



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年中国葡萄酒行业调研及投资咨询报告

一、调研说明

《2009-2012年中国葡萄酒行业调研及投资咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/42279.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

在中国，葡萄酒还不是主流的饮用酒水。但近几年随着我国经济的发展，以及人们文化消费水平和生活消费水平的不断提高，代表着富贵，有品位的葡萄酒销量年年增加。2007年我国葡萄酒产量66.51万吨，增长37.05%；工业总产值148.98亿元，增长22.75%；销售产值146.81亿元，增长22.05%。人均年葡萄酒消费量0.51升，年增长速度15%左右。2008年一季度全国葡萄酒产量增速53.08%，远超过同期白酒产量21.95%的增速和啤酒产量13.13%的增速。而1-9月，葡萄酒产量增速更是达到34%，增速同比增加1.12个百分点。

目前，我国葡萄酒生产企业约500家，张裕、长城、王朝和威龙四个品牌的产量占全国产量的51.87%。在国内市场上，国产葡萄酒依靠价格、地缘等优势仍占大部分市场份额，国外葡萄酒占不到10%的份额，但洋葡萄酒正凭借其品质和国际影响力对中国市场进行冲击。

综观2008年制酒行业大势，全球主要粮食品种价格飙升，这将进一步困扰以粮食为原料的白酒、黄酒和啤酒业。而葡萄酒虽然遭遇全球性的葡萄园减产，但供大于求的局面依然存在，适当的价格上涨在合理的范围之内，不足以引起生产成本的大幅上扬。相比白酒和黄酒，原料波动不会影响企业生产，其在酒类行业中的成本优势在全球粮食持续上涨的大背景下显现出来。这为葡萄酒产业进一步扩大规模，扩大消费群体和市场消费量创造了绝佳的机会。

展望未来，我国葡萄酒市场需求与产量进一步扩大；预计2010年产量达80万吨，占饮料酒比例升至2%。葡萄酒质量稳步提高，产品向高端化发展；高档酒将占到50%，中档酒占到40%，而低档酒只占10%。品牌结构进一步优化，酒种多样化；干白、甜型葡萄酒、桃红比例升高；酒庄休闲旅游业发展；进口葡萄酒量增长迅速；国内葡萄酒企业将面临更多国际竞争。那么，在当前葡萄酒行业发展形势下，我国葡萄酒企业该如何分析当前行业发展形势、把握未来市场发展方向，根据行业趋势制定发展战略呢？

本报告分为正文和附录两册。正文主要依据国家统计局、国家商务部、国家海关总署、国家信息中心、中国轻工业统计局、中国食品工业协会、中国酿酒工业协会、中国葡萄酒协会、国民经济景气监测中心、《中国酒》、糖酒快讯、国内外相关刊物的基础信息以及葡萄酒行业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调查资料，立足于世界葡萄酒行

业整体发展大势，对中国葡萄酒行业的运行情况、主要细分市场、竞争格局等进行了分析及预测，并对未来葡萄酒行业发展的整体环境及发展趋势进行探讨和研判，最后在前面大量分析、预测的基础上，研究了葡萄酒行业今后的发展投资策略，为葡萄酒生产、经营企业在激烈的市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

附录部分为国家统计局公布的近两年度部分最新原始数据。公司可根据客户要求对数据进行增减，比如对某个省份希望有更多的了解，公司可以提供这个省份的详细数据，包括各产品产量、主要经济指标、进出口数据，并可针对这个省份另做详细的调研，充分满足客户需求。

【 目 录 】

第一部分 行业发展情况分析

第一章 葡萄酒行业发展概述 1

第一节 行业概述 1

一、葡萄酒定义与分类 1

二、葡萄酒的历史 3

三、葡萄酒酿造工艺 5

四、葡萄酒各类别特点分析 13

五、世界十大葡萄酒王排行榜 16

第二节 世界主要国家和地区的葡萄酒风格 21

一、法国——佳酿无数的葡萄酒王国 21

二、德国的葡萄酒——人人适饮的葡萄酒 25

三、意大利的葡萄酒——产量及出口量均居冠的葡萄酒国 27

四、西班牙的葡萄酒——生产幅源广大，产品富多样性 29

五、葡萄牙的葡萄酒——世界知名的葡萄酒琳琅满目 30

六、匈牙利的葡萄酒——世界三大甜酒之一“托卡依” 30

七、保加利亚的葡萄酒——出口量占产量的七成 31

八、美国的葡萄酒——新兴的葡萄酒大国 31

九、澳洲的葡萄酒——与美国并称两大新兴葡萄酒国比较 32

第三节 我国葡萄酒行业发展特征分析 33

- 一、葡萄酒行业发展特征 33
- 二、葡萄酒将开启个性化时代 36
- 三、葡萄酒生产原料壁垒明显 39
- 四、东西差距缩小，实现增速并驾齐驱 39
- 五、中国葡萄酒消费增幅居全球之冠 40
- 六、人均消费量与世界水平差距较大 41

第二章 全球葡萄酒行业发展概述 42

第一节 全球葡萄酒市场格局分析 42

- 一、全球葡萄酒产量呈下降趋势 42
- 二、亚洲市场进口葡萄酒销量激增 43
- 三、2008年金融危机冲击极品葡萄酒市场 44
- 四、2008年收藏葡萄酒正当其时 44

第二节 国外部分国家市场状况 46

- 一、葡萄酒的起源与意大利葡萄酒 46
- 二、印度葡萄酒机遇与挑战并存 48
- 三、新西兰葡萄酒业逃过全球经济危机 50
- 四、以色列葡萄酒走俏国际市场 51
- 五、格鲁吉亚葡萄酒对欧洲出口大增 51
- 六、美国葡萄酒消费趋缓 52
- 七、伦敦葡萄酒投资收益依然高涨 53
- 九、澳大利亚葡萄酒将失去价格优势 54

第三节 全球葡萄酒展望 55

- 一、法国葡萄酒王国地位难保 55
- 二、南半球葡萄酒潜力无穷 56
- 三、世界葡萄酒市场前景看好 56
- 四、欧盟葡萄酒业面临调整 57
- 五、人均消费量保持持续增长 58
- 六、西班牙2010年欲成为世界最大葡萄酒出口国 58

第四节 全球葡萄酒竞争趋势 59

- 一、使葡萄酒更加接近消费者 59
- 二、深入了解消费者 59
- 三、全方位巩固 60
- 四、行业的战略规划 61
- 五、富有体验性 61
- 六、对贸易而方的技术障碍 61
- 七、葡萄酒旅游 61

