

# 2007年中国葡萄酒市场研究报告

## 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《2007年中国葡萄酒市场研究报告》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/2868728687.html>

报告价格：电子版: 6200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

引言2006年我国葡萄酒行业累计实现工业总产值124亿元，利润总额13.5亿元，行业平均利润率为10.94%，截至2006年末，行业固定资产总额为152亿元。与2005年相比，2006年葡萄酒行业各项指标都出现了较大幅度的增长，其中资产总量增长了9.22%，利润总额增长7.71%，工业总产值增长23.37%。成本费用利润率出现较大幅度的下降，由2005年的14.87%下降到2006年的12.48%。2007年，中国葡萄酒行业将是一个全新的消费年度。2007年我国葡萄酒竞争日益明显、产业结构逐步调整、区域差别日益缩小、产量稳步增长等特征，但是我国葡萄酒消费尚处于开拓成长期，随着人均收入水平的提高，特别是中产阶层的发展壮大，以及消费结构升级、葡萄酒作为健康饮品的价值被广泛认同。伴随着葡萄酒市场的规范化，消费的成熟化，品牌、品质成为葡萄酒消费的主要因素，加上经济发展、消费者可支配收入等宏观经济因素的影响，消费者的葡萄酒消费逐渐转向奢侈消费，葡萄酒行业结构也向倒金字塔型转变。高端葡萄酒发展势头迅猛，增加了高端葡萄酒市场的竞争压力，但葡萄酒市场高端化趋势不会改变，高端市场也会成为中外企业争夺的焦点。目前，洋葡萄酒在我国还是非主流。我国葡萄酒市场占有率的前十名全是国产品牌。但进口葡萄酒的销量却在飞速增长。经过修订的葡萄酒国家标准将于2008年1月1日起在生产领域里实施，并由推荐性国家标准改为强制性国家标准，加上关税的逐渐下降，对洋葡萄酒在中国市场越来越有利，国内企业竞争压力越来越大。国内企业能抵抗“洋”流吗？和国外企业相比，国内企业有哪些优势和不足呢？国内企业将怎样弥补自己的不足呢？将怎样提高自己的竞争力？葡萄酒行业竞争的核心是什么？未来有什么样的发展趋势呢？未来的格局将怎样变化呢？等等一些问题，本报告将给出最全面的分析。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。目 录第一章

2006-2007年中国葡萄酒行业发展环境分析第一节 2006-2007年中国宏观经济环境分析一、2006年我国经济运行态势分析二、2007年中国经济展望第二节

2006-2007年行业政策环境分析一、《葡萄酒消费税管理办法》二、《葡萄酒》第三节 2006 - 2007年中国制酒饮料行业运行情况分析一、总体运行情况二、财务状况分析三、酒业并购特点四、2007年酒水渠道动向五、我国酒类销售趋势六、投资情况分析第二章

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、全球葡萄酒市场格局变化（一）生产大战法国仍将取胜（二）销售较量美国占先（三）中国

战役着眼低端市场第二节 世界葡萄酒主要产地分析一、法国二、意大利三、西班牙四、阿根廷五、澳大利亚六、美国七、葡萄牙八、德国九、匈牙利第三节  
世界葡萄酒的消费分析一、世界葡萄酒历年消费及变化情况二、世界葡萄酒消费趋势第四节  
世界葡萄酒业发展趋势分析第三章 2006-2007年中国葡萄酒行业发展状况分析第一节 2006 - 2007年中国葡萄酒市场分析一、2006年我国葡萄酒行业运行情况二、2007年我国葡萄酒行业现状分析三、制约我国葡萄酒业发展的因素四、2007年我国葡萄酒发展策略第二节 2006 - 2007年中国葡萄酒产量分析一、2006 - 2007年我国葡萄酒月产量及其变化分析二、2006 - 2007年各区域市场产量分析第三节 2006 - 2007年我国葡萄酒销量现状第四节 我国高端葡萄酒市场分析一、我国葡萄酒如何切入高端市场二、我国高端葡萄酒市场走势三、高端葡萄酒运作策略第五节  
葡萄酒行业未来发展趋势第四章  
2006 - 2007年中国葡萄酒行业特点分析第一节 中国葡萄酒行业历年发展特点一、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二节 2007年中国葡萄酒行业发展特点一、竞争趋于白热化，终端成为主战场二、结构调整步伐加快，高档化趋势明显三、东西差距缩小，实现增速并驾齐驱四、消费显露成熟，产品评判出现新标准五、中国成为国际葡萄酒关注的焦点六、葡萄酒产销量稳步增长，价格稳定第三节 我国葡萄酒产业优劣势分析一、我国葡萄酒产业的优势分析二、影响葡萄酒产业发展的劣势分析三、我国葡萄酒产业发展建议第五章  
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、新疆吐鲁番产地八、黄河故道产地九、新疆石河子产区十、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、山西清徐葡萄酒产区六、河北沙城产区七、宁夏贺兰山产区八、甘肃产区九、新疆产区十、云南地域产区十一、东北产区第三节  
无公害葡萄产地的选择条件第六章  
2006 - 2007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一、北京二、天津三、河北第二节  
东北葡萄酒市场分析一、辽宁二、吉林三、黑龙江第三节  
华东地区市场分析一、上海二、安徽三、山东第四节  
中南地区葡萄酒市场分析一、河南二、湖南第五节  
西南地区葡萄酒市场分析一、四川二、云南第六节  
西北地区葡萄酒市场分析一、陕西二、甘肃三、宁夏四、新疆第七章  
2006 - 2007年中国葡萄酒消费市场分析第一节  
葡萄酒消费市场综述第二节  
葡萄酒女性消费者分析第三节 中国葡萄酒重点消费地区分析一、北京葡萄酒市场二、武汉葡萄酒市场三、广州葡萄酒市场四、青岛葡萄酒市场六、广西葡萄酒市场七、吉林省葡萄酒市场八、福建省葡萄酒市场九、云南省葡萄酒市场第四节 我国葡萄酒主销区调查报告及行

