

2006年中国葡萄酒市场研究报告

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《2006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/2878128781.html>

报告价格：电子版: 5200元 纸介版：5700元 电子和纸介版: 6200

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 言2005年是葡萄酒生产、销售与消费快速增长的又一个年度。2005年，葡萄酒产量434443.07吨，比上年同期增长25.42%。2005年，葡萄酒制造业工业总产值和产品销售收入均保持高速增长，全年葡萄酒制造业工业总产值974859.0万元，比上年同期增长37.49%；累计产品销售收入1023286.6万元，比上年同期增长41.46%。2005年进口葡萄酒关税进一步降低，随着我国加入WTO，近几年葡萄酒行业连年谈论不止是：进口葡萄酒关税的进一步降低，对此，葡萄酒进口商门喜上眉梢，国内生产者忐忑不安，然而，2005年中进口商、经销商未能显著增加业绩，国内产品也未真正感受“狼来了”之威胁。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。

目 录第一章
2005-2006年中国葡萄酒行业发展环境分析第一节 2005-2006年中国宏观经济环境分析一、
2005年中国经济总体运行状分析二、2006年中国经济发展走势预测第二节
2005-2006年行业政策环境分析第三节
2005年中国酿酒行业整体发展情况一、整体发展情况分析二、酿酒行业的结构分析第二章
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、世界葡萄酒产地分析第二节
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 中国葡萄酒行业特点分析第一节
中国葡萄酒行业发展特点第二节 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
影响第四章 2005-2006年中国葡萄酒行业发展状况分析第一节

2005年中国葡萄酒行业热点分析第二节2005年中国葡萄酒产量分析一、2005年1-12月产量及其变化分析二、2005年各区域市场产量分析第三节 2005年中国葡萄酒行业各项经济指标分析一、产销状况二、主要经济指标三、葡萄酒产量的地区分布情况四、葡萄酒行业前十名企业的经营情况第五章 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、东北产区第六章 2005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七章 2005年中国葡萄酒行业进出口分析第一节中国葡萄行业进口分析一、葡萄酒进口情况二、洋葡萄酒大举进入中国的原因三、国产葡萄酒企业的应对策略第二节中国葡萄行业出口分析第八章 中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、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需求第五节 葡萄酒干酒产量增长趋势分析第九章 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十章 2005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 中国主要葡萄酒企业对比分析第十一章 2005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 新天国际经贸股份有限公司第六节 青岛华东葡萄酒有限公司第十二章 2006年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

2006年我国葡萄酒业发展趋势预测第三节 中国葡萄酒企业策略分析一、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、城镇市场部分图表目录

图表：2004-2005年中国葡萄酒产量及增长变化图
图表：1999-2005年中国葡萄酒销售收入（亿元）
图表：1980-2005年中国葡萄酒产量（万吨）
图表：1999-2005年中国销售收入CAGR
图表：1999-2005年中国不同酒种收入占比变化
图表：2005年中国主要酒类产品的盈利能力比较
图表：2001-2005年解百纳与酒庄酒销售增长情况
图表：2001-2005年中国酒类产品的消费结构
图表：2005年1-12月中国葡萄酒产量
图表：2005年1-12月葡萄酒制造各项统计指标
图表：2005年1-12月葡萄酒制造累计产品销售收入
图表：2005年1-12月葡萄酒制造累计负债合计
图表：2005年1-12月葡萄酒制造累计利润总额
图表：2005年1-12月葡萄酒制造累计资产总计
图表：2005年1-12月葡萄酒制造累计产品销售成本
图表：2005年1-12月葡萄酒制造累计全部从业人员平均人数
图表：2005年1-12月葡萄酒制造累计企业单位数
图表：2005年1-12月葡萄酒制造累计亏损企业单位数
图表：2005年1-12月葡萄酒制造累计亏损企业亏损总额
图表：2005年各月葡萄酒产量情况
图表：2005年各月葡萄酒制造业产销状况
图表：2005年各省葡萄酒产量及增速情况
图表：2005年各月葡萄酒制造业主要经济指标
图表：2005年葡萄酒制造业前10名企业经营情况
图表：2004-2005年各月葡萄酒进口金额及增长情况
图表：2004-2005年各月葡萄酒出口金额及增长情况
图表：2004-2005年各月葡萄酒进口数量及增长情况
图表：2004-2005年各月葡萄酒出口数量及增长情况
图表：2005年葡萄酒资产负债表
图表：2005年葡萄酒产销存情况表
图表：2005年葡萄酒财务费用情况表
图表：2005年葡萄酒北京市合计
图表：2005年葡萄酒吉林省合计
图表：2005年葡萄酒四川省合计
图表：2005年葡萄酒天津市合计
图表：2005年葡萄酒宁夏区合计
图表：2005年葡萄酒山东省合计
图表：2005年葡萄酒广东省合计
图表：2005年葡萄酒广西区合计
图表：2005年葡萄酒新疆区合计
图表：2005年葡萄酒河北省合计
图表：2005年葡萄酒河南省合计
图表：2005年葡萄酒湖北省合计
图表：2005年葡萄酒甘肃省合计
图表：2005年葡萄酒辽宁省合计
图表：2005年葡萄酒陕西省合计
图表：2005年葡萄酒黑龙江合计
图表：2005年大型企业葡萄酒制造全国合计
图表：2005年中型企业葡萄酒制造全国合计
图表：2005年小型企业葡萄酒制造全国合计
图表：日本人均葡萄酒消费与产量
图表：美国人均年葡萄酒消费与产量
图表：中国人均葡萄酒消费存在巨大增长空间
图表：中国人口年龄结构分布情况
图表：2004-2005年张裕葡萄酒股份有限公司利润构成分析表
图表：2004-2005年张裕葡萄酒股份有限公司获利能力分析表
图表：2004-2005年张裕葡萄酒股份有限公司经营能力分析表
图表：2004-2005年张裕葡萄酒股份有限公司资本结构分析表
图表：2004-2005年张裕葡萄酒股份有限公司发展能力分析表
图表：2004-2005年通化葡萄酒股份有限公司利润构成分析表
图表：2004-2005年通化葡萄酒股份有限公司获利能力分析表
图表：2004-2005年通化葡萄酒股份有限公司经营能力分析表
图表：2004-2005年通化葡萄酒股份有限公司资本结构分析表
图表：2004-2005年通化葡萄酒股份有限公司发展能力分析表
图表：2004-2005年新天国际经贸股份有限公司利润构成分析表

2004-2005年新天国际经贸股份有限公司获利能力分析表图表：2004-2005年新天国际经贸股份有限公司经营能力分析表图表：2004-2005年新天国际经贸股份有限公司资本结构分析表图表：2004-2005年新天国际经贸股份有限公司发展能力分析表

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/2878128781.html>