计166

图表：2007年9月鲜葡萄酿造的酒北京市出口统计166

图表：2007年10月鲜葡萄酿造的酒北京市出口统计166

图表：2007年11月鲜葡萄酿造的酒北京市出口统计167

图表：2007年1月加植物或香料的葡萄酒北京市进口统计167

图表：2007年2月加植物或香料的葡萄酒北京市进口统计167

图表：2007年3月加植物或香料的葡萄酒北京市进口统计167

图表：2007年4月加植物或香料的葡萄酒北京市进口统计168

图表：2007年5月加植物或香料的葡萄酒北京市进口统计168

图表：2007年6月加植物或香料的葡萄酒北京市进口统计168

图表：2007年7月加植物或香料的葡萄酒北京市进口统计168

图表：2007年8月加植物或香料的葡萄酒北京市进口统计169

图表：2007年9月加植物或香料的葡萄酒北京市进口统计169

图表：2007年10月加植物或香料的葡萄酒北京市进口统计169

图表：2007年11月加植物或香料的葡萄酒北京市进口统计169

图表：2007年1月加植物或香料的葡萄酒北京市出口统计170

图表：2007年2月加植物或香料的葡萄酒北京市出口统计170

图表：2007年3月加植物或香料的葡萄酒北京市出口统计170

图表：2007年4月加植物或香料的葡萄酒北京市出口统计170

图表：2007年5月加植物或香料的葡萄酒北京市出口统计170

图表：2007年6月加植物或香料的葡萄酒北京市出口统计171

图表：2007年7月加植物或香料的葡萄酒北京市出口统计171

图表：2007年8月加植物或香料的葡萄酒北京市出口统计171

图表：2007年9月加植物或香料的葡萄酒北京市出口统计171

图表：2007年10月加植物或香料的葡萄酒北京市出口统计172

图表：2007年11月加植物或香料的葡萄酒北京市出口统计172

图表：2007年1月鲜葡萄酿造的酒山东省进口统计190

图表：2007年2月鲜葡萄酿造的酒山东省进口统计190

图表：2007年3月鲜葡萄酿造的酒山东省进口统计190

图表：2007年4月鲜葡萄酿造的酒山东省进口统计191

图表：2007年5月鲜葡萄酿造的酒山东省进口统计191

图表：2007年6月鲜葡萄酿造的酒山东省进口统计191

图表：2007年7月鲜葡萄酿造的酒山东省进口统计191

图表：2007年8月鲜葡萄酿造的酒山东省进口统计192

图表：2007年9月鲜葡萄酿造的酒山东省进口统计192

图表：2007年10月鲜葡萄酿造的酒山东省进口统计192

图表：2007年11月鲜葡萄酿造的酒山东省进口统计192

图表：2007年1月鲜葡萄酿造的酒山东省出口统计193

图表：2007年2月鲜葡萄酿造的酒山东省出口统计193

图表：2007年3月鲜葡萄酿造的酒山东省出口统计193

图表：2007年4月鲜葡萄酿造的酒山东省出口统计193

图表：2007年5月鲜葡萄酿造的酒山东省出口统计194

图表：2007年6月鲜葡萄酿造的酒山东省出口统计194

图表：2007年7月鲜葡萄酿造的酒山东省出口统计194

图表：2007年8月鲜葡萄酿造的酒山东省出口统计194

图表：2007年9月鲜葡萄酿造的酒山东省出口统计195

图表：2007年10月鲜葡萄酿造的酒山东省出口统计195

图表：2007年11月鲜葡萄酿造的酒山东省出口统计195

图表：2007年1月鲜葡萄酿造的酒广东省进口统计200

图表：2007年2月鲜葡萄酿造的酒广东省进口统计200

图表：2007年3月鲜葡萄酿造的酒广东省进口统计200

图表：2007年4月鲜葡萄酿造的酒广东省进口统计200

图表：2007年5月鲜葡萄酿造的酒广东省进口统计201

图表：2007年6月鲜葡萄酿造的酒广东省进口统计201

图表：2007年7月鲜葡萄酿造的酒广东省进口统计201

图表：2007年8月鲜葡萄酿造的酒广东省进口统计201

图表：2007年9月鲜葡萄酿造的酒广东省进口统计202

