

2011-2015年中国葡萄酒行业竞争格局与市场前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2011-2015年中国葡萄酒行业竞争格局与市场前景预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/201107/71429.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

第一部分 行业运行现状 1

第一章 中国葡萄酒行业发展概述 1

第一节 葡萄酒行业发展情况 1

一、葡萄酒定义 1

二、葡萄酒行业发展历程 1

第二节 葡萄酒产业链分析 6

一、产业链模型介绍 6

二、葡萄酒产业链模型分析 7

第三节 2008-2010年中国葡萄酒行业经济指标分析 7

一、赢利性 7

二、成长速度 7

三、附加值的提升空间 8

四、进入壁垒 / 退出机制 8

五、风险性 8

六、行业周期 9

七、竞争激烈程度指标 9

八、当前行业发展所属周期阶段的判断 9

第二章 全球葡萄酒市场发展分析 12

第一节 全球葡萄酒市场发展情况分析 12

一、2009年全球葡萄酒市场发展分析 12

二、2009年全球葡萄酒市场统计分析 12

三、2010年上半年全球葡萄酒市场分析 13

四、2010年上半年全球葡萄酒销售排名 14

第二节 2010年世界主要国家葡萄酒市场分析 14

一、2010年美国葡萄酒市场现状分析 14

二、2010年欧洲葡萄酒市场现状分析 15

三、2010年日本葡萄酒市场现状分析 16

四、2010年韩国葡萄酒市场现状分析 17

五、2010年中东与非洲葡萄酒市场分析 18

第三章 中国葡萄酒市场运行分析 19

第一节 葡萄酒行业市场发展基本情况 19

一、市场发展现状分析 19

二、市场特点分析 19

三、市场技术发展状况 20

第二节 行业市场工业总产值分析 20

一、2009-2010年市场工业总产值分析 20

二、2009-2010年不同规模企业工业总产值分析 21

三、2009-2010年不同所有制企业工业总产值比较 21

四、2009-2010年行业市场工业总产值地区分布 21

第三节 行业市场产品价格分析 22

一、2008年市场产品价格走势 22

二、2009年市场产品价格走势 22

三、2010年上半年市场产品价格走势 23

四、2010-2015年市场产品价格趋势预测 24

第四章 中国葡萄酒行业的国际比较分析 25

第一节 中国葡萄酒市场发展情况分析 25

一、2009年中国葡萄酒市场发展分析 25

二、2009年中国葡萄酒市场统计分析 26

三、2010年上半年中国葡萄酒市场分析 28

四、2010年上半年中国葡萄酒细分市场 29

第二节 中国葡萄酒行业的国际比较分析 30

一、中国葡萄酒行业竞争力指标分析 30

二、国际葡萄酒行业竞争力指标分析 30

三、中国葡萄酒行业经济指标国际比较分析 30

第三节 全球葡萄酒行业市场需求分析 32

一、市场规模现状 32

二、需求结构分析 32

三、重点需求客户 33

四、市场前景展望 33

| | |
|--------------------------|----|
| 第五章 中国葡萄酒行业经济运行指标分析 | 35 |
| 第一节 2010年中国葡萄酒行业总体规模分析 | 35 |
| 一、企业数量结构分析 | 35 |
| 二、行业生产规模分析 | 35 |
| 第二节 2010年中国葡萄酒行业产销分析 | 35 |
| 一、行业产成品情况总体分析 | 35 |
| 二、行业产品销售收入总体分析 | 36 |
| 第三节 2010年中国葡萄酒行业财务指标总体分析 | 36 |
| 一、行业盈利能力分析 | 36 |
| 二、行业偿债能力分析 | 36 |
| 三、行业营运能力分析 | 36 |
| 四、行业发展能力分析 | 37 |
| 第二部分 市场供需分析 | 38 |

| | |
|---------------------|----|
| 第六章 中国葡萄酒生产现状分析 | 38 |
| 第一节 葡萄酒行业总体规模 | 38 |
| 第一节 葡萄酒产能概况 | 38 |
| 一、2009-2010年产能分析 | 38 |
| 二、2010-2015年产能预测 | 38 |
| 第三节 葡萄酒产量概况 | 38 |
| 一、2009-2010年产量分析 | 38 |
| 二、2010年产能配置与产能利用率调查 | 39 |
| 三、2010-2015年产量预测 | 39 |
| 第四节 葡萄酒行业市场供给分析 | 40 |
| 一、2010年生产规模现状 | 40 |
| 二、2010年产能规模分布 | 41 |
| 三、2010年市场价格走势 | 42 |
| 四、2010年重点厂商分布 | 42 |

| | |
|--------------------|----|
| 第七章 中国葡萄酒市场供需分析 | 44 |
| 第一节 2010年葡萄酒市场需求分析 | 44 |
| 一、葡萄酒行业需求市场 | 44 |

