

# 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](http://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/2875728757.html>

报告价格：电子版: 5500元 纸介版：6500元 电子和纸介版: 6800

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

目录第一章 中国葡萄酒行业相关概述	10	第一节 葡萄酒的定义及分类	10	一、葡萄酒的定义																																																														
10二、葡萄酒的分类		10	第二节 中国葡萄酒行业发展特点	12	一、供给与需求缺口拉大																																																													
12二、生产地区集中		13	三、品种单一，中低档产品多		13	四、行业收益显低																																																												
14	五、品牌集中度高		14	六、原材料供应稳定		15	七、市场需求逐年增大																																																											
16	八、生产技术装备水平和产品质量明显提高		17	第三节 葡萄酒市场特征分析																																																														
17	一、消费目的		17	二、消费场所与购买场所		18	三、其它市场特征		18	第四节																																																								
中国酒业发展影响因素分析		19	一、需求分析		19	二、行业内竞争的影响分析																																																												
19	三、原料供应分析		20	四、替代品分析		20	五、政策影响分析																																																											
21	六、入世后关税变化对酒业的影响		21	第五节 葡萄酒行业增长潜力分析																																																														
23	一、葡萄酒行业发展现状		23	二、葡萄酒行业厂商竞争分析																																																														
23	三、未来行业仍将保持高速增长		24	第二章 世界葡萄酒行业发展分析		26	第一节																																																											
国际葡萄酒产业概况		26	一、葡萄酒产量		26	二、葡萄酒贸易形势		27	第二节																																																									
世界葡萄酒行业发展现状		31	一、世界葡萄酒市场发展现状概览		31	二、世界葡萄种植状况																																																												
33	三、世界葡萄酒产地分析		35	1、法国		35	2、意大利		36	3、西班牙		37	4、阿根廷		38	5、澳大利亚		39	6、美国		39	7、葡萄牙		40	8、德国		40	第三节 世界葡萄酒的消费分析																																						
41	一、世界葡萄酒消费及变化情况		41	二、世界葡萄酒消费趋势		45	第四节																																																											
快速发展的亚洲葡萄酒市场		47	第五节 国外葡萄酒在中国市场的SWOT分析		48	一、优势		48	二、劣势		48	三、机会		48	四、威胁		49	五、国外葡萄酒企业进入中国市场的战略		49	第六节																																													
2005年世界主要产区酿酒葡萄分析		50	一、意大利		50	二、波尔多		50	三、布根地		51	四、葡萄牙		52	五、西班牙		53	六、美国加州		53	七、香槟区		55	八、新西兰		56	九、澳大利亚		56	十、智利		58	十一、南非		59	第七节 全球葡萄酒生产趋势分析		60	第八节																											
世界葡萄酒业发展趋势分析		61	第三章 中国葡萄酒主要生产原料供应分析		65	第一节																																																												
我国葡萄产地分析		65	一、东北产地		65	二、渤海湾产地		65	三、沙城产地		65	四、清徐产地		65	五、银川产地		65	六、武威产地		66	七、新疆产地		66	八、黄河故道产地		66	九、云南高原产地		66	第二节 中国葡萄酒酿酒产区分析		67	一、胶东半岛产区		67	二、黄河故道产区		68	三、秦皇岛昌黎产区		70	四、天津地区葡萄酒产区		71	五、河北沙城产区		71	六、宁夏贺兰山产区		72	七、甘肃产区		73	八、新疆产区		74	九、云南地域产区		75	十、东北产区		76	第四章 中国葡萄酒行业发展现状分析		78	第一节
中国葡萄酒市场分析		78	一、集中度较高，国产品牌占据优势		78	二、品牌忠诚度都较高，长城高居首位		80	三、葡萄酒更容易被高收入的中青年人群所接受		81	四、国外冲击波为中国葡萄酒业发展注入活力		82	五、中国葡萄酒市场蕴藏无限商机		83	第二节 中国葡萄酒业发展现状分析		86	第三节 中国葡萄酒消费市场现状分析		88	第四节																																										