图表：2007年10月鲜葡萄酿造的酒广东省进口统计202

图表：2007年11月鲜葡萄酿造的酒广东省进口统计202

图表：2007年1月鲜葡萄酿造的酒广东省出口统计202

图表：2007年2月鲜葡萄酿造的酒广东省出口统计203

图表：2007年3月鲜葡萄酿造的酒广东省出口统计203

图表：2007年4月鲜葡萄酿造的酒广东省出口统计203

图表：2007年5月鲜葡萄酿造的酒广东省出口统计203

图表：2007年6月鲜葡萄酿造的酒广东省出口统计204

图表：2007年7月鲜葡萄酿造的酒广东省出口统计204

图表：2007年8月鲜葡萄酿造的酒广东省出口统计204

图表：2007年9月鲜葡萄酿造的酒广东省出口统计204

图表：2007年10月鲜葡萄酿造的酒广东省出口统计204

图表：2007年11月鲜葡萄酿造的酒广东省出口统计205

图表：2004-2006年中国城市大众消费的饮酒率218

图表：葡萄酒消费群体背景特征219

图表：中国城市居民饮用葡萄酒的变化情况220

图表：新富群体饮用葡萄酒的变化情况220

图表：葡萄酒消费者价值取向分析221

图表：葡萄酒消费者品牌观分析222

图表：葡萄酒消费者购买烟酒的场所变化223

图表：葡萄酒消费者的媒体接触变化223

图表：葡萄酒大众消费者的休闲娱乐变化224

图表：葡萄酒大众消费者的休闲娱乐变化224

图表：葡萄酒新富消费者的休闲娱乐变化225

图表：2007年前三季度烟台张裕葡萄酒股份有限公司主营业务收入表261

图表：2007年前三季度烟台张裕葡萄酒股份有限公司主营业务利润表261

图表：2007年前三季度烟台张裕葡萄酒股份有限公司营业利润表261

图表：2007年前三季度烟台张裕葡萄酒股份有限公司利润总额表262

图表：2007年前三季度烟台张裕葡萄酒股份有限公司净利润表262

图表：2007年前三季度烟台张裕葡萄酒股份有限公司经营活动产生的现金流量262

图表：2007年前三季度烟台张裕葡萄酒股份有限公司投资活动产生的现金流量263

图表：2007年前三季度烟台张裕葡萄酒股份有限公司筹资活动产生的现金流量263

图表：2007年前三季度烟台张裕葡萄酒股份有限公司每股份指标表264

图表：2007年前三季度烟台张裕葡萄酒股份有限公司获利能力表265

图表：2007年前三季度烟台张裕葡萄酒股份有限公司经营能力表265

图表：2007年前三季度烟台张裕葡萄酒股份有限公司偿债能力表265

图表：2007年前三季度烟台张裕葡萄酒股份有限公司资本结构表265

图表：2007年前三季度烟台张裕葡萄酒股份有限公司发展能力表266

图表：2007年前三季度烟台张裕葡萄酒股份有限公司现金流量分析表266

图表：2007年2007年中法合营王朝葡萄酒有限公司营业额表278

图表：2007年2007年中法合营王朝葡萄酒有限公司销售成本表278

图表：2007年中法合营王朝葡萄酒有限公司综合损益表279

图表：2007年中法合营王朝葡萄酒有限公司资产表280

图表：2007年中法合营王朝葡萄酒有限公司权益表280

图表：2007年中法合营王朝葡萄酒有限公司负债表280

图表：2007年中法合营王朝葡萄酒有限公司现金流量表281

图表：2007年中法合营王朝葡萄酒有限公司溢利表281

图表：2007年中法合营王朝葡萄酒有限公司所得税开支表282

图表：2007年中法合营王朝葡萄酒有限公司股息表282

图表：2007年中法合营王朝葡萄酒有限公司应收账款表282

图表：2007年中法合营王朝葡萄酒有限公司股本表283

图表：2007年中法合营王朝葡萄酒有限公司其他储备表283

图表：2007年中法合营王朝葡萄酒有限公司应付账款表283

图表：2007年中法合营王朝葡萄酒有限公司资本承担表284

图表：2007年前三季度新天国际葡萄酒业股份有限公司主营业务收入表288

图表：2007年前三季度新天国际葡萄酒业股份有限公司主营业务利润表288

图表：2007年前三季度新天国际葡萄酒业股份有限公司营业利润表289

