

2009-2010年中国葡萄酒产业全面分析及投资前景 预测报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2009-2010年中国葡萄酒产业全面分析及投资前景预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/2832228322.html>

报告价格：电子版: 7000元 纸介版：7500元 电子和纸介版: 8000

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

第一篇 产业调研分析篇	1	第一章 中国葡萄酒产业基础分析	1	第一节 产业投资吸引力	1	一 市场规模及其增长	1	二 产业的生命周期分析	1	三 行业赢利能力分析	2	四 市场竞争程度分析	3	第二节 行业特征现状分析	4	一 葡萄酒生产原料壁垒明显	4	二 产区与消费区存在脱离现象	5	三 人均消费量与世界水平差距较大	5	四 消费升级带动总量增长	5	五 高端发力推动结构优化	6	六 三足鼎立局面短期内仍将延续	6	第二章 2007-2008年市场调研	7	第一节 葡萄酒市场调研现状	7	一 葡萄酒市场分额(品牌)	7	二 葡萄酒市场分额(区域)	13	三 葡萄酒市场分额(按质量分)	16	四 葡萄酒市场分额(按渠道)	17	五 葡萄酒市场分额(按进出口)	18	六 2007年葡萄酒价格分析	18	第二节 葡萄酒与其他酒类对比	21	一 资产规模比较	21	二 销售规模比较	22	三 企业数量比较	22	四 盈利规模比较	23	五 盈利能力比较	24	第三章 全球葡萄酒发展背景	24	第一节 2007年全球葡萄酒供需	24	一 2007年全球葡萄酒产量	24	二 全球葡萄酒区域消费	25	第二节 2007年全球区域市场	25	一 2007年德国葡萄酒消费额达42亿欧元	25	二 2007年西班牙葡萄酒出口创历史新高	25	三 2007年澳大利亚葡萄酒出口稳步增长	26	四 2007年美国葡萄酒消费增长	26	第四章 2007-2008年葡萄酒供需分析	26	第一节 中国葡萄酒产量分析	26	一 2002-2008年中国葡萄酒总产量	26	二 2002-2008年葡萄酒产量地区分析	27	第二节 中国葡萄酒消费者调查分析	29	一 中国葡萄酒消费市场分析	29	二 2011年我国消费量达8.286亿升	29	第五章 2007-2008年行业运行情况	30	第一节 中国葡萄酒行业总体运行	30	一 2003-2008年企业数量分析	30	二 2001-2008年资产规模分析	31	三 2001-2008年销售收入分析	31	四 2001-2008年利润总额分析	32	五 2003-2008年行业盈利能力	32	第二节 中国葡萄酒行业运行分析	33	一 2003-2008年企业数量(按企业规模)	33	二 2003-2008年资产总额(按企业规模)	33	三 2003-2008年销售收入(按企业规模)	34	四 2003-2008年盈利能力(按企业规模)	34	第三节 中国葡萄酒行业运行分析	34	一 2003-2008年企业数量(按企业性质)	34	二 2003-2008年资产总额(按企业性质)	35	三 2003-2008年销售收入(按企业性质)	35	四 2003-2008年盈利能力(按企业性质)	35	第六章 葡萄酒未来发展趋势分析	36	第一节 葡萄酒行业发展关键因素	36	一 葡萄原料的供应	36	二 销售渠道的掌握	36	第二节 中国葡萄酒产业优劣势分析	36	一 中国产业的优劣势分析	37	二 中国产业发展的优劣势分析	37	第三节 葡萄酒业的发展趋势及建议分析	38	一 中国具有较大的葡萄酒需求市场	38	二 葡萄酒的产业梯度演进趋势	39	三 延长和加粗葡萄酒产业链	39	四 加强葡萄酒业品牌建设	39	五 提高葡萄酒业的核心竞争力	39	六 积极参与世界市场竞争	39	七 以市场需求为导向	39	第二篇 产业原料现状篇	40	第七章 葡萄酒原料现状	40	第一节 原料竞争现状	40	一 原料来源方式	40	二 原料竞争格局及动态	40	第二节 2008年原料产区分析	41	一 2008年烟台产区	41	二 2008年新疆产区	42	三 2008年宁夏产区	42	四 2008年昌黎产区	43	五	
-------------	---	-----------------	---	-------------	---	------------	---	-------------	---	------------	---	------------	---	--------------	---	---------------	---	----------------	---	------------------	---	--------------	---	--------------	---	-----------------	---	--------------------	---	---------------	---	---------------	---	---------------	----	-----------------	----	----------------	----	-----------------	----	----------------	----	----------------	----	----------	----	----------	----	----------	----	----------	----	----------	----	---------------	----	------------------	----	----------------	----	-------------	----	-----------------	----	-----------------------	----	----------------------	----	----------------------	----	------------------	----	-----------------------	----	---------------	----	----------------------	----	-----------------------	----	------------------	----	---------------	----	----------------------	----	----------------------	----	-----------------	----	--------------------	----	--------------------	----	--------------------	----	--------------------	----	--------------------	----	-----------------	----	-------------------------	----	-------------------------	----	-------------------------	----	-------------------------	----	-----------------	----	-------------------------	----	-------------------------	----	-------------------------	----	-------------------------	----	-----------------	----	-----------------	----	-----------	----	-----------	----	------------------	----	--------------	----	----------------	----	--------------------	----	------------------	----	----------------	----	---------------	----	--------------	----	----------------	----	--------------	----	------------	----	-------------	----	-------------	----	------------	----	----------	----	-------------	----	-----------------	----	-------------	----	-------------	----	-------------	----	-------------	----	---	--