业消费趋势预测一、华东市场二、华南市场三、直辖市市场四、我国葡萄酒行业发展趋势第八章 2006 - 2007年中国葡萄酒行业进出口分析第一节 中国葡萄酒行业进口分析一、葡萄酒进口市场情况二、2006年葡萄酒进口市场特点三、洋葡萄酒在中国的发展情况四、2007年洋葡萄酒在我国的新营销方式五、葡萄酒进口大幅增长造成国内行业风险第二节

中国葡萄酒行业出口分析第九章 中国葡萄酒行业销售渠道分析第一节 中国葡萄酒庄园经营之道一、葡萄酒庄园经营现象的出现二、庄园酒发展的两种变局三、关于庄园酒的三点思考四、做好庄园酒的四要点五、做好庄园酒的五个策略第二节 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、特许经营第三节 葡萄酒代理商发展状况分析一、葡萄酒代理商发展的几个阶段二、代理商目前面临的现实状况三、代理商在巨大竞争压力和生存威胁下的出路第四节 专卖店对葡萄酒传统销售渠道的影响一、打破供应商和酒店之间的利益捆绑二、洋葡萄酒进驻中国市场将更容易第五节

国产葡萄酒的营销策略分析一、国产葡萄酒的营销误区二、葡萄酒营销的关键第六节

中国葡萄酒销售攻防策略分析一、中国葡萄酒市场终端策略二、慎定经销商政策第七节 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四、“期酒”消费第八节葡萄酒网络营销的规划与发展策略一、葡萄酒企业网络营销实质二、葡萄酒企业网站的意义第十章 2006 - 2007年中国葡萄酒业竞争分析第一节 中国葡萄酒产业的特点分析一、原料基地与企业分布不平衡二、人均消费水平与国外差距很大三、在与外资同台竞技中提高竞争实力第二节 中国葡萄酒产业的竞争格局分析一、行业集中度不断提高二、潜在竞争正在加剧三、产业格局走势第三节 我国葡萄酒业竞争的关键一、行业阶梯化：强者恒强，弱小者遭整合二、进口酒短期威胁有限三、品牌与渠道仍是竞争关键第四节 洋葡萄酒竞争中国市场一、进口葡萄酒优势分析二、进口葡萄酒劣势分析三、市场竞争更加激烈四、国产葡萄酒遭遇挑战五、国产葡萄酒与洋葡萄酒竞争形势分析六、竞争将使行业趋向规范第五节

中国三大品牌葡萄酒企业竞争分析及行业竞争趋势第十一章 2007年中国葡萄酒业优势企业分析第一节 烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司一、公司简介二、张裕在行业发展中的优势分析三、张裕品牌定位中高端四、2006 - 2007年张裕主要财务指标分析第二节 中国长城葡萄酒有限公司一、公司简介二、企业状况及发展方向三、经营情况第三节 中法合资王朝葡萄酒有限公司一、公司简介二、王朝葡萄酒市场现状第四节 通化葡萄酒股份有限公司一、公司简介二、2006 - 2007年主要财务指标情况第五节 新天国际经贸股份有限公司一、公司简介二、2006 - 2007年新天经营状况及主要财务指标情况第六节 青岛华东葡萄酒有限公司一、公司简介二、华东庄园简介三、青岛华东葡萄酒市场状况部分图表目录图表

2006 - 2007年4月北京葡萄酒月度产量图表  
2006 - 2007年4月天津葡萄酒月度产量图表  
2006 - 2007年4月河北葡萄酒月度产量图表  
2006 - 2007年4月辽宁葡萄酒月度产量图表  
2006 - 2007年4月吉林葡萄酒月度产量图表  
2006 - 2007年4月黑龙江葡萄酒月度产量图表

