



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008-2009年中国葡萄酒产业情 报分析

一、调研说明

《2008-2009年中国葡萄酒产业情报分析》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/42304.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

第一章 2007-2008年葡萄酒供需分析

第一节 中国葡萄酒产量分析

一 2002-2008年中国葡萄酒总产量

二 2002-2008年葡萄酒产量地区分析

第二节 中国葡萄酒消费者调查分析

一 中国葡萄酒消费市场分析

二 2011年我国消费量达8.286亿升

第二章 2007-2008年行业运行情况

第一节 中国葡萄酒行业总体运行

一 2003-2008年企业数量分析

二 2001-2008年资产规模分析

三 2001-2008年销售收入分析

四 2001-2008年利润总额分析

五 2003-2008年行业盈利能力

第二节 中国葡萄酒行业运行分析

一 2003-2008年企业数量（按企业规模）

二 2003-2008年资产总额（按企业规模）

三 2003-2008年销售收入（按企业规模）

四 2003-2008年盈利能力（按企业规模）

第三节 中国葡萄酒行业运行分析

一 2003-2008年企业数量（按企业性质）

二 2003-2008年资产总额（按企业性质）

三 2003-2008年销售收入（按企业性质）

四 2003-2008年盈利能力（按企业性质）

第三章 2007-2008年葡萄酒市场调研

第一节 葡萄酒市场调研现状

一 葡萄酒市场分额（品牌）

二 葡萄酒市场分额（区域）

三 葡萄酒市场分额 (按质量分)

四 葡萄酒市场分额 (按渠道)

五 葡萄酒市场分额 (按进出口)

六 2007年葡萄酒价格分析

第二节 张裕长城新天策略分析

一 产品体系策略

二 企业营销策略

三 代理进口酒策略

四 原料基地策略

第三节 2007年市场主体动态

一 长城：借奥运的整合意愿

二 张裕：再造新渠道通路

三 王朝：规模化与稳守市场

四 二线葡萄酒品牌动态

第四节 领先企业渠道分析

一 长城渠道分析

二 张裕渠道分析

三 王朝渠道分析

四 新天

五 云南红

六 华东葡萄酒

第五节 北京市场

一 北京葡萄酒市场规模

二 北京经销商格局

三 北京主销渠道分析

四 北京消费特点分析

五 领先企业北京渠道

第六节 广东市场

一 广东市场规模分析

二 广东产品市场结构分析

三 广东消费人群特点

四 广东渠道模式分析

五 广东市场推广分析

第四章 2007年葡萄酒竞争主体分析

第一节 张裕葡萄酒

一 公司简介

二 产品系列分析

三 2007年张裕财务运行分析

四 企业竞争力分析

第二节 中粮长城葡萄酒

一 中粮酒业

二 长城概括

三 产品线分析

四 长城渠道特点分析

第三节 莫高股份

一 企业概况

二 产品系列

三 竞争力分析

第四节 新天国际

一 企业概况

二 产品系列

三 竞争力分析

第五节 王朝葡萄酒

一 企业基本情况

二 企业主要产品

三 企业经营情况分析

第六节 烟台威龙

一 企业概括

二 产品线分析

三 企业经营情况分析

四 威龙企业竞争力分析

第七节 烟台威泰葡萄酒

一 企业概况

二 产品系列

三 竞争力分析

第八节 烟台市鲁钊酒业

一 企业概况

二 产品系列

三 竞争力分析

第九节 烟台白洋河酿酒

一 企业概况

二 产品系列

三 竞争力分析

第十节 烟台嘉裕葡萄酒

一 企业概况

二 产品系列

三 竞争力分析

第十一节 青岛爱迪尔葡萄酿酒

一 企业概况

二 产品系列

三 竞争力分析

第十一节 烟台御任葡萄酿酒

一 企业概况

二 产品系列

三 竞争力分析

第十二节 北京丰收葡萄酒

一 企业概况

二 产品系列

三 竞争力分析

图表目录

图表 1 2001-2008年中国葡萄酒产量一览表 单位:吨

图表 2 2001-2008年中国葡萄酒产量变化趋势图 单位:吨

图表 3 2002-2008年中国葡萄酒地区产量一览表 单位:吨

图表 4 2007年葡萄酒产量地区比例图

图表 5 2006年葡萄酒产量地区比例图

图表 6 2006 - 2011年中国葡萄酒年销量预测一览表 单位：亿瓶

图表 7 2001 - 2008年中国葡萄酒行业（规模以上）企业数量变化图 单位:个

图表 8 2001-2008年中国葡萄酒行业总资产变化图 单位：千元

图表 9 2001-2008年中国葡萄酒行业销售收入变化图 单位：千元

图表 10 2001-2008年中国葡萄酒行业利润总额变化图 单位：千元

图表 11 2003-2008年中国葡萄酒行业盈利能力变化趋势图

图表 12 2003-2008年中国葡萄酒不同规模企业数量一览表

图表 13 2003-2008年中国葡萄酒不同规模企业资产总额一览表

图表 14 2003-2008年中国葡萄酒不同规模企业销售收入一览表

图表 15 2003-2008年中国葡萄酒不同规模企业利润总额一览表

图表 16 2003-2008年中国葡萄酒行业不同企业性质企业数量一览表

图表 17 2003-2008年中国葡萄酒行业不同企业性质资产总额一览表

图表 18 2003-2008年中国葡萄酒行业不同企业性质销售收入一览表

图表 19 2003-2008年中国葡萄酒行业不同企业性质利润总额一览表

图表 20 2008年上半年中国葡萄酒市场主要品牌占有率

.....
.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42304.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。