外来资本纷纷涌入我国葡萄酒业	90	第五节 中国葡萄酒业发展预测分析	92	第五章
2004年中国葡萄酒行业发展状况分析			94	第一节
2004年中国葡萄酒行业产业环境与产业政策分析	94	一、产业环境	94	二、产业政策
94	第二节	2004年中国葡萄酒整体发展状况分析	95	第三节
97	一、葡萄酒供给状况	97	二、葡萄酒需求状况	97
97	第四节	2004年中国葡萄酒行业区域市场状况分析	98	一、成都葡萄酒价格行情
98	二、长沙葡萄酒价格行情	99	三、广州葡萄酒价格行情	100
100	四、南京葡萄酒价格行情	101	五、沈阳葡萄酒价格行情	102
102	六、北京葡萄酒价格行情	103	第五节	
103	2004年中国葡萄酒行业主要产品价格走势分析	104	一、张裕干红(750ml)价格行情	
104	二、长城干白(750ml)价格行情	105	三、王朝干红(750ml)价格行情	
106	四、12°宁夏红(750ml)价格行情	107	五、通化高级红(750ml)价格行情	
108	六、威龙干红(750ml)价格行情	109	七、新天干白(750ml)价格行情	110
110	第六节	2004年中国葡萄酒行业新品开发状况分析	111	第七节
111	2004年中国葡萄酒产量分析	114	一、2004年1-12月产量及其变化分析	114
114	二、2004年各区域市场产量分析	114	第八节	
114	2004年中国葡萄酒行业各项经济指标分析	115	一、工业总产值情况	115
115	二、企业评价指标	117	三、企业盈亏情况	122
122	四、资产负债情况	123	五、产销存情况	124
124	六、财务费用情况	126	第六章	2005年中国葡萄酒市场发展分析
127	第一节	2005年中国葡萄酒行业发展分析	127	
127	一、行业运行综述	127	二、市场状况分析	127
127	1、区域市场分析	127	2、主流品牌分析	133
133	三、行业热点分析	137	四、行业竞争状况	138
138	1、龙头企业竞争态势分析	138	2、新品开发状况分析	140
140	五、发展趋势预测	140	第二节	
140	2005年1-12月中国葡萄酒业制造主要经济指标分析	141	一、行业规模	145
145	二、行业效益	148	三、其它经济指标	153
153	第三节	2005年1-12月葡萄酒制造分经济类型经济指标	158	
158	一、2005年1-12月葡萄酒制造国有企业经济指标	158	二、2005年1-12月葡萄酒制造集体企业经济指标	159
159	三、2005年1-12月葡萄酒制造股份合作企业经济指标	161	四、2005年1-12月葡萄酒制造股份制企业经济指标	162
162	五、2005年1-12月葡萄酒制造私营企业经济指标	163	六、2005年1-12月葡萄酒制造外商和港澳台企业经济指标	165
165	第四节	2005年2-12月全国葡萄酒制造销售收入前十家企业	166	第五节
166	2006年中国葡萄酒发展预测分析	171	一、2006年葡萄酒业有望保持良好发展势头	171
171	二、2006年我国葡萄酒行业“井喷”酒业巨头齐发力	172	第七章	
172	2004-2005年中国葡萄酒行业区域市场发展分析	173	第一节	
173	2004-2005年华北地区葡萄酒市场分析	173	第二节	2004-2005年东北葡萄酒市场分析
184	第三节	2004-2005年华东地区市场分析	190	第四节
190	2004-2005年中南地区葡萄酒市场分析	223	第五节	2004-2005年华南地区葡萄酒市场分析