第三章 我国葡萄酒行业发展情况分析 63

第一节 葡萄酒主要产区分析 63

- 一、2008年葡萄酒主要产区发展情况分析 63
- 二、东北产地 65
- 三、渤海湾产地 65
- 四、沙城产地 65
- 五、清徐产地 65
- 六、银川产地 66
- 七、武威产地 66
- 八、吐鲁番产地 66
- 九、黄河故道产地 66
- 十、云南高原产地 67

第二节 我国葡萄酒行业发展概况 67

- 一、中国葡萄酒产业发展现状 67
- 二、中国葡萄酒行业发展特征分析 73
- 三、中国葡萄酒市场前景广阔 85
- 四、中国葡萄酒行业发展趋势 87
- 五、中国葡萄酒消费量亚洲第一 87
- 六、从长城君顶、张裕爱斐堡看中国高档葡萄酒走势 87

第三节 2008年葡萄酒行业发展情况分析 92

- 一、2008年葡萄酒依然缺乏领导品牌 92
- 二、中国葡萄酒和世界葡萄酒的竞争力对话 93
- 三、高端市场的国产葡萄酒和进口葡萄酒 95
- 四、中国葡萄酒酿出世界味道 100

五、2008-2010年中国葡萄酒趋势预测 102

第四节 2008年葡萄酒新国标施行 104

一、2008年葡萄酒新国标施行 104

二、浅析葡萄酒标签法规与标准 106

三、葡萄酒国家强制标准对企业的影响 113

第五节 制约中国葡萄酒业发展的问题 115

一、关于葡萄酒的种类问题 115

二、葡萄酒安全问题任重而道远 116

三、葡萄的品种及区域问题 119

四、种植加工一体化问题 119

五、葡萄酒质量等级制问题 120

六、葡萄酒文化的发展问题 121

七、葡萄酒的营销问题 121

第二部分 行业运行情况分析

第四章 我国葡萄酒装备、包装发展情况及原料生产情况分析 123

第一节 中国葡萄酒装备发展现状及发展方向 123

一、葡萄酒企业设备现状 123

二、葡萄酒企业配备的设备 124

三、葡萄酒设备生产企业情况 125

四、葡萄酒年底前进入产品质量电子监管网 126

五、葡萄酒设备的发展趋势 126

第二节 中国葡萄酒包装发展现状及发展趋势 127

一、我国葡萄酒包装发展现状 127

二、我国葡萄酒包装所存在的缺陷 128

三、我国食品包装机械技术的发展趋势 130

四、葡萄酒包装发展趋势 132

第三节 2008年我国葡萄原料大起底 133

一、烟台产区 133

二、新疆产区 135

三、宁夏产区 136

四、昌黎产区 137

五、东北产区	138
六、武威产区	139
七、沙城产区	140
八、天津产区	141
九、乌海产区	142

第五章 中国制酒饮料业整体发展状况分析 144

第一节 2008年中国制酒饮料行业运行情况分析 144

- 一、2008年中国制酒饮料业生产情况分析 144
- 二、2008年中国制酒饮料业销售增长情况 145
- 三、2008年中国制酒饮料市场价格分析 147
- 四、2008年中国制酒饮料市场供需分析 148

第二节 中国制酒行业存在的问题及未来发展预测 151

- 一、困扰我国酒业发展的五大问题 151
- 二、酒业在变化中走向一个新时期 153
- 三、2008年《反垄断法》对酒企带来的影响 157
- 四、2008年经济增速减缓酒类股防御价值依旧 160
- 五、2008年中国制酒业发展趋势展望 162

第六章 相关竞争行业发展分析 166

第一节 白酒行业 166

- 一、2008年白酒行业运行情况及预测 166
- 二、2008年中国白酒市场规模预测 170
- 三、2010年白酒行业面临新挑战 173
- 四、2010年白酒行业景气度预测 176

第二节 啤酒行业 180

- 一、2008年中国啤酒行业运行情况分析 180
- 二、2008年中国啤酒业市场特点分析 188
- 三、2008年中国啤酒发展情况及预测 190
- 四、2009-2012年厂商未来发展态势 193

第三节 黄酒行业 194

- 一、我国黄酒行业区域经济特征及发展情况 194

- 二、黄酒走向全国的战略失误 199
- 三、2008-2015年黄酒行业发展趋势 202

第四节 保健酒行业 204

- 一、2008年保健酒市场分析 204
- 二、2008年下半年保健酒发展预测 206
- 三、潜力巨大保健酒“劲头十足” 207

第五节 烈性洋酒在中国的发展 209

- 一、中国成世界洋酒市场争夺焦点 215
- 二、洋酒在中国的未来发展趋势 216
- 三、2008年烈性洋酒与高端白酒的博弈 224

第七章 2007-2008年中国葡萄酒制造业经济运行数据分析 227

第一节 2007-2008年全国葡萄酒制造业主要经济指标 227

- 一、2007年全国葡萄酒制造业主要经济指标 227
- 二、2008年全国葡萄酒制造业主要经济指标 228

第二节 2007-2008年全国及各省市葡萄酒制造业产销数据分析 230

- 一、2007年全国及各省市葡萄酒制造业产销数据分析 230
- 二、2008年全国及各省市葡萄酒制造业产销数据分析 236

第三节 2007-2008年全国及各省市葡萄酒制造业资产负债分析 242

- 一、2007年全国及各省市葡萄酒制造业资产负债分析 242
- 二、2008年全国及各省市葡萄酒制造业资产负债分析 250

第四节 2007-2008年全国及中国各省市葡萄酒制造业行业规模分析 257

- 一、2007年全国及各省市葡萄酒制造业行业规模分析 257
- 二、2008年全国及各省市葡萄酒制造业行业规模分析 260

第五节 2007-2008年全国及各省市葡萄酒制造业盈利能力分析 262

- 一、2007年全国及各省市葡萄酒制造业盈利能力分析 263
- 二、2008年全国及各省市葡萄酒制造业盈利能力分析 268

第八章 2007-2008年葡萄酒进出口市场统计数据 274

第一节 2007-2008年葡萄酒进口统计数据 275

- 一、2007-2008年葡萄酒全国进口统计数据 276
- 二、2007-2008年葡萄酒北京市进口统计数据 281

三、2007-2008年葡萄酒天津市进口统计数据	288
四、2007-2008年葡萄酒上海市进口统计数据	294
五、2007-2008年葡萄酒浙江省进口统计数据	300
六、2007-2008年葡萄酒广东省进口统计数据	306
第二节 2007-2008年葡萄酒出口统计数据	312
一、2007-2008年葡萄酒出口全国统计数据	312
二、2007-2008年葡萄酒北京市出口统计数据	318
三、2007-2008年葡萄酒天津市出口分析数据	324
四、2007-2008年葡萄酒上海市出口分析数据	330
五、2007-2008年葡萄酒广东省出口分析数据	336