2006 - 2007年4月北京葡萄酒月度产量图表

2006 - 2007年4月天津葡萄酒月度产量图表

2006 - 2007年4月河北葡萄酒月度产量图表

2006 - 2007年4月辽宁葡萄酒月度产量图表

2006 - 2007年4月吉林葡萄酒月度产量图表

2006 - 2007年4月黑龙江葡萄酒月度产量图表

2006 - 2007年4月吉林葡萄酒月度产量图表

2006 - 2007年4月吉林葡萄酒月度产量图表

2006 - 2007年4月黑龙江葡萄酒月度产量图表

2006 - 2007年4月上海市葡萄酒月度产量图表  
2006 - 2007年4月安徽省葡萄酒月度产量图表  
2006 - 2007年4月山东省葡萄酒月度产量图表  
2006 - 2007年4月河南省葡萄酒月度产量图表 2006 - 2007年4月湖南葡萄酒月度产量图表  
2006 - 2007年4月四川省葡萄酒月度产量图表  
2006 - 2007年4月云南省葡萄酒月度产量图表  
2006 - 2007年4月陕西省葡萄酒月度产量图表  
2006 - 2007年4月甘肃省葡萄酒月度产量图表 2006 - 2007年4月宁夏葡萄酒月度产量图表  
2006 - 2007年4月新疆葡萄酒月度产量图表  
2005年7月 - 2007年4月我国葡萄酒月度产量图表  
2006 - 2007年4月我国葡萄酒月度产量变化情况图表  
2002 - 2007年4月葡萄酒年度产量情况图表 2002 - 2007年4月葡萄酒年度产量变化图表  
2007年前4个月我国各地区葡萄酒产量 图表  
2006-2007年2月各月葡萄酒出口数量及增长情况图表  
2006-2007年2月各月葡萄酒出口金额及增长情况图表  
2005 - 2006年我国葡萄酒行业月度销售收入图表  
2005 - 2006年我国葡萄酒行业月度利润收入图表  
2005-2007年一季度葡萄酒进出口季度情况图表  
2004 - 2007年4月我国葡萄酒进出口年度情况图表  
2002-2007年2月葡萄酒进口量和贸易额同比增长图表  
2001-2007年2月葡萄酒进口量占比图表 2005 - 2006年我国葡萄酒行业月度销售收入图表  
2005 - 2006年我国葡萄酒行业月度利润收入图表  
2004-2006年进口葡萄酒收入和进口瓶装酒量占比图表  
2000-2006年进口葡萄酒总额占国内行业收入比例图表  
2002-2006年国内生产总值及其增长速度图表 2006年各地区葡萄酒产量图表  
2006年制酒饮料工业总产值增长情况图表 2006年制酒饮料产品销售收入增长情况图表  
2006年制酒饮料利润总额增长情况图表 2006年制酒饮料亏损企业亏损额情况图表  
2006年制酒饮料产品销售成本变化图表 2006年制酒饮料资产及资金变化图表  
2006年制酒饮料产量增长情况图表 2006年制酒饮料产成品增长情况图表  
2006年制酒饮料出口交货值增长情况图表 2006年制酒饮料行业投资增长情况图表  
三大龙头企业销售利润的市场份额图表 张裕、王朝和长城的渠道营销模式对比图表  
2006年张裕、王朝和长城的国际化对比分析图表 2003-2006年张裕收入和净利润增长图表  
张裕“4 1”中高档品牌策略图表 2004-2006年张裕葡萄酒和中高档酒收入占比图表  
2003-2006年张裕毛利率和销售单价图表 2003-2006年张裕葡萄酒和白兰地收入增长率图表  
2003-2006年张裕中高档葡萄酒销量图表 2004- 2006年张裕主营业务收入结构组成图表

2004-2006年张裕葡萄酒收入结构组成图表 2002-2006年张裕、王朝和长城收入对比 图表  
2004-2006年张裕、王朝和长城毛利率对比图表 2002-2006年张裕品牌市场占有率图表  
张裕分地区销售增长图图表 2001-2006年公司费用率分析图表  
2003 - 2008年张裕中高档酒收入占比和毛利率走势图表  
2002 - 2006年张裕酒庄酒销量图表 2007年张裕净利润构成预测图表  
2002 - 2006年张裕解百纳销量图表 2004 - 2007年一季度张裕主要财务指标分析图表  
2006 - 2009年张裕盈利情况预测表图表 2005 - 2009年张裕现金流量及预测表图表  
2005 - 2009年张裕资产负债情况预测表图表  
2006年通化葡萄酒公司主营业务分行业、分产品情况图表  
2006年底通化葡萄酒公司资产构成情况图表  
2006年通化葡萄酒公司主营业务分地区情况图表  
2005 - 2006年通化葡萄酒公司现金流量情况分析图表  
2006年通化葡萄酒公司主要财务数据图表  
2004 - 2006年通化葡萄酒公司主要会计数据和财务指标图表  
2007 - 2008年新天国际各个渠道收入占比预测图表  
2007 - 2008年新天国际分地区收入预测图表  
2003 - 2006年新天国际销售收入变化情况图表  
2004 - 2006年世界葡萄酒产量和消费量图表 2005年各国平均葡萄酒消费量图表  
我国消费者饮用葡萄酒的原因分析图图表 家庭消费者选择葡萄酒的各个因素

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/2868728687.html>