

# 2008-2009年中国葡萄酒市场深度调研分析报告（ 最新版）

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2008-2009年中国葡萄酒市场深度调研分析报告（最新版）》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/2838028380.html>

报告价格：电子版: 6500元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 7500

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

2008-2009年中国葡萄酒市场深度调研分析报告	1	第一章 2007年葡萄酒市场调研	1	第一节	
2007年葡萄酒市场分额	1	一 2007年按产量区域格局分析	1	二 2007年按销售收入区域格局	2
2007年按利润总额区域格局	4	第二节 2007年葡萄酒价格分析	5	一 2007年价格整体动态	5
2007年国内葡萄酒酒价格分析	6	三 进口葡萄酒价格分析	8	第三节 2007年葡萄酒市场特征	9
2007年葡萄酒品牌结构	9	二 2007年葡萄酒产品结构	18	三 2007年葡萄酒消费渠道	18
2007年葡萄酒进出口份额	19	第二章 2007年中国葡萄酒行业特性	21	第一节	
2007年产业投资吸引力	21	一、市场规模及其增长	21	二、产业的生命周期分析	21
2007年行业赢利能力分析	22	三、行业赢利能力分析	22	四、市场竞争程度分析	23
2007年葡萄酒生产原料壁垒明显	25	第二节 葡萄酒行业特征分析	25	一 葡萄酒生产原料壁垒明显	25
2007年人均消费量与世界水平差距较大	26	二 产区与消费区存在脱离现象	25	三 人均消费量与世界水平差距较大	26
2007年消费升级带动总量增长	26	三 消费升级带动总量增长	26	四 消费升级带动总量增长	26
2007年三足鼎立局面短期内仍将延续	28	第三节 葡萄酒市场跟他酒类的比较	29	一 2007年不同酒类资产规模比较	29
2007年不同酒类资产规模比较	29	二 2007年不同酒类销售规模比较	29	三 2007年不同酒类企业数量比较	30
2007年不同酒类企业数量比较	30	四 2007年不同酒类盈利规模比较	31	五 2007年不同酒类盈利能力比较	32
2007年不同酒类盈利能力比较	32	第三章 2007年全球葡萄酒发展背景	33	第一节	
2007年全球葡萄酒供需分析	33	一 2007年全球葡萄酒产量	33	二 全球葡萄酒区域消费	34
2007年全球葡萄酒区域消费	34	第二节 2007年全球区域市场	34	一 2007年德国葡萄酒消费额达42亿欧元	34
2007年德国葡萄酒消费额达42亿欧元	34	二 2007年西班牙葡萄酒出口创历史新高	35	三 2007年澳大利亚葡萄酒出口稳步增长	35
2007年西班牙葡萄酒出口创历史新高	35	三 2007年美国葡萄酒消费增长	35	第四章 2007年经济环境对行业影响分析	36
2007年美国葡萄酒消费增长	35	第一节 宏观经济形势对行业的影响	36	一 GDP增长	36
2007年宏观经济形势对行业的影响	36	二 社会消费品零售总额增长	36	三 餐饮业消费额增长	37
2007年GDP增长	36	四 商品进出口贸易	37	五 CPI增长	37
2007年社会消费品零售总额增长	36	六 居民收入增长	37	七 外汇储备收入	38
2007年餐饮业消费额增长	37	第二节 宏观经济政策对行业的影响	38	一 财政政策	38
2007年商品进出口贸易	37	二 货币政策	39	三 食品安全政策	39
2007年CPI增长	37	三 食品安全政策	39	四 餐饮业管理规范	39
2007年居民收入增长	37	五 新农村政策	39	六 进一步对外开放政策	40
2007年外汇储备收入	38	第五章 2002-2008年中国葡萄酒供需分析	40	第一节 中国葡萄酒产量分析	40
2002-2008年中国葡萄酒供需分析	40	一 2002-2008年中国葡萄酒总产量	40	二 2002-2007年葡萄酒产量地区分析	41
2002-2008年中国葡萄酒总产量	40	第二节 中国葡萄酒消费者调查分析	43	一 中国葡萄酒消费市场分析	43
2002-2007年葡萄酒产量地区分析	41	二 中国葡萄酒消费市场分析	43	三 2011年我国消费量达8.286亿升	44
2002-2007年葡萄酒产量地区分析	41	第六章 2003 -2008年葡萄酒行业运行情况	45	第一节 中国葡萄酒行业总体运行	45
2002-2007年葡萄酒产量地区分析	41	一 2003-2008年企业数量分析	45	二 2001-2008年资产规模分析	46
2002-2007年葡萄酒产量地区分析	41	二 2001-2008年资产规模分析	46	三 2001-2008年销售收入分析	46
2002-2007年葡萄酒产量地区分析	41	三 2001-2008年销售收入分析	46	四 2001-2008年利润总额分析	47
2002-2007年葡萄酒产量地区分析	41	四 2001-2008年利润总额分析	47	五 2003-2008年行业盈利能力	47
2002-2007年葡萄酒产量地区分析	41	第二节 中国葡萄酒行业运行分析	48	一 2003-2008年企业数量（按企业规模）	48
2002-2007年葡萄酒产量地区分析	41	一 2003-2008年企业数量（按企业规模）	48	二 2003-2008年资产总额（按企业规模）	48
2002-2007年葡萄酒产量地区分析	41	二 2003-2008年资产总额（按企业规模）	48	三 2003-2008年销售收入（按企业规模）	49
2002-2007年葡萄酒产量地区分析	41	三 2003-2008年销售收入（按企业规模）	49	四 2003-2008年盈利能力（按企业规模）	49
2002-2007年葡萄酒产量地区分析	41	第三节 中国葡萄酒行业运行分析	50	一 2003-2008年企业数量（按企业性质）	50
2002-2007年葡萄酒产量地区分析	41	一 2003-2008年企业数量（按企业性质）	50	二 2003-2008年资产总额（按企业性质）	50
2002-2007年葡萄酒产量地区分析	41	二 2003-2008年资产总额（按企业性质）	50	三 2003-2008年销售收入（按企业性质）	51
2002-2007年葡萄酒产量地区分析	41	三 2003-2008年销售收入（按企业性质）	51	四 2003-2008年资产总额（按企业性质）	51