第三部分 市场发展情况分析

第九章 葡萄酒行业市场发展情况分析 343

第一节 2008年葡萄酒行业市场概况 343

- 一、白葡萄原料将紧缺 343
- 二、原酒价格可能上涨 343
- 三、一线品牌竞争加剧 344
- 四、西部企业酝酿突破 344
- 五、企业更加重视知识产权保护 345
- 六、国产葡萄酒依然是市场主流 345
- 七、高端酒成为新的竞争热点 345
- 八、传统经销商开始谋求转型 346

第二节 我国葡萄酒市场发展情况分析 346

- 一、制约中国葡萄酒市场的因素分析 347
- 二、品位阶层越来越青睐中国葡萄酒 348
- 三、长城冠军酒领跑葡萄酒市场 349
- 四、葡萄酒进口量年年增长 350
- 五、2008年中国葡萄酒市场展望 351

第三节 北京葡萄酒市场分析 353

- 一、北京葡萄酒市场调查 353
- 二、北京葡萄酒市场格局 355
- 三、北京市葡萄酒进出口 358

四、北京市场打造葡萄酒影响力	359
五、六大策略开拓北京葡萄酒市场	362
第四节 山东葡萄酒市场分析	363
一、山东葡萄酒行业概况	363
二、山东蓬莱全力打造葡萄酒名城	367
三、山东烟台葡萄酒产业的思考	371
四、山东青岛葡萄酒市场概括	377
五、低档葡萄酒主导山东农村婚庆市场	378
第五节 广东省葡萄酒市场分析	379
一、广东葡萄酒进口情况及其特征分析	379
二、广东省葡萄酒产品市场分析	380
三、广东省葡萄酒消费人群分析	382
四、广东省葡萄酒渠道模式分析	382
五、广东省葡萄酒市场推广策略	384
六、广东深圳葡萄酒进口情况	384
七、中外大品牌角力广东葡萄酒市场	385
第六节 其他地区葡萄酒市场分析	387
一、西部葡萄酒经销情况	387
二、浙江嘉善葡萄酒市场	390
三、郑州葡萄酒市场调查	396
四、长春葡萄酒市场调查	404
五、上海葡萄酒市场调查	406
六、云南葡萄酒产区调查	410

第十章 葡萄酒行业市场消费分析 414

第一节 中国葡萄酒消费者研究 414

一、葡萄酒饮用率分析	414
二、葡萄酒消费人群特征	415
三、葡萄酒消费人群生活形态	418
四、葡萄酒消费人群接触点	420

第二节 中国葡萄酒消费的影响因素分析 424

一、饮食习惯的影响	424
-----------	-----

二、文化习俗的影响 425

三、饮食结构的影响 430

第三节 葡萄酒消费者心理解读 435

一、有益健康的消费心理 435

二、选择品牌的消费心理 436

三、追求时尚的消费心理 436

四、女性消费葡萄酒解析 437

第十一章 葡萄酒行业市场营销分析 441

第一节 营销策略 441

一、中国葡萄酒要走差异化道路 441

二、中国葡萄酒目标市场选择分析 443

三、葡萄酒营销引导培育是关键 445

四、葡萄酒的生态营销 447

第二节 营销攻略 450

一、终端销售分析 450

二、葡萄酒终端营销革命 452

三、葡萄酒高档化路线策略分析 455

四、2008年葡萄酒营销攻略 459

第三节 葡萄酒营销渠道分析 465

一、葡萄酒的消费渠道销量现状 465

二、直供仓储营销成葡萄酒销售新亮点 466

三、经销商多品牌经销成基本形式 466

四、网络葡萄酒销量火爆 466

五、葡萄酒行业销售渠道建设是关键 467

第四节 进口葡萄酒的四大业态优劣势及代表企业分析 468

一、传统代理型优劣势及代表企业分析 468

二、竞合型优劣势及代表企业分析 469

三、品牌运营型优劣势及代表企业分析 470

四、贴牌销售型优劣势及代表企业分析 471

第四部分 行业竞争格局分析

第十二章 葡萄酒行业竞争分析 473

第一节 2008年中国葡萄酒的竞争力分析 473

一、市场存在的力量 473

二、品牌力 474

三、技术实力 476

四、市场拓展力 477

五、国际化的形象力 478

六、小结 479

第二节 2008年国外葡萄酒进入中国市场竞争情况分析 480

一、洋葡萄酒进口大增威胁本土品牌 480

二、世界葡萄酒汇流烟台 480

三、当进口葡萄酒遇上专卖店 481

四、加州葡萄酒商大规模抢滩中国 482

五、智利葡萄酒中国发展前景看好 483

六、进口葡萄酒的中国之战 483

第三节 主导企业综合情况比较 485

一、企业实力层次结构明显 485

二、经营效率张裕目前最高 485

三、渠道能力张裕、长城领先 486

四、产品线张裕、莫高最齐全 486

第十三章 葡萄酒知名企业分析 487

第一节 烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司 487

一、公司简介 487

二、2007-2008年公司经营情况分析 488

三、2008年公司财务数据分析 489

四、公司最新发展动态及策略 495

第二节 中粮集团有限公司 498

一、公司简介 499

二、历史回顾 499

三、公司最新发展动态 502

第三节 中法合营王朝葡萄酿酒有限公司 505

一、公司简介	505
二、公司面临的挑战	506
三、公司目标	511
第四节 新天国际葡萄酒业有限公司	511
一、公司简介	511
二、2007-2008年公司经营情况分析	512
三、2008年公司财务数据分析	513
四、公司发展最新动态与策略	519
第五节 通化葡萄酒有限公司	522
一、公司简介	522
二、2007-2008年公司经营情况分析	523
三、2008年公司财务数据分析	524
四、公司发展最新动态	529
第六节 云南红酒业集团	530
一、公司简介	530
二、公司前景	531
三、云南红酒业:葡萄产业化典范	533
第七节 烟台威龙葡萄酒股份有限公司	536
一、公司简介	537
二、公司文化	537
三、主要产区	542
第八节 北京丰收葡萄酒有限公司	543
一、公司简介	543
二、葡萄园	544
三、公司经营现状	544
第九节 甘肃莫高实业发展股份有限公司	546
一、公司简介	546
二、2007-2008年公司经营情况分析	547
三、2008年公司财务数据分析	548
四、公司最新发展动态及策略	553
第十节 烟台白洋河酿酒有限责任公司	555
一、公司简介	555