2008年东北产区	44六	2008年武威产区	45第三篇	葡萄酒渠道篇	46第八章
葡萄酒营销方式分析	46	第一章 葡萄酒营销方式比较	46	一 代理制	46
		二 经销制	46	三 直销	47
		四 买断经营	47	第二节 葡萄酒代理商分析	48
		一 葡萄酒代理历史	48	二 代理商类型	49
		三 代理商面临问题	49	四 未来发展建议	50
		第三节 葡萄酒运营模式分析	51	一 葡萄酒专卖店	51
		二 单一或少数品牌推广	52	三 自主品牌运营	52
		第四节 进口葡萄酒运作模式	53	一 传统代理型	54
		二 竞合型	54	三 品牌运营型	55
		四 贴牌销售型	55	第五节 领先企业渠道分析	56
		一 长城渠道分析	56	二 张裕渠道分析	56
		三 王朝渠道分析	57	四 新天	57
		五 云南红	57	六 华东葡萄酒	57
		第六节 葡萄酒经销商分析	57	一 广州龙程	57
		二 北京朝批商贸	60	三 浙江商源	61
		四 福建吉马酒业	62	五 富隆	62
		六 ASC	62	第九章 重点区域市场分析	64
		第一节 北京市场	64	一 北京葡萄酒市场规模	64
		二 北京经销商格局	64	三 北京主销渠道分析	64
		四 北京消费特点分析	65	五 领先企业北京渠道	65
		第二节 广东市场	67	一 广东市场规模分析	67
		二 广东产品市场结构分析	67	三 广东消费人群特点	68
		四 广东渠道模式分析	68	五 广东市场推广分析	69
		第四篇 葡萄酒企业篇	70	第十章 领先企业竞争策略分析	70
		第一节 张裕长城新天策略分析	70	一 产品体系策略	70
		二 企业营销策略	71	三 代理进口酒策略	72
		四 原料基地策略	72	第二节 莫高市场策略分析	73
		一 莫高市场布局	73	二 莫高优势分析	74
		三 莫高制约因素分析	75	第三节 2007年市场主体动态	76
		一 长城：借奥运的整合意愿	76	二 张裕：再造新渠道通路	76
		三 王朝：规模化与稳守市场	77	四 二线葡萄酒品牌动态	77
		第十一章 葡萄酒领先企业竞争主体	78	第一节 张裕葡萄酒	78
		一 公司简介	78	二 产品系列分析	79
		三 2007年张裕财务运行分析	81	四 企业竞争力分析	83
		第二节 中粮长城葡萄酒	85	一 中粮酒业	85
		二 长城概括	85	三 产品线分析	86
		四 长城渠道特点分析	87	第三节 莫高股份	88
		一 企业概况	88	二 产品系列	88
		三 竞争力分析	88	第四节 新天国际	88
		一 企业概况	88	二 产品系列	88
		三 竞争力分析	88	第五节 广夏(银川)实业	94
		一 企业概况	94	二 产品系列	94
		三 竞争力分析	94	第六节 王朝葡萄酒	94
		一 企业基本情况	94	二 企业主要产品	94
		三 企业经营情况分析	95	第七节 烟台威龙	97
		一 企业概括	97	二 产品线分析	97
		三 企业经营情况分析	98	四 威龙企业竞争力分析	100
		100图表	1		
		2001-2008年中国葡萄酒行业销售收入变化图	1	图表	2
		中国葡萄酒市场生命周期分析图	2	图表	3
		2001-2008年中国葡萄酒行业利润总额变化图	2	图表	4
		2003-2008年中国葡萄酒行业盈利能力变化趋势图	3	图表	5
		2008年上半年中国葡萄酒市场主要品牌占有率	7	图表	6
		2005年葡萄酒市场份额（按产量）	8	图表	7
		2005年葡萄酒市场份额（按收入）	10	图表	8
		2002-2008年中国葡萄酒地区产量一览表	14	图表	9
		2006 - 2008年葡萄酒不同地区销售收入一览表	14	图表	10
		2007年葡萄酒不同地区销售收入比例图	15	图表	11
		2006 - 2008年葡萄酒不同地区利润总额一览表	15	图表	12
		2007年葡萄酒不同地区利润总额比例图	16	图表	13
		2010年中国葡萄酒消费结构比例图			