2003-2008年盈利能力（按企业性质）	51	第七章 葡萄酒经销渠道市场分析	52	第一节	
葡萄酒成本结构分析	52	一 生产成本	52	二 渠道成本	52
		三 推广成本	53	第二节	
葡萄酒主要营销方式	53	一 代理制	53	二 经销制	54
		三 直销	55	四 买断经营	56
葡萄酒代理商分析	56	一 葡萄酒代理历史	56	二 代理商类型	58
		三 代理商面临的问题	58	四	
未来发展建议	59	第四节 进口葡萄酒运作模式	61	一 传统代理型	61
		二 竞合型	62	三	
品牌运营型	63	四 贴牌销售型	64	第八章 葡萄酒市场领先企业竞争分析	65
				第一节	
张裕长城新天策略分析	65	一 产品体系策略	65	二 企业营销策略	66
		三 代理进口酒策略	67	四	
原料基地策略	68	第二节 莫高市场策略分析	69	一 莫高市场布局	70
		二 莫高优势分析	70	三	
莫高制约因素分析	71	第九章 2007年葡萄酒领先竞争主体	72	第一节 张裕葡萄酒	73
		一 公司简介	73	二 产品系列分析	73
		三 2007年张裕财务运行分析	77	四 企业竞争力分析	79
		第二节 中粮长城葡萄酒	82	一 中粮酒业	82
		二 长城概括	82	三 产品线分析	84
		四 长城渠道特点分析	86	第三节 中法合营王朝葡萄酒	86
		一 企业基本情况	86	二 企业主要产品	87
		三 企业经营情况分析	87	第四节 烟台威龙葡萄酒分析	90
		一 企业概括	90	二 产品线分析	91
		三 企业经营情况分析	91	四 威龙企业竞争力分析	93
		第十章 冰酒现状与发展前景分析	94	第一节 冰酒的介绍	94
		一 冰酒的起源	94	二 葡萄的种类	95
		三 冰酒的特点	95	四	
		冰酒生产工艺	95	第二节 国外冰酒分析	96
		一 德国的冰酒	96	二 加拿大的冰酒	96
		第三节 国内冰酒分析	97	一 冰酒定义	97
		二 产区	98	三 国内形势	98
		四 国内冰酒发展	98	五 市场容量	99
		第十一章 未来中国葡萄酒发展趋势分析	100	第一节 葡萄酒行业发展关键因素	100
		一 葡萄原料的供应	100	二 销售渠道的掌握	100
		第二节 中国葡萄酒产业优劣势分析	101	一、中国产业的优势分析	101
		二、中国产业发展的劣势分析	102	第三节 葡萄酒业的发展趋势及建议分析	103
		一 中国具有较大的葡萄酒需求市场	103	二 葡萄酒的产业梯度演进趋势	104
		三 延长和加粗葡萄酒产业链	104	四 加强葡萄酒业品牌建设	104
		五 提高葡萄酒业的核心竞争力	105	六 积极参与世界市场竞争	105
		七 以市场需求为导向	105	部分图表：	
		图表 1 2002-2007年中国葡萄酒地区产量一览表	单位：吨	1图表	2
		2006 - 2007年葡萄酒不同地区销售收入一览表	单位：千元	2图表	3
		2007年葡萄酒不同地区销售收入比例图		3图表	4
		2006 - 2007年葡萄酒不同地区利润总额一览表	单位：千元	4图表	5
		2007年葡萄酒不同地区利润总额比例图		5图表	6
		2001 - 2007年葡萄酒产量及销售价格变化趋势图		6图表	7
		2004 - 2007年葡萄酒销售价格变化趋势图		6图表	8
		2004 - 2007年葡萄酒销售成本变化趋势图		7图表	9
		2006年全国主要葡萄酒产地的葡萄酒平均销售单价（单位：元/吨）		7图表	10
		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	8图表	11
		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	9图表	12
		2005年葡萄酒市场份额（按产量）	10图表	13	2005年葡萄酒市场份额（按收入）
			13图表		