二、公司品牌策略	556
三、公司战略	562
四、公司最新动态	565

第五部分 行业发展趋势与策略

第十四章 葡萄酒行业发展环境与趋势预测 568

第一节 中国葡萄酒行业宏观经济环境分析及预测 568

- 一、2008年年宏观经济运行情况 568
- 二、2008年中国宏观经济由“热”趋“稳” 577
- 三、“十一五”经济发展预测 578
- 四、PPI上涨对我国酒业的影响分析 580

第二节 2008年宏观经济形势对葡萄酒业的影响 584

- 一、国际酒业格局变动之于中国市场的影响 584
- 二、食品饮料业向中高端发展 586
- 三、食品饮料业销量仍然可观 589
- 四、中国葡萄酒旅游初具规模 593
- 五、金融危机对中国葡萄酒业的影响 594

第三节 2009-2012年我国葡萄酒业的发展趋势分析 597

- 一、葡萄酒的产业梯度演进趋势 597
- 二、延长和加粗葡萄酒产业链 597
- 三、加强葡萄酒业品牌建设 597
- 四、以市场需求为导向 597
- 五、葡萄酒业的发展方向 598

第十五章 葡萄酒行业发展战略 602

第一节 2008年及未来几年葡萄酒的发展问题 602

- 一、产区的核心竞争力 602
- 二、行业标准问题 603
- 三、产品质量问题 604
- 四、营销手段问题 605

第二节 对葡萄酒企业的建议 606

一、树立自身标杆企业	606
二、构建组织的竞争优势	607
三、制定明确的发展战略	608
四、注重消费者价值	610
五、塑造鲜明的品牌个性	611
六、适时地进行升级换代	612
七、构建新的营销模式	613
八、建立新的传播手段	614
九、实行“差异化”策略	615
十、期待个性化发展	619
十一、中小葡萄酒企业必须正视的三个问题	621
第三节 中国葡萄酒二线品牌进攻策略	624
一、区域集中化	624
二、产品概念化	625
三、布局游击化	625
四、推广终端化	626
五、包装异形化	626
第四节 葡萄酒业进入农村市场攻略	627
一、广告农村本土化用土广告塑大形象	627
二、价格农村本土化用低价打开大市场	628
三、营销网络农村本土化建立以村长为中心的流通大动脉	629
第五节 中国葡萄酒国际化策略	630
一、中国葡萄酒要积极寻求国际交流	630
二、中国葡萄酒国际化经验借鉴	633
三、文化国际化策略	634
四、网络国际化策略	635
五、标准国际化策略	636
六、市场国际化策略	637
第六节 国外葡萄酒酒商进入中国市场专业性策略分析	639
一、葡萄酒经营需要专业性	639
二、决策谋略得益于专业性	640
三、高效资本与出色运作依赖专业性	640

四、热情与执著—专业性之另类表现 641

第十六章 葡萄酒行业投资建议 643

第一节 中国葡萄酒未来投资环境分析 643

一、中国葡萄酒从初级阶段进入发展阶段 643

二、酿酒工艺、技术水平与世界同步 643

三、法律法规体系日益完善，逐渐与国际接轨 644

四、企业规模和数量不断扩大，品牌数量逐年增加 644

第二节 2008年葡萄酒相关法律法规分析 644

一、2008年葡萄酒国标升级为强制标准 644

二、产品质量等级标准 645

三、浅析葡萄酒生产系统与葡萄酒的标准化建设 646

四、企业国标进程案例分析 648

第三节 我国葡萄酒产业发展优劣势分析及保证措施 652

一、我国葡萄酒产业的优势分析 652

二、影响葡萄酒产业发展的劣势分析 653

三、中国葡萄酒应加强融合 655

四、我国葡萄酒产业发展建议 657

五、我国葡萄酒产业的发展趋势与目标 659

六、我国葡萄酒产业发展的关键保证措施 660

第四节 葡萄酒产业投资分析 661

一、葡萄酒产业急待开发 661

二、葡萄酒产业竞争激烈 664

三、葡萄酒行业景气高涨 666

四、葡萄酒产业令人憧憬 668

五、投资葡萄酒的回报 670

第五节 葡萄酒产业投资展望 672

一、葡萄酒产业发展的新形势 672

二、揭开葡萄酒隐性涨价路径 675

三、葡萄酒毛利率将缓慢下行 678

四、我国的葡萄酒工业展望 680

第六节 葡萄酒原料种植与生产投资建议 682

一、产地注重特色区隔避免同质化现象	682
二、规范性生产仍待提高	683
三、存在的问题：原料生产模式落后	683
四、“避雨栽培”有望破解葡萄酒原料困窘	683
第七节 葡萄酒品种投资建议	684
一、结构调整步伐加快，高档化趋势明显	684
二、葡萄酒投资的策略	685
三、调查显示：中国人偏爱澳大利亚葡萄酒	686
四、平民化葡萄酒吸引年轻人	687
第八节 葡萄酒消费态势预测	689
一、大经济环境下的葡萄酒类板块受到重视	690
二、新富人群成为葡萄酒消费主流群体	690
三、国内消费水平趋于高端	690

附录

附录一 2007-2008年葡萄酒产品产量分地区统计数据	1
一、2007年全国葡萄酒产品产量全国及各省市统计数据	1
二、2008年全国葡萄酒产品产量全国及各省市统计数据	9
附录二 2007-2008年葡萄酒制造业全国销售收入前十家企业主要经济指标统计数据	17
一、2007年葡萄酒制造全国销售收入前十家企业主要经济指标	17
二、2008年葡萄酒制造全国销售收入前十家企业主要经济指标	21
附录三 2007-2008年葡萄酒制造业分地区主要经济指标统计数据	23
一、2007年葡萄酒制造业主要经济指标全国及各省市统计数据	23
二、2008年葡萄酒制造业主要经济指标全国及各省市统计数据	49
附录四 2007-2008年葡萄酒制造业分经济类型主要经济指标统计数据	82
一、2007年葡萄酒制造业分经济类型主要经济指标统计数据	82
二、2008年葡萄酒制造业分经济类型主要经济指标统计数据	113