16图表	14	2007年中国葡萄酒不同消费渠道比重图	17图表	15
2006-2008年进口葡萄酒占国内市场份额变化图			18图表	16
2001 - 2007年葡萄酒产量及销售价格变化趋势图			19图表	17
2004 - 2007年葡萄酒销售价格变化趋势图			19图表	18
2004 - 2007年葡萄酒销售成本变化趋势图			20图表	19
2004 - 2007年小包装进口葡萄酒数量及价格变化趋势图	单位：吨，美元/吨		20图表	20
2004 - 2007年进口散包装葡萄酒数量及价格变化趋势图	单位：吨，美元/吨		21图表	21
2006 - 2007年不同酒类行业资产规模一览表			21图表	22
2007年不同酒类资产规模比例图（数据：2007年1 - 11月）			21图表	23
2006 - 2007年不同酒类行业销售收入一览表			22图表	24
2007年不同酒类销售收入比例图（数据：2007年1 - 11月）			22图表	25
2006 - 2007年不同酒类行业企业数量一览表			23图表	26
2007年不同酒类企业数量比例图（数据：2007年1 - 11月）			23图表	27
2006 - 2007年不同酒类行业利润总额一览表			23图表	28
2007年不同酒类利润总额比例图（数据：2007年1 - 11月）			23图表	29
2006 - 2007年不同酒类行业盈利能力一览表			24图表	30
2007年不同酒类行业盈利能力变化图（数据：2007年1 - 11月）			24图表	31
2001-2008年中国葡萄酒产量一览表	单位:吨		26图表	32
2001-2008年中国葡萄酒产量变化趋势图	单位:吨		27图表	33
2002-2008年中国葡萄酒地区产量一览表	单位:吨	27图表	34	2007年葡萄酒产量地区比例图
28图表	35	2006年葡萄酒产量地区比例图	28图表	36
2006 - 2011年中国葡萄酒年销量预测一览表	单位：亿瓶		30图表	37
2001 - 2008年中国葡萄酒行业（规模以上）企业数量变化图	单位:个		30图表	38
2001-2008年中国葡萄酒行业总资产变化图	单位：千元		31图表	39
2001-2008年中国葡萄酒行业销售收入变化图	单位：千元		31图表	40
2001-2008年中国葡萄酒行业利润总额变化图	单位：千元		32图表	41
2003-2008年中国葡萄酒行业盈利能力变化趋势图			32图表	42
2003-2008年中国葡萄酒不同规模企业数量一览表			33图表	43
2003-2008年中国葡萄酒不同规模企业资产总额一览表			33图表	44
2003-2008年中国葡萄酒不同规模企业销售收入一览表			34图表	45
2003-2008年中国葡萄酒不同规模企业利润总额一览表			34图表	46
2003-2008年中国葡萄酒行业不同企业性质企业数量一览表			34图表	47
2003-2008年中国葡萄酒行业不同企业性质资产总额一览表			35图表	48
2003-2008年中国葡萄酒行业不同企业性质销售收入一览表			35图表	49
2003-2008年中国葡萄酒行业不同企业性质利润总额一览表			35图表	50

张裕葡萄酒产品系列一览表 79图表 51 2004 - 2007年张裕集团有限财务数据一览表 81图表
52 2007年张裕集团有限不同产品收入一览表 82图表 53
2007年张裕集团有限不同区域收入一览表 82图表 54 中粮酒业长城葡萄酒产品线一览表 86

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/2832228322.html>