图表：2007年前三季度新天国际葡萄酒业股份有限公司利润总额表289

图表：2007年前三季度新天国际葡萄酒业股份有限公司净利润表289

图表：2007年前三季度新天国际葡萄酒业股份有限公司经营活动产生的现金流量289

图表：2007年前三季度新天国际葡萄酒业股份有限公司投资活动产生的现金流量290

图表：2007年前三季度新天国际葡萄酒业股份有限公司筹资活动产生的现金流量291

图表：2007年前三季度新天国际葡萄酒业股份有限公司每股份指标表292

图表：2007年前三季度新天国际葡萄酒业股份有限公司获利能力表292

图表：2007年前三季度新天国际葡萄酒业股份有限公司经营能力表292

图表：2007年前三季度新天国际葡萄酒业股份有限公司偿债能力表292

图表：2007年前三季度新天国际葡萄酒业股份有限公司资本结构表293

图表：2007年前三季度新天国际葡萄酒业股份有限公司发展能力表293

图表：2007年前三季度新天国际葡萄酒业股份有限公司现金流量分析表293

图表：2007年前三季度通化葡萄酒股份有限公司主营业务收入表295

图表：2007年前三季度通化葡萄酒股份有限公司主营业务利润表295

图表：2007年前三季度通化葡萄酒股份有限公司营业利润表295

图表：2007年前三季度通化葡萄酒股份有限公司利润总额表296

图表：2007年前三季度通化葡萄酒股份有限公司净利润表296

图表：2007年前三季度通化葡萄酒股份有限公司经营活动产生的现金流量296

图表：2007年前三季度通化葡萄酒股份有限公司投资活动产生的现金流量297

图表：2007年前三季度通化葡萄酒股份有限公司筹资活动产生的现金流量298

图表：2007年前三季度通化葡萄酒股份有限公司每股份指标表298

图表：2007年前三季度通化葡萄酒股份有限公司获利能力表299

图表：2007年前三季度通化葡萄酒股份有限公司经营能力表299

图表：2007年前三季度通化葡萄酒股份有限公司偿债能力表299

图表：2007年前三季度通化葡萄酒股份有限公司资本结构表299

图表：2007年前三季度通化葡萄酒股份有限公司发展能力表300

图表：2007年前三季度通化葡萄酒股份有限公司现金流量分析表300

图表：2007年前三季度甘肃莫高实业发展股份有限公司主营业务收入表310

图表：2007年前三季度甘肃莫高实业发展股份有限公司主营业务利润表310

图表：2007年前三季度甘肃莫高实业发展股份有限公司营业利润表310

图表：2007年前三季度甘肃莫高实业发展股份有限公司利润总额表310

图表：2007年前三季度甘肃莫高实业发展股份有限公司净利润表311
图表：2007年前三季度甘肃莫高实业发展股份有限公司经营活动产生的现金流量311
图表：2007年前三季度甘肃莫高实业发展股份有限公司投资活动产生的现金流量312
图表：2007年前三季度甘肃莫高实业发展股份有限公司筹资活动产生的现金流量312
图表：2007年前三季度甘肃莫高实业发展股份有限公司每股份指标表313
图表：2007年前三季度甘肃莫高实业发展股份有限公司获利能力表313
图表：2007年前三季度甘肃莫高实业发展股份有限公司经营能力表314
图表：2007年前三季度甘肃莫高实业发展股份有限公司偿债能力表314
图表：2007年前三季度甘肃莫高实业发展股份有限公司资本结构表314
图表：2007年前三季度甘肃莫高实业发展股份有限公司发展能力表314
图表：2007年前三季度甘肃莫高实业发展股份有限公司现金流量分析表315
图表：2010年中国葡萄酒消费量预测322
图表：2010年中国葡萄酒消费结构预测323
图表：中国干型葡萄酒现状324
B001

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/56445.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。