图表目录

正文图表目录

图表：法国对葡萄酒的级别划分	3
图表：葡萄酒工艺流程图	5

图表：葡萄酒的类别及特点	13
图表：法国葡萄酒十大产区	25
图表：德国葡萄酒各产区图	26
图表：意大利常见葡萄酒标	28
图表：西班牙主要酒区分布图	29
图表：美国葡萄酒产区概述	32
图表：我国葡萄酒主要产区	63
图表：2007年2-12月葡萄酒产品产量全国统计数据	68
图表：1980-2007年中国葡萄酒产量统计表	68
图表：2002-2008年葡萄酒行业收入、利润增长率走势	69
图表：2003-2008年中国葡萄酒进口量变化	70
图表：2003-2008年中国葡萄酒进口价格走势	70
图表：2002-2008年葡萄酒行业毛利率和期间费用率	71
图表：2004-2008年中国葡萄酒产量及同比增速	71
图表：2002-2008年中国进口葡萄酒占比变化	72
图表：2001-2008年中国桶装葡萄酒和瓶装葡萄酒进口价格变化	72
图表：2001-2008年瓶装葡萄酒进口量及变化	73
图表：2001-2008年桶装葡萄酒进口量及变化	73
图表：2008年9月葡萄酒重点城市平均价格	74
图表：2008年8月葡萄酒价格涨幅	74
图表：2008年上半年中国葡萄酒市场主要品牌占有率	75
图表：2008年6月中国葡萄酒产量统计	75
图表：2008年7月份白葡萄酒格表	75
图表：2008年7月部份红葡萄酒格表	81
图表：2008年1-5月葡萄酒分区域收入、利润增长及毛利率比较	84
图表：国际葡萄与葡萄酒局标准	109
图表：法国红酒标识	109
图表：2008年6月宁夏葡萄酒产量统计	137
图表：2008年6月河北葡萄酒产量统计	141
图表：2008年1-6月制酒饮料业产量增长情况	144
图表：2008年1-6月工业总产值增长情况	146
图表：2008年1-6月饮料制造业出口交货值增长情况	147

图表：2008年1-5月主要饮料、酒类产品产量增长情况	149
图表：2008年1-5月制酒饮料制造业工业销售值增长情况	150
图表：2008年6月份黄酒价格表	164
图表：2008年9月份中国白酒价格表（续）	166
图表：2008年3月制酒饮料制造业产量增长情况	167
图表：2008年1-9月饮料酒产量	168
图表：2008年1-6月制酒饮料制造业工业总产值增长情况	168
图表：2008年1-6月制酒饮料制造业累计出口交货值增长情况	168
图表：2002-2008年白酒行业毛利率、利润率、费用率变化	169
图表：2002-2008年白酒类上市公司一季度主营业务收入与毛利率变化	169
图表：2008年2-9月白酒产量全国统计数据	170
图表：1999-2011年白酒行业销售收入及行业利润预测	176
图表：2008年5月白酒价格涨幅	178
图表：2008年6月白酒价格涨幅	178
图表：2008年9月白酒价格涨幅	179
图表：白酒行业增长驱动因素示意图	180
图表：2003-2007年中国啤酒年销售收入及同比增长率	181
图表：2000-2008年中国啤酒行业收入	181
图表：2007-2008年中国啤酒行业月产量变化（万吨）	182
图表：2004-2008年中国啤酒产量及增长速度（万吨）	182
图表：2008年1-9月啤酒制造人均销售率	183
图表：2008年1-9月啤酒制造人均销售率最好水平	183
图表：2008年1-9月啤酒制造累计亏损企业单位数	184
图表：2008年1-9月啤酒制造累计利润总额增长趋势	184
图表：2008年1-9月啤酒制造大型企业累计利润增长趋势	185
图表：2008年1-9月啤酒制造大型企业累计亏损额变化	185
图表：2008年2-6月中国啤酒产量统计	187
图表：2008年7月中国啤酒产量统计	187
图表：2008前三季度各省啤酒产量增幅前10名	187
图表：2008年前8个月各省啤酒产量增幅榜	191
图表：2008年1-9月啤酒制造累计产品销售收入比去年同期增长率	192
图表：2008年1-9月啤酒制造累计资产总计比去年同期增长率	193

图表：2008年8月份黄酒价格表	197
图表：2007年H中国主要烈性洋酒进口数量增长率	210
图表：2007年1-12月葡萄酒制造业主要经济指标全国合计	227
图表：2008年1-9月葡萄酒制造业主要经济指标全国合计	228
图表：2007年2-12月葡萄酒产量全国合计	230
图表：2007年1-11月全国及各省市葡萄酒制造业累计产成品	230
图表：2007年1-11月全国及各省市葡萄酒制造业累计产成品比去年同期增长	231
图表：2007年1-11月全国及各省市葡萄酒制造业累计产品销售收入	232
图表：2007年1-11月全国及各省市葡萄酒制造业累计产品销售收入比去年同期增长	233
图表：2007年1-12月全国及各省市葡萄酒制造业累计工业总产值（当年价格）	234
图表：2007年1-12月全国及各省市葡萄酒制造业累计工业总产值比去年同期增长（当年价格）	235
图表：2008年2-9月葡萄酒产量全国合计	236
图表：2008年1-8月全国及各省市葡萄酒制造业累计产成品	236
图表：2008年1-8月全国及各省市葡萄酒制造业累计产成品比去年同期增长	237
图表：2008年1-8月全国及各省市葡萄酒制造业累计产品销售收入	238
图表：2008年1-8月全国及各省市葡萄酒制造业累计产品销售收入比去年同期增长	239
图表：2008年1-9月全国及各省市葡萄酒制造业累计工业总产值（当年价格）	240
图表：2008年1-9月全国及各省市葡萄酒制造业累计工业总产值比去年同期增长（当年价格）	241
图表：2007年1-11月全国及各省市葡萄酒制造业累计资产总计	242
图表：2007年1-11月全国及各省市葡萄酒制造业累计资产总计比去年同期增长	243
图表：2007年1-11月全国及各省市葡萄酒制造业累计流动资产平均余额	244
图表：2007年1-11月全国及各省市葡萄酒制造业累计流动资产平均余额比去年同期增长	245
图表：2007年1-11月全国及各省市葡萄酒制造业累计固定资产净值平均余额	246
图表：2007年1-11月全国及各省市葡萄酒制造业累计固定资产净值平均余额比去年同期增长	247
图表：2007年1-11月全国及各省市葡萄酒制造业累计负债合计	248
图表：2007年1-11月全国及各省市葡萄酒制造业累计负债合计比去年同期增长	249
图表：2007年1-11月全国及各省市葡萄酒制造业资本负债率	250
图表：2008年1-8月全国及各省市葡萄酒制造业累计资产总计	250
图表：2008年1-8月全国及各省市葡萄酒制造业累计资产总计比去年同期增长	251