二、葡萄酒行业客户结构 44

三、葡萄酒行业需求的地区差异 46

第二节 2010年葡萄酒市场供给分析 46

第三节 2010-2015年供求平衡分析及未来发展趋势 47

一、2010-2015年葡萄酒行业的需求预测 47

二、2010-2015年葡萄酒行业的供应预测 47

三、2009-2010年葡萄酒供求平衡分析 47

四、2010-2015年葡萄酒供求平衡预测 47

第八章 区域市场情况深度研究 48

第一节 长三角区域市场情况分析 48

第二节 珠三角区域市场情况分析 48

第三节 环渤海区域市场情况分析 50

第四节 主要省市集中度及竞争力模式分析 50

第五节 葡萄酒行业主要市场大区发展状况及竞争力研究 51

一、华北大区市场分析 51

二、华中大区市场分析 52

三、华南大区市场分析 52

四、华东大区市场分析 52

五、东北大区市场分析 52

六、西南大区市场分析 53

七、西北大区市场分析 53

第六节 葡萄酒重点地区销售分析 53

一、葡萄酒各地区对比销售分析 53

二、葡萄酒“重点地区一”销售分析 54

三、葡萄酒“重点地区二”销售分析 56

四、葡萄酒“重点地区三”销售分析 58

五、葡萄酒“重点地区四”销售分析 60

六、葡萄酒“重点地区五”销售分析 62

七、葡萄酒“重点地区六”销售分析 64

第九章 葡萄酒产业链的分析 66

| | |
|------------------------------|----|
| 第一节 上游原材料供应状况分析 | 66 |
| 一、主要原材料 | 66 |
| 二、2008-2010年主要原材料价格及供应情况 | 66 |
| 三、2010-2015年主要原材料未来价格及供应情况预测 | 67 |
| 第二节 葡萄酒产业链的分析 | 68 |
| 一、行业集中度 | 68 |
| 二、主要环节的增值空间 | 68 |
| 三、行业进入壁垒和驱动因素 | 69 |
| 四、上下游行业影响及趋势分析 | 69 |
| 第三部分 行业竞争分析 | 71 |

第十章 葡萄酒市场竞争格局分析 71

| | |
|------------------|----|
| 第一节 行业竞争结构分析 | 71 |
| 一、现有企业间竞争 | 71 |
| 二、潜在进入者分析 | 71 |
| 三、替代品威胁分析 | 72 |
| 四、供应商议价能力 | 72 |
| 五、客户议价能力 | 73 |
| 第二节 行业集中度分析 | 73 |
| 一、市场集中度分析 | 73 |
| 二、企业集中度分析 | 73 |
| 三、区域集中度分析 | 74 |
| 第三节 行业国际竞争力比较 | 74 |
| 一、生产要素 | 74 |
| 二、需求条件 | 75 |
| 三、支援与相关产业 | 75 |
| 四、企业战略、结构与竞争状态 | 76 |
| 五、政府的作用 | 76 |
| 第四节 葡萄酒产品竞争力优势分析 | 77 |
| 一、整体产品竞争力评价 | 77 |
| 二、产品竞争力评价结果分析 | 77 |
| 三、竞争优势评价及构建建议 | 77 |

- 第五节 葡萄酒行业竞争格局分析 78
 - 一、2010年葡萄酒行业竞争分析 78
 - 二、2010年国内外葡萄酒竞争分析 78
 - 三、2010年中国葡萄酒市场竞争分析 79
 - 四、2010年中国葡萄酒市场集中度分析 82

第十一章 葡萄酒行业产业结构分析 83

第一节 产业结构分析 83

- 一、市场细分充分程度的分析 83
- 二、各细分市场领先企业排名 84
- 三、各细分市场占总市场的结构比例 85
- 四、领先企业的结构分析（所有制结构） 86

第二节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析 87

- 一、产业价值链的构成 87
- 二、产业链条的竞争优势与劣势分析 89

第三节 产业结构发展预测 92

- 一、产业结构调整的方向政府产业指导政策分析（投资政策、外资政策、限制性政策） 92
- 二、产业结构调整中消费者需求的引导因素 93
- 三、中国葡萄酒行业参与国际竞争的战略市场定位 93

第十二章 前十大领先企业发展分析 95

第一节 张裕葡萄酿酒股份有限公司 95

- 一、企业概况 95
- 二、市场定位情况 95
- 三、企业优劣势分析 96
- 四、2009-2010年经营状况分析 97
- 五、2009-2010年主要经营数据指标 98
- 六、2010-2015年公司发展战略分析 99