228第六节	2004-2005年西南地区葡萄酒市场分析	244第七节
2004-2005年西北地区葡萄酒市场分析	250第八章 我国葡萄酒产销现状分析	261第一节
葡萄酒消费习惯调查分析	261一、年轻人追求氛围，年长者追求保健	
261二、年轻人在朋友聚会时饮用葡萄酒，年长者在家里饮用葡萄酒		
263三、长城、张裕京城葡萄酒市场霸主地位不可动摇		
263四、消费者最喜欢山东烟台的葡萄酒	266五、消费者平均每月饮用葡萄酒的次数	
266六、在家饮用和在外饮用的比例接近1:1	268第二节	葡萄酒消费者分析
269一、葡萄酒消费分析	269二、消费者行为分析	269第三节
270一、我国葡萄酒的销售量和人均消费量		葡萄酒产销现状
271三、我国葡萄酒进出口量	271四、我国酒类产品的消费结构	271第四节
中国重点地区葡萄酒消费分析	272一、北京葡萄酒市场	272二、武汉葡萄酒市场
273三、青岛葡萄酒市场	281四、重庆葡萄酒市场	287五、广西葡萄酒市场
287六、吉林省葡萄酒市场	289七、福建省葡萄酒市场	291八、云南省葡萄酒市场
292第五节 葡萄酒销售趋势	293一、我国经济持续高速增长，人们的消费能力增强	
293二、有利的政策环境		293三、市场日趋成熟
294四、葡萄酒生产成本降低，拉动消费者对葡萄酒的需求		294第六节
葡萄酒干酒产量呈现快速增长趋势		294一、原料供应基本有保障
294二、葡萄酒进出口差额对国内葡萄酒产量的影响		294三、葡萄酒生产的前瞻性
294四、外部政策环境的改善对葡萄酒产量的影响		295第七节
中国葡萄酒市场中长期消费趋势	295第九章 我国葡萄酒行业销售渠道分析	297第一节
中国葡萄酒主要销售渠道模式分析	297一、区域代理制	297二、经销制
297三、直销制	298四、买断品牌	298五、特许经营
299第二节 中国葡萄酒市场的分销渠道及销售网点分析		
300一、中国葡萄酒市场的分销渠道	3001、国内葡萄酒	3002、进口葡萄酒
300二、销售网点分析	300第三节	洋酒进入中国市场营销策略分析
301一、洋酒逐步退出中国市场原因分析	301二、洋酒“卷土重来”的策略分析	302第四节
中国葡萄酒攻防策略分析	305一、中国葡萄酒企业市场竞争策略	
305二、中国葡萄酒市场终端策略	308三、慎定经销商政策	313第五节
中国葡萄酒营销模式创新分析	315一、由经销制转向改进的代销制	315二、通路精耕
316三、网络营销手段的应用	316第十章	中国葡萄酒业竞争分析
318第一节		
中国葡萄酒行业竞争特点	318一、葡萄酒市场潜力巨大	318二、寡头垄断葡萄酒市场
319三、沿海城市比内地城市葡萄酒渗透率高	320四、逐渐从“产品消费”走向“品牌消费”	
320五、消费者特征：中青年、高学历、高收入	322第二节	中国葡萄酒竞争格局分析
323一、国产葡萄酒三大梯队		323二、万军相争，勇者胜
324三、从混战到会盟，市场大整合	324四、百花齐放，质量当先	325第三节
1”格局呼之欲出	326第四节	加入WTO后中国葡萄酒竞争优势分析