图表：2008年1-8月全国及各省市葡萄酒制造业累计流动资产平均余额	252
图表：2008年1-8月全国及各省市葡萄酒制造业累计流动资产平均余额比去年同期增长	253
图表：2008年1-8月全国及各省市葡萄酒制造业累计负债合计	254
图表：2008年1-8月全国及各省市葡萄酒制造业累计负债合计比去年同期增长	255
图表：2008年1-8月全国及各省市葡萄酒制造业资金负债率	256
图表：2007年1-11月全国及各省市葡萄酒制造业累计全部从业人员平均人数	257
图表：2007年1-11月全国及各省市葡萄酒制造业累计全部从业人员平均人数比去年同期增长	258
图表：2007年1-11月全国及各省市葡萄酒制造业累计企业单位数	259
图表：2008年1-8月全国及各省市葡萄酒制造业累计全部从业人员平均人数	260
图表：2008年1-8月全国及各省市葡萄酒制造业累计全部从业人员平均人数比去年同期增长	261
图表：2008年1-9月全国及各省市葡萄酒制造业累计企业单位数	261
图表：2007年1-11月全国及各省市葡萄酒制造业累计利润总额	263
图表：2007年1-11月全国及各省市葡萄酒制造业资金利税率	263
图表：2007年1-11月全国及各省市葡萄酒制造业累计亏损企业单位数	264
图表：2007年1-11月全国及各省市葡萄酒制造业累计亏损企业亏损总额	265
图表：2007年1-11月全国及各省市葡萄酒制造业累计亏损企业亏损总额比去年同期增长	266
图表：2007年1-11月全国及各省市葡萄酒制造业资本保值增值率	267
图表：2008年1-8月全国及各省市葡萄酒制造业累计利润总额	268
图表：2008年1-8月全国及各省市葡萄酒制造业资金利税率	269
图表：2008年1-8月全国及各省市葡萄酒制造业累计亏损企业单位数	270
图表：2008年1-8月全国及各省市葡萄酒制造业累计亏损企业亏损总额	271
图表：2008年1-8月全国及各省市葡萄酒制造业累计亏损企业亏损总额比去年同期增长	272
图表：2008年1-8月全国及各省市葡萄酒制造业资本保值增值率	272
图表：2007年1-12月葡萄酒全国进口数据统计	276
图表：2007年1月葡萄酒全国进口数据统计	276
图表：2007年2月葡萄酒全国进口数据统计	276
图表：2007年3月葡萄酒全国进口数据统计	276
图表：2007年4月葡萄酒全国进口数据统计	277
图表：2007年5月葡萄酒全国进口数据统计	277
图表：2007年6月葡萄酒全国进口数据统计	277

图表：2007年7月葡萄酒全国进口数据统计	277
图表：2007年8月葡萄酒全国进口数据统计	277
图表：2007年9月葡萄酒全国进口数据统计	278
图表：2007年10月葡萄酒全国进口数据统计	278
图表：2007年11月葡萄酒全国进口数据统计	278
图表：2007年12月葡萄酒全国进口数据统计	278
图表：2008年1-9月葡萄酒全国进口数据统计	279
图表：2008年1月葡萄酒全国进口数据统计	279
图表：2008年2月葡萄酒全国进口数据统计	279
图表：2008年3月葡萄酒全国进口数据统计	279
图表：2008年4月葡萄酒全国进口数据统计	279
图表：2008年5月葡萄酒全国进口数据统计	280
图表：2008年6月葡萄酒全国进口数据统计	280
图表：2008年7月葡萄酒全国进口数据统计	280
图表：2008年8月葡萄酒全国进口数据统计	280
图表：2008年9月葡萄酒全国进口数据统计	281
图表：2007年1-12月葡萄酒北京市进口统计	281
图表：2007年1月葡萄酒北京市进口统计	282
图表：2007年2月葡萄酒北京市进口统计	282
图表：2007年3月葡萄酒北京市进口统计	282
图表：2007年4月葡萄酒北京市进口统计	282
图表：2007年5月葡萄酒北京进口市统计	283
图表：2007年6月葡萄酒北京进口市统计	283
图表：2007年7月葡萄酒北京进口市统计	283
图表：2007年8月葡萄酒北京市进口统计	283
图表：2007年9月葡萄酒北京市进口统计	283
图表：2007年10月葡萄酒北京市进口统计	284
图表：2007年11月葡萄酒北京市进口统计	284
图表：2007年12月葡萄酒北京市进口统计	284
图表：2008年1-9月葡萄酒北京市进口统计	284
图表：2008年1月葡萄酒北京市进口统计	285
图表：2008年2月葡萄酒北京市进口统计	285

图表：2008年3月葡萄酒北京市进口统计	285
图表：2008年4月葡萄酒北京市进口统计	285
图表：2008年5月葡萄酒北京进口市统计	286
图表：2008年6月葡萄酒北京进口市统计	286
图表：2008年7月葡萄酒北京进口市统计	286
图表：2008年8月葡萄酒北京市进口统计	286
图表：2008年9月葡萄酒北京市进口统计	286
图表：2007年1月葡萄酒天津市进口统计	288
图表：2007年2月葡萄酒天津市进口统计	288
图表：2007年3月葡萄酒天津市进口统计	288
图表：2007年4月葡萄酒天津市进口统计	289
图表：2007年5月葡萄酒天津市进口统计	289
图表：2007年6月葡萄酒天津市进口统计	289
图表：2007年7月葡萄酒天津市进口统计	289
图表：2007年8月葡萄酒天津市进口统计	289
图表：2007年9月葡萄酒天津市进口统计	290
图表：2007年10月葡萄酒天津市进口统计	290
图表：2007年11月葡萄酒天津市进口统计	290
图表：2007年12月葡萄酒天津市进口统计	290
图表：2008年1-9月葡萄酒天津市进口统计	291
图表：2008年1月葡萄酒天津市进口统计	291
图表：2008年2月葡萄酒天津市进口统计	291
图表：2008年3月葡萄酒天津市进口统计	291
图表：2008年4月葡萄酒天津市进口统计	291
图表：2008年5月葡萄酒天津市进口统计	292
图表：2008年6月葡萄酒天津市进口统计	292
图表：2008年7月葡萄酒天津市进口统计	292
图表：2008年8月葡萄酒天津市进口统计	292
图表：2008年9月葡萄酒天津市进口统计	293
图表：2007年1-12月葡萄酒上海市进口统计	294
图表：2007年1月葡萄酒上海市进口统计	294
图表：2007年2月葡萄酒上海市进口统计	294