第二节 通化葡萄酒股份有限公司 100

- 一、企业概况 100
- 二、市场定位情况 101
- 三、企业优劣势分析 102

| | |
|----------------------|-----|
| 四、2009-2010年经营状况分析 | 103 |
| 五、2009-2010年主要经营数据指标 | 104 |
| 六、2010-2015年公司发展战略分析 | 105 |
| 第三节 中信国安葡萄酒业有限公司 | 107 |
| 一、企业概况 | 107 |
| 二、市场定位情况 | 108 |
| 三、企业优劣势分析 | 109 |
| 四、2009-2010年经营状况分析 | 110 |
| 五、2009-2010年主要经营数据指标 | 111 |
| 六、2010-2015年公司发展战略分析 | 112 |
| 第四节 甘肃莫高实业发展股份有限公司 | 113 |
| 一、企业概况 | 113 |
| 二、市场定位情况 | 114 |
| 三、企业优劣势分析 | 114 |
| 四、2009-2010年经营状况分析 | 115 |
| 五、2009-2010年主要经营数据指标 | 116 |
| 六、2010-2015年公司发展战略分析 | 118 |
| 第五节 烟台中粮葡萄酿酒有限公司 | 118 |
| 一、企业概况 | 118 |
| 二、市场定位情况 | 119 |
| 三、企业优劣势分析 | 119 |
| 四、2009-2010年经营状况分析 | 120 |
| 五、2009-2010年主要经营数据指标 | 120 |
| 六、2010-2015年公司发展战略分析 | 121 |
| 第六节 中国长城葡萄酒有限公司 | 122 |
| 一、企业概况 | 122 |
| 二、市场定位情况 | 122 |
| 三、企业优劣势分析 | 123 |
| 四、2009-2010年经营状况分析 | 123 |
| 五、2009-2010年主要经营数据指标 | 124 |
| 六、2010-2015年公司发展战略分析 | 124 |
| 第七节 烟台威龙葡萄酒股份有限公司 | 125 |

- 一、企业概况 125
- 二、市场定位情况 126
- 三、企业优劣势分析 126
- 四、2009-2010年经营状况分析 126
- 五、2009-2010年主要经营数据指标 127
- 六、2010-2015年公司发展战略分析 128
- 第八节 烟台威泰葡萄酒有限公司 128
 - 一、企业概况 128
 - 二、市场定位情况 128
 - 三、企业优劣势分析 128
 - 四、2009-2010年经营状况分析 129
 - 五、2009-2010年主要经营数据指标 129
 - 六、2010-2015年公司发展战略分析 130
- 第九节 中法合营王朝葡萄酿酒有限公司 130
 - 一、企业概况 130
 - 二、市场定位情况 131
 - 三、企业优劣势分析 132
 - 四、2009-2010年经营状况分析 132
 - 五、2009-2010年主要经营数据指标 133
 - 六、2010-2015年公司发展战略分析 134
- 第十节 中粮华夏长城葡萄酒有限公司 134
 - 一、企业概况 134
 - 二、市场定位情况 137
 - 三、企业优劣势分析 137
 - 四、2009-2010年经营状况分析 138
 - 五、2009-2010年主要经营数据指标 138
 - 六、2010-2015年公司发展战略分析 139
- 第四部分 投资趋势预测 140

- 第十三章 2010-2015年葡萄酒行业发展趋势及影响因素 140
 - 第一节 葡萄酒未来发展预测分析 140
 - 一、中国葡萄酒发展方向分析 140

- 二、2010-2015年中国葡萄酒行业发展规模 141
- 三、2010-2015年中国葡萄酒行业发展趋势预测 141
- 第二节 2010-2015年葡萄酒行业供给预测 141
 - 一、2010-2015年葡萄酒行业供给预测 141
 - 二、2010-2015年葡萄酒行业需求预测 141
 - 三、2010-2015年葡萄酒行业进出口预测 142
- 第三节 影响企业生产与经营的关键趋势 142
 - 一、市场整合成长趋势 142
 - 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测 142
 - 三、企业区域市场拓展的趋势 143
 - 四、科研开发趋势及替代技术进展 143
 - 五、影响企业销售与服务方式的关键趋势 144
 - 六、中国葡萄酒行业SWOT分析 144

- 第十四章 2010-2015年葡萄酒行业投资方向与风险分析 148
 - 第一节 产业发展的有利因素与不利因素分析 148
 - 第二节 产业发展的空白点分析 151
 - 第三节 投资回报率比较高的投资方向 151
 - 第四节 新进入者应注意的障碍因素 151
 - 第五节 营销分析与营销模式推荐 151
 - 一、渠道构成 151
 - 二、销售贡献比率 152
 - 三、覆盖率 153
 - 四、销售渠道效果 153
 - 五、价值流程结构 153
 - 第六节 2010-2015年中国葡萄酒行业投资风险分析 154
 - 一、市场竞争风险 154
 - 二、原材料压力风险分析 154
 - 三、技术风险分析 155
 - 四、政策和体制风险 155
 - 五、外资进入现状及对未来市场的威胁 155

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201107/71429.html>