329一、数字乐观，市场平静	330二、布局高端，中国酒寻突破		
331三、中档市场，地产品牌抢庄	331四、洋酒市场，难有大作为	332第五节	
我国进口葡萄酒市场竞争“忧患”分析	332第六节	中国葡萄酒竞争趋势分析	
336一、七分葡萄、三分酿造，跑马圈地抢葡萄	336二、国标、行标尴尬并存		
337三、“新贵”叫板老牌精英	337第十一章	中国葡萄酒业主要企业分析	338第一节
烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司	338第二节	河北沙城长城葡萄酒有限公司	347第三节
中法合资王朝葡萄酒有限公司	349第四节	通化葡萄酒股份有限公司	356第五节
新天国际葡萄酒业有限公司	358第六节	青岛华东葡萄酒有限公司	359第十二章
中国葡萄酒投资分析及发展趋势分析	360第一节	中国葡萄酒产业投资特性分析	
360一、中国葡萄酒产业属于新兴行业	360二、中国葡萄酒业正处于竞争发展期		
360三、葡萄酒业是资源密集性产业	360四、风险小，建设周期短	360五、进入壁垒小	
361六、行业利润指标较高	361七、投资空间巨大	362第二节	中国葡萄酒企业投资建议
362一、产品创新建议：软包装	362二、营销手法创新建议：倒立营销		
363三、渠道创新建议：开辟郊区、城镇市场	367第三节	我国葡萄酒业发展趋势分析	
370第四节	葡萄酒走向品牌消费	371部分图表目录图表	
2010年中国高、中、低档葡萄酒的消费比例图表			
2005年1-12月葡萄酒制造累计工业总产值（当年价格）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月葡萄酒制造累计全部从业人员平均人数图表			
2005年1-12月葡萄酒制造累计资产总计图表	2005年1-12月葡萄酒制造累计负债总计图表		
2005年1-12月葡萄酒制造累计产品销售收入图表			
2005年1-12月葡萄酒制造累计产品销售成本图表			
2005年1-12月葡萄酒制造累计产品销售费用图表			
2005年1-12月葡萄酒制造累计利润总额图表	2005年1-12月葡萄酒制造累计产成品图表		
2005年1-12月葡萄酒制造累计管理费用图表	2005年1-10月葡萄酒制造累计财务费用图表		
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1-12月葡萄酒制造产值利税率图表	2005年1-12月葡萄酒制造资产负债率图表		
2005年1-12月葡萄酒制造资金利润率图表	2005年1-12月葡萄酒制造成本费用利润率图表		
2005年1-12月葡萄酒制造产成品资金占用率图表	2005年1-12月葡萄酒制造人均销售率图表		
2005年1-12月葡萄酒制造国有企业经济指标图表			
2005年1-12月葡萄酒制造集体企业经济指标图表			
2005年1-12月葡萄酒制造股份合作企业经济指标图表			
2005年1-12月葡萄酒制造股份制企业经济指标图表			
2005年1-12月葡萄酒制造私营企业经济指标图表			