图表：2007年3月葡萄酒上海市进口统计	294
图表：2007年4月葡萄酒上海市进口统计	295
图表：2007年5月葡萄酒上海市进口统计	295
图表：2007年6月葡萄酒上海市进口统计	295
图表：2007年7月葡萄酒上海市进口统计	295
图表：2007年8月葡萄酒上海市进口统计	295
图表：2007年9月葡萄酒上海市进口统计	296
图表：2008年1-9月葡萄酒上海市进口统计	297
图表：2008年1月葡萄酒上海市进口统计	297
图表：2008年2月葡萄酒上海市进口统计	297
图表：2008年3月葡萄酒上海市进口统计	297
图表：2008年4月葡萄酒上海市进口统计	297
图表：2008年5月葡萄酒上海市进口统计	298
图表：2008年6月葡萄酒上海市进口统计	298
图表：2008年7月葡萄酒上海市进口统计	298
图表：2008年8月葡萄酒上海市进口统计	298
图表：2008年9月葡萄酒上海市进口统计	299
图表：2007年1-12月葡萄酒浙江省进口统计	300
图表：2007年1月葡萄酒浙江省进口统计	300
图表：2007年2月葡萄酒浙江省进口统计	300
图表：2007年3月葡萄酒浙江省进口统计	300
图表：2007年4月葡萄酒浙江省进口统计	301
图表：2007年5月葡萄酒浙江省进口统计	301
图表：2007年6月葡萄酒浙江省进口统计	301
图表：2007年7月葡萄酒浙江省进口统计	301
图表：2007年8月葡萄酒浙江省进口统计	301
图表：2007年9月葡萄酒浙江省进口统计	302
图表：2007年10月葡萄酒浙江省进口统计	302
图表：2007年11月葡萄酒浙江省进口统计	302
图表：2007年12月葡萄酒浙江省进口统计	302
图表：2008年1-9月葡萄酒浙江省进口统计	303
图表：2008年1月葡萄酒浙江省进口统计	303

图表：2008年2月葡萄酒浙江省进口统计	303
图表：2008年3月葡萄酒浙江省进口统计	303
图表：2008年4月葡萄酒浙江省进口统计	303
图表：2008年5月葡萄酒浙江省进口统计	304
图表：2008年6月葡萄酒浙江省进口统计	304
图表：2008年7月葡萄酒浙江省进口统计	304
图表：2008年8月葡萄酒浙江省进口统计	304
图表：2008年9月葡萄酒浙江省进口统计	305
图表：2007年1-12月葡萄酒广东省进口统计	306
图表：2007年1月葡萄酒广东省进口统计	306
图表：2007年2月葡萄酒广东省进口统计	306
图表：2007年3月葡萄酒广东省进口统计	306
图表：2007年4月葡萄酒广东省进口统计	307
图表：2007年5月葡萄酒广东省进口统计	307
图表：2007年6月葡萄酒广东省进口统计	307
图表：2007年7月葡萄酒广东省进口统计	307
图表：2007年8月葡萄酒广东省进口统计	307
图表：2007年9月葡萄酒广东省进口统计	308
图表：2007年10月葡萄酒广东省进口统计	308
图表：2007年11月葡萄酒广东省进口统计	308
图表：2007年12月葡萄酒广东省进口统计	308
图表：2008年1-9月葡萄酒广东省进口统计	309
图表：2008年1月葡萄酒广东省进口统计	309
图表：2008年2月葡萄酒广东省进口统计	309
图表：2008年3月葡萄酒广东省进口统计	309
图表：2008年4月葡萄酒广东省进口统计	309
图表：2008年5月葡萄酒广东省进口统计	310
图表：2008年6月葡萄酒广东省进口统计	310
图表：2008年7月葡萄酒广东省进口统计	310
图表：2008年8月葡萄酒广东省进口统计	310
图表：2008年9月葡萄酒广东省进口统计	311
图表：2007年1-12月葡萄酒全国出口数据统计	312

图表：2007年1月葡萄酒全国出口数据统计	312
图表：2007年2月葡萄酒全国出口数据统计	312
图表：2007年3月葡萄酒全国出口数据统计	312
图表：2007年4月葡萄酒全国进口数据统计	313
图表：2007年5月葡萄酒全国出口数据统计	313
图表：2007年6月葡萄酒全国出口数据统计	313
图表：2007年7月葡萄酒全国进口数据统计	313
图表：2007年8月葡萄酒全国出口数据统计	313
图表：2007年9月葡萄酒全国出口数据统计	314
图表：2007年10月葡萄酒全国出口数据统计	314
图表：2007年11月葡萄酒全国出口数据统计	314
图表：2007年12月葡萄酒全国出口数据统计	314
图表：2008年1-9月葡萄酒全国出口数据统计	315
图表：2008年1月葡萄酒全国出口数据统计	315
图表：2008年2月葡萄酒全国出口数据统计	315
图表：2008年3月葡萄酒全国出口数据统计	315
图表：2008年4月葡萄酒全国进口数据统计	315
图表：2008年5月葡萄酒全国出口数据统计	316
图表：2008年6月葡萄酒全国出口数据统计	316
图表：2008年7月葡萄酒全国进口数据统计	316
图表：2008年8月葡萄酒全国出口数据统计	316
图表：2008年9月葡萄酒全国出口数据统计	317
图表：2007年1-12月葡萄酒北京市出口统计	318
图表：2007年1月葡萄酒北京市出口统计	318
图表：2007年2月葡萄酒北京市出口统计	318
图表：2007年3月葡萄酒北京市出口统计	318
图表：2007年4月葡萄酒北京市出口统计	319
图表：2007年5月葡萄酒北京市出口统计	319
图表：2007年6月葡萄酒北京市出口统计	319
图表：2007年7月葡萄酒北京市出口统计	319
图表：2007年8月葡萄酒北京市出口统计	319
图表：2007年9月葡萄酒北京市出口统计	320