14	2010年中国葡萄酒消费结构比例图	18	15	2007年中国葡萄酒不同消费渠道比重图	19	16	2006-2008年进口葡萄酒占国内市场份额变化图	20	17
	2001-2007年中国葡萄酒行业销售收入变化图			单位：千元	21	18			
	中国葡萄酒市场生命周期分析图	22	19	2001-2007中国葡萄酒行业利润总额变化图					
	单位：千元	23	20	2003-2007年中国葡萄酒行业盈利能力变化趋势图	23	21			
	2006 - 2007年不同酒类行业资产规模一览表			29	29	22			
	2007年不同酒类资产规模比例图（数据：2007年1 - 11月）			29	29	23			
	2006 - 2007年不同酒类行业销售收入一览表			29	29	24			
	2007年不同酒类销售收入比例图（数据：2007年1 - 11月）			30	30	25			
	2006 - 2007年不同酒类行业企业数量一览表			30	30	26			
	2007年不同酒类企业数量比例图（数据：2007年1 - 11月）			30	30	27			
	2006 - 2007年不同酒类行业利润总额一览表			31	31	28			
	2007年不同酒类利润总额比例图（数据：2007年1 - 11月）			31	31	29			
	2006 - 2007年不同酒类行业盈利能力一览表			32	32	30			
	2007年不同酒类行业盈利能力变化图（数据：2007年1 - 11月）			32	32	31			
	2001-2008年中国葡萄酒产量一览表			单位:吨	40	32			
	2001-2008年中国葡萄酒产量变化趋势图			单位:吨	40	33			
	2002-2008年中国葡萄酒地区产量一览表			单位:吨	41	34			
	42	35		2006年葡萄酒产量地区比例图	43	36			
	2006 - 2011年中国葡萄酒年销量预测一览表			单位：亿瓶	45	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	46	38			
	2001-2008年中国葡萄酒行业总资产变化图			单位：千元	46	39			
	2001-2008年中国葡萄酒行业销售收入变化图			单位：千元	46	40			
	2001-2008年中国葡萄酒行业利润总额变化图			单位：千元	47	41			
	2003-2008年中国葡萄酒行业盈利能力变化趋势图			47	47	42			
	2003-2008年中国葡萄酒不同规模企业数量一览表			48	48	43			
	2003-2008年中国葡萄酒不同规模企业资产总额一览表			48	48	44			
	2003-2008年中国葡萄酒不同规模企业销售收入一览表			49	49	45			
	2003-2008年中国葡萄酒不同规模企业利润总额一览表			49	49	46			
	2003-2008年中国葡萄酒行业不同企业性质企业数量一览表			50	50	47			
	2003-2008年中国葡萄酒行业不同企业性质资产总额一览表			50	50	48			
	2003-2008年中国葡萄酒行业不同企业性质销售收入一览表			51	51	49			
	2003-2008年中国葡萄酒行业不同企业性质利润总额一览表			51	51	50			
	张裕葡萄酒产品系列一览表	73	51	2004 - 2007年张裕集团有限财务数据一览表	77	52			
	52			2007年张裕集团有限不同产品收入一览表	78	53			

2007年张裕集团有限不同区域收入一览表 79

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/2838028380.html>