2005年1-12月葡萄酒制造外商和港澳台企业经济指标图表

2005年1-12月北京市葡萄酒制造主要经济指标图表

2005年1-12月天津市葡萄酒制造主要经济指标图表

2005年1-12月河北省葡萄酒制造主要经济指标图表

2005年1-12月辽宁省葡萄酒制造主要经济指标图表

2005年1-12月吉林省葡萄酒制造主要经济指标图表

2005年1-12月上海市葡萄酒制造主要经济指标图表

2005年1-12月安徽省葡萄酒制造主要经济指标图表

2005年1-12月山东省葡萄酒制造主要经济指标图表

2005年1-12月河南省葡萄酒制造主要经济指标图表

2005年1-12月湖南省葡萄酒制造主要经济指标图表

2005年1-12月广西葡萄酒制造主要经济指标图表

2005年1-12月云南省葡萄酒制造主要经济指标图表

2005年1-12月陕西省葡萄酒制造主要经济指标图表

2005年1-12月甘肃省葡萄酒制造主要经济指标图表

2005年1-12月宁夏葡萄酒制造主要经济指标图表

2005年1-12月新疆葡萄酒制造主要经济指标图表

2005年12月份全国葡萄酒制造业经济指标（1）图表

2005年12月份全国葡萄酒制造业经济指标（2）图表

2005年12月份全国葡萄酒制造业经济指标（3）图表

2005年12月份全国葡萄酒制造业经济指标（4）图表

2005年2月全国葡萄酒制造销售收入前十家企业图表

2005年3月全国葡萄酒制造销售收入前十家企业图表

2005年4月全国葡萄酒制造销售收入前十家企业图表

2005年5月全国葡萄酒制造销售收入前十家企业图表

2005年6月全国葡萄酒制造销售收入前十家企业图表

2005年7月全国葡萄酒制造销售收入前十家企业图表

2005年8月全国葡萄酒制造销售收入前十家企业图表

2005年9月全国葡萄酒制造销售收入前十家企业图表

2005年10月全国葡萄酒制造销售收入前十家企业图表

2005年11月全国葡萄酒制造销售收入前十家企业图表

2005年12月全国葡萄酒制造销售收入前十家企业图表

2005年葡萄酒天津市合计图表

2005年葡萄酒山西省合计图表

2005年葡萄酒吉林省合计图表

2005年葡萄酒北京市合计图表

2005年葡萄酒河北省合计图表

2005年葡萄酒辽宁省合计图表

2005年葡萄酒黑龙江合计图表

2005年葡萄酒上海市合计图表  
2005年葡萄酒山东省合计图表  
2005年葡萄酒湖南省合计图表  
2005年葡萄酒四川省合计图表  
2005年葡萄酒云南省合计图表  
2005年葡萄酒甘肃省合计图表  
1994-2004年中国葡萄酒产量图表  
1990-2004年葡萄酒产量走势图图表  
2004年1-12月成都部分葡萄酒价格走势图表  
2004年1-12月长沙部分葡萄酒价格走势图表  
2004年1-12月广州部分葡萄酒价格走势图表  
2004年1-12月南京部分葡萄酒价格走势图表  
2004年1-12月沈阳部分葡萄酒价格走势图表  
2004年1-12月北京部分葡萄酒价格走势图表  
2004年1-12月张裕干红（750ml）价格行情图表  
2004年1-12月部分地区张裕干红价格走势图表  
2004年1-12月长城干白（750ml）价格行情图表  
2004年1-12月部分地区长城干白价格走势图表  
2004年1-12月王朝干红（750ml）价格行情图表  
2004年1-12月部分地区王朝干红价格走势图表  
2004年1-12月12°宁夏红（750ml）价格行情图表  
2004年1-12月部分地区12°宁夏红价格走势图表  
2004年1-12月通化高级红（750ml）价格行情图表  
2004年1-12月部分地区通化高级红价格走势图表  
2004年1-12月威龙干红（750ml）价格行情图表  
2004年1-12月部分地区威龙干红价格走势图表  
2004年1-12月新天干白（750ml）价格行情图表  
2004年1-12月部分地区新天干白价格走势图表  
2004年各地区葡萄酒产量图表  
2004年葡萄酒制造累计工业总产值（当年价格）图表  
2004年葡萄酒制造累计工业总产值（当年价格）比上年同期增长图表  
2004年国有企业企业葡萄酒制造全国合计图表  
2004年集体企业企业葡萄酒制造全国合计图表  
2004年股份制企业企业葡萄酒制造全国合计图表  
2004年股份合作企业企业葡萄酒制造全国合计图表  
2004年葡萄酒制造累计亏损企业单位数图表  
2004年葡萄酒制造累计亏损企业亏损总额图表

2005年葡萄酒安徽省合计图表  
2005年葡萄酒河南省合计图表  
2005年葡萄酒广东省合计图表  
2005年葡萄酒广西合计图表  
2005年葡萄酒贵州省合计图表  
2005年葡萄酒陕西省合计图表  
2005年葡萄酒宁夏合计图表  
2005年葡萄酒新疆合计图表  
1991-2004年葡萄酒产量统计表图表  
2004年1-12月成都葡萄酒价格行情图表  
2004年1-12月长沙葡萄酒价格行情图表  
2004年1-12月广州葡萄酒价格行情图表  
2004年1-12月南京葡萄酒价格行情图表  
2004年1-12月沈阳葡萄酒价格行情图表  
2004年1-12月北京葡萄酒价格行情图表  
2004年中国葡萄酒产量图表