图表：2007年10月葡萄酒北京市出口统计	320
图表：2007年11月葡萄酒北京市出口统计	320
图表：2007年12月葡萄酒北京市出口统计	320
图表：2008年1-9月葡萄酒北京市出口统计	321
图表：2008年1月葡萄酒北京市出口统计	321
图表：2008年2月葡萄酒北京市出口统计	321
图表：2008年3月葡萄酒北京市出口统计	321
图表：2008年4月葡萄酒北京市出口统计	321
图表：2008年5月葡萄酒北京市出口统计	322
图表：2008年6月葡萄酒北京市出口统计	322
图表：2008年7月葡萄酒北京市出口统计	322
图表：2008年8月葡萄酒北京市出口统计	322
图表：2008年9月葡萄酒北京市出口统计	323
图表：2007年1-12月葡萄酒天津市出口统计	324
图表：2007年1月葡萄酒天津市出口统计	324
图表：2007年2月葡萄酒天津市出口统计	324
图表：2007年3月葡萄酒天津市出口统计	324
图表：2007年4月葡萄酒天津市出口统计	325
图表：2007年5月葡萄酒天津市出口统计	325
图表：2007年6月葡萄酒天津市出口统计	325
图表：2007年7月葡萄酒天津市出口统计	325
图表：2007年8月葡萄酒天津市出口统计	325
图表：2007年9月葡萄酒天津市出口统计	326
图表：2007年10月葡萄酒天津市出口统计	326
图表：2007年11月葡萄酒天津市出口统计	326
图表：2007年12月葡萄酒天津市出口统计	326
图表：2008年1-9月葡萄酒天津市出口统计	327
图表：2008年1月葡萄酒天津市出口统计	327
图表：2008年2月葡萄酒天津市出口统计	327
图表：2008年3月葡萄酒天津市出口统计	327
图表：2008年4月葡萄酒天津市出口统计	327
图表：2008年5月葡萄酒天津市出口统计	328

图表：2008年6月葡萄酒天津市出口统计	328
图表：2008年7月葡萄酒天津市出口统计	328
图表：2008年8月葡萄酒天津市出口统计	328
图表：2008年9月葡萄酒天津市出口统计	329
图表：2007年1-12月葡萄酒上海市出口统计	330
图表：2007年1月葡萄酒上海市出口统计	330
图表：2007年2月葡萄酒上海市出口统计	330
图表：2007年3月葡萄酒上海市出口统计	330
图表：2007年4月葡萄酒上海市出口统计	331
图表：2007年5月葡萄酒上海市出口统计	331
图表：2007年6月葡萄酒上海市出口统计	331
图表：2007年7月葡萄酒上海市出口统计	331
图表：2007年8月葡萄酒上海市出口统计	331
图表：2007年9月葡萄酒上海市出口统计	332
图表：2007年10月葡萄酒上海市出口统计	332
图表：2007年11月葡萄酒上海市出口统计	332
图表：2007年12月葡萄酒上海市出口统计	332
图表：2008年1-9月葡萄酒上海市出口统计	333
图表：2008年1月葡萄酒上海市出口统计	333
图表：2008年2月葡萄酒上海市出口统计	333
图表：2008年3月葡萄酒上海市出口统计	333
图表：2008年4月葡萄酒上海市出口统计	333
图表：2008年5月葡萄酒上海市出口统计	334
图表：2008年6月葡萄酒上海市出口统计	334
图表：2008年7月葡萄酒上海市出口统计	334
图表：2008年8月葡萄酒上海市出口统计	334
图表：2008年9月葡萄酒上海市出口统计	335
图表：2007年1-12月葡萄酒广东省出口统计	336
图表：2007年1月葡萄酒广东省出口统计	336
图表：2007年2月葡萄酒广东省出口统计	336
图表：2007年3月葡萄酒广东省出口统计	336
图表：2007年4月葡萄酒广东省出口统计	337

图表：2007年5月葡萄酒广东省出口统计	337
图表：2007年6月葡萄酒广东省出口统计	337
图表：2007年7月葡萄酒广东省出口统计	337
图表：2007年8月葡萄酒广东省出口统计	337
图表：2007年9月葡萄酒广东省出口统计	338
图表：2007年10月葡萄酒广东省出口统计	338
图表：2007年11月葡萄酒广东省出口统计	338
图表：2007年12月葡萄酒广东省出口统计	338
图表：200,8年1-9月葡萄酒广东省出口统计	339
图表：2008年1月葡萄酒广东省出口统计	339
图表：2008年2月葡萄酒广东省出口统计	339
图表：2008年3月葡萄酒广东省出口统计	339
图表：2008年4月葡萄酒广东省出口统计	339
图表：2008年5月葡萄酒广东省出口统计	340
图表：2008年6月葡萄酒广东省出口统计	340
图表：2008年7月葡萄酒广东省出口统计	340
图表：2008年8月葡萄酒广东省出口统计	340
图表：2008年9月葡萄酒广东省出口统计	341
图表：2008年5月上海部分葡萄酒价格统计	409
图表：中国城市大众消费过去一年中的饮酒率	414
图表：中国过去一年中的饮酒率	415
图表：葡萄酒消费群体背景特征	416
图表：中国城市居民饮用葡萄酒的变化情况	417
图表：新富群体饮用葡萄酒的变化情况	417
图表：葡萄酒消费者价值取向分析	418
图表：葡萄酒消费者品牌观分析	419
图表：葡萄酒消费者购买烟酒的场所变化	420
图表：葡萄酒消费者的媒体接触变化	421
图表：葡萄酒大众消费者的休闲娱乐变化	422
图表：葡萄酒大众消费者的休闲娱乐变化	422
图表：葡萄酒新富消费者的休闲娱乐变化	423
图表：K/A店费用开支项目	455

图表：葡萄酒营销模式分析	462
图表：营销板块图示	463
图表：从营销流程来看基本元素	463
图表：营销运行图示：	463
图表：全面的营销组织	464
图表：品牌营销的三元结构	464
图表：葡萄酒的消费渠道应用比例	466
图表：2007年与2008年上半年烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司主营构成表	489
图表：2007年与2008年1-3季度烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司流动资产表	490
图表：2007年与2008年1-3季度烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司长期投资表	490
图表：2007年与2008年1-3季度烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司固定资产表	491
图表：2007年与2008年1-3季度烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司无形及其他资产表	491
图表：2007年与2008年1-3季度烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司流动负债表	491
图表：2007年与2008年1-3季度烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司长期负债表	491
图表：2007年与2008年1-3季度烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司股东权益表	492
图表：2007年与2008年1-3季度烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司主营业务收入表	492
图表：2007年与2008年1-3季度烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司主营业务利润表	492
图表：2007年与2008年1-3季度烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司营业利润表	492
图表：2007年与2008年1-3季度烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司利润总额表	493
图表：2007年与2008年1-3季度烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司净利润表	493
图表：2007年与2008年1-3季度烟台张裕葡萄酿酒股份有限公司每股指标表	493
图表：2007年与2008年1-3季	

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42279.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法

- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究

报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。