2004年葡萄酒制造累计资产总计图表	2004年葡萄酒制造累计负债合计图表
2004年葡萄酒制造累计产成品图表	2004年葡萄酒制造累计产品销售收入图表
2004年葡萄酒制造累计财务费用图表	2004年葡萄酒北京市合计图表
2004年葡萄酒天津市合计图表	2004年葡萄酒河北省合计图表
2004年葡萄酒山西省合计图表	2004年葡萄酒辽宁省合计图表
2004年葡萄酒吉林省合计图表	2004年葡萄酒黑龙江合计图表
2004年葡萄酒上海市合计图表	2004年葡萄酒安徽省合计图表
2004年葡萄酒山东省合计图表	2004年葡萄酒河南省合计图表
2004年葡萄酒湖北省合计图表	2004年葡萄酒广东省合计图表
2004年葡萄酒广西省合计图表	2004年葡萄酒四川省合计图表
2004年葡萄酒贵州省合计图表	2004年葡萄酒云南省合计图表
2004年葡萄酒陕西省合计图表	2004年葡萄酒甘肃省合计图表
2004年葡萄酒宁夏合计图表	2004年葡萄酒新疆合计图表
全国葡萄酒品牌市场占有率图表	中国主要葡萄原料基地图表
葡萄酒的消费目的图表	葡萄酒各品牌地区市场占有率图表
葡萄酒品牌区域市场占有率图表	葡萄酒各品牌的忠诚度图表
品牌市场占有率与忠诚度定位图表	各品牌葡萄酒消费者的年龄和个人月收入定位图图表
北京市葡萄酒部分品牌市场攻略及价格图表	天津市葡萄酒部分品牌市场攻略及价格图表
上海市葡萄酒部分品牌市场攻略及价格图表	重庆市葡萄酒部分品牌市场攻略及价格图表
消费者饮用葡萄酒的原因分析图图表	消费者饮用葡萄酒的原因（分年龄段）图表
葡萄酒饮用场合构成图图表	不同年龄段消费者主要饮用葡萄酒的场合分析表图表
首先提及的品牌比率图表	认为最好的品牌图表
	购买过的品牌图表
消费者最喜欢的葡萄酒产地图表	每月的饮酒次数（按饮用目的细分）图表
每月的饮酒次数（按饮用场合细分）图表	每月的饮酒次数（按喜欢的品种细分）图表
每月的饮酒次数（按常饮用的价格细分）图表	消费者在家饮用和在外饮用的比例图表
不同年龄在家在和外的饮用比例图表	北京葡萄酒市场品牌占有率图表
张裕葡萄酒在武汉市卖场情况图表	长城葡萄酒在武汉市卖场情况图表
王朝葡萄酒在武汉市卖场情况图表	威龙葡萄酒在武汉市卖场情况图表
丰收葡萄酒在武汉市卖场情况图表	其他品牌葡萄酒在武汉市卖场情况图表
国外品牌葡萄酒在武汉市卖场情况图表	家庭中最常购买的葡萄酒种类图表
家庭消费者选择葡萄酒的各个因素图表	消费者饮用葡萄酒的满意度图表
各品牌知名度情况图表	品牌渗透率图表
	消费者首选品牌比例图图表
北京地区葡萄酒市场的品牌渗透率图表	上海地区葡萄酒市场品牌渗透率图表
广州地区葡萄酒市场的品牌渗透率图表	世界主要葡萄酒生产国产量图表
世界葡萄酒产量变化图表	亚洲国家进口葡萄酒贸易图表
世界葡萄酒出口量变化图表	世界葡萄酒人均年占有量图表
世界葡萄酒消费趋势图表	世界酿酒葡萄种植面积分布图图表

世界酿酒葡萄酒种植面积排序图表

世界葡萄栽培面积的变化情况图表

世界葡萄产量的变化情况图表 世界6个主要葡萄酒生产国葡萄酒产量及消费量

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/2875728757.html>