

# 2015-2022年中国葡萄酒市 场竞争力分析及投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

## 报告报价

《2015-2022年中国葡萄酒市场竞争力分析及投资前景研究报告》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.bosidata.com/yanjiu1509/X5161892GJ.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-09-11

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

## 报告说明:

博思数据发布的《2015-2022年中国葡萄酒市场竞争力分析及投资前景研究报告》共十三章。报告介绍了葡萄酒行业相关概述、中国葡萄酒产业运行环境、分析了中国葡萄酒行业的现状、中国葡萄酒行业竞争格局、对中国葡萄酒行业做了重点企业经营状况分析及中国葡萄酒产业发展前景与投资预测。您若想对葡萄酒产业有个系统的了解或者想投资葡萄酒行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

葡萄酒是用新鲜的葡萄或葡萄汁经发酵酿成的酒精饮料。通常分红葡萄酒和白葡萄酒、气泡酒三种。前者是红葡萄带皮浸渍发酵而成；后者是葡萄汁发酵而成的。英文名Wine。

## 报告目录：

### 第一章 中国葡萄酒发展历程及市场特征 12

#### 第一节 葡萄酒定义及分类 12

##### 一、葡萄酒定义 12

##### 二、葡萄酒分类 12

#### 第二节 葡萄酒产业发展阶段 13

##### 一、起步阶段（1978-1992） 13

##### 二、大发展阶段（1992-2002） 14

##### 三、跃升阶段（2002-至今） 15

#### 第三节 市场特征 17

##### 一、市场规模及增长 17

##### 二、产业生命周期 17

##### 三、行业赢利能力 18

##### 四、市场竞争程度 18

#### 第四节 产业地位 19

##### 一、资产规模（白酒、啤酒、葡萄酒） 19

##### 二、销售收入（白酒、啤酒、葡萄酒） 19

##### 三、企业数量（白酒、啤酒、葡萄酒） 20

##### 四、盈利规模（白酒、啤酒、葡萄酒） 20

##### 五、盈利能力（白酒、啤酒、葡萄酒） 20

## 第二章 2014-2015年葡萄酒产业政策环境分析 22

### 第一节 国际葡萄酒标准分析 22

一、国际葡萄酒组织实施最新环保标准 22

二、法国葡萄酒产区定级标准 22

三、德国葡萄酒执行严格的标准 23

四、意大利葡萄酒产区定级标准 25

五、西班牙葡萄酒评级标准 26

### 第二节 2014-2015年中国葡萄酒行业政策标准制定状况 28

一、葡萄酒行业监管体制分析 28

二、我国葡萄酒国标解读 29

三、解析《地理标志产品通化山葡萄酒》标准体系 30

四、葡萄酒使用添加剂的相关标准规定 30

五、2013年7月葡萄酒业准入政策正式生效 31

### 第三节 葡萄酒行业地方标准 31

一、《蓬莱产区控制葡萄酒》地方标准颁布实施 31

二、葡萄酒庄省级标准将促进行业健康发展 31

三、冰葡萄酒地方标准获准通过 32

### 第四节 相关政策法规 32

一、葡萄酒行业准入条件 32

二、中国葡萄酿酒技术规范 37

三、葡萄酒标准gb15037-2007 63

四、国家行业标准之山葡萄酒 64

五、葡萄酒生产管理办法 64

六、酒类广告管理办法 68

七、葡萄酒消费税管理办法 69

## 第三章 葡萄酒产业发展背景分析 71

### 第一节 全球市场分析 71

一、全球葡萄酒产量 71

二、全球葡萄酒消费 72

三、全球葡萄酒品牌排名 73

- (一) 罗曼尼-康帝酒庄(domaine de la romanée-conti) 73
- (二) 庞特卡奈酒庄(chateau pontet-canet) 74
- (三) 柏菲酒庄(chateau pavie) 74
- (四) 库克香槟(krug) 75
- (五) 梦玫瑰酒庄(chateau montrose) 76
- (六) 柏图斯酒庄(chateau pètrus) 76
- (七) 啸鹰酒庄(screaming eagle) 77
- (八) 拉图酒庄(chateau latour) 77
- (九) 拉菲古堡(chateau lafite-rothschild) 78
- (十) 里鹏酒庄(le pin) 79

## 第二节 经济发展分析 79

- 一、中国gdp增长情况分析 79
- 二、工业经济发展形势分析 81
- 三、社会固定资产投资分析 82
- 四、全社会消费品零售总额 83
- 五、对外贸易发展形势分析 85

## 第三节 居民生活水平 85

- 一、居民可支配收入 85
- 二、居民支出结构 87

## 第四节 行业政策法规 87

- 一、新国标出台增加行业壁垒 87
- 二、行业相关细则标准完善 88

# 第四章 2014-2015年国内葡萄酒供需分析 90

## 第一节 2014-2015年葡萄酒产量 90

- 一、葡萄酒总产量 90
- 二、葡萄酒各省产量 91
- 三、产量集中度分析 92

## 第二节 2014-2015年葡萄酒消费 92

- 一、葡萄酒消费规模 92
- 二、人均消费分析 93
- 三、区域消费分析 93

#### 四、节日消费分析 94

#### 五、葡萄酒消费预测 95

### 第五章 2014-2015年国内葡萄酒行业运营 97

#### 第一节 中国葡萄酒行业特征 97

##### 一、国产酒企盈利下滑 97

##### 二、团购酒商转型 97

##### 三、酒业“价格挤水” 98

##### 四、“第二品牌”消费增长 98

##### 五、多元渠道构建脚步加快 99

##### 六、电商迅猛发展 99

#### 第二节 2014-2015年葡萄酒行业运行分析 100

##### 一、企业数量分析 100

##### 二、资产规模分析 100

##### 三、销售收入分析 101

##### 四、利润总额分析 102

##### 五、行业盈利能力 103

#### 第三节 行业运行（不同企业规模） 103

##### 一、企业数量（按企业规模） 103

##### 二、资产总额（按企业规模） 104

##### 三、销售收入（按企业规模） 105

##### 四、盈利能力（按企业规模） 106

#### 第四节 行业运行（不同企业性质） 106

##### 一、企业数量（按企业性质） 106

##### 二、资产总额（按企业性质） 107

##### 三、销售收入（按企业性质） 108

##### 四、盈利能力（按企业性质） 109

### 第六章 葡萄酒产业区域运营 110

#### 第一节 山东 110

##### 一、资产规模 110

##### 二、企业数量 110

三、销售收入 111

四、利润总额 112

五、毛利率、利润率 112

第二节 吉林 113

一、资产规模 113

二、企业数量 114

三、销售收入 115

四、利润总额 115

五、毛利率、利润率 116

第三节 河南 117

一、资产规模 117

二、企业数量 118

三、销售收入 119

四、利润总额 119

五、毛利率、利润率 120

第四节 河北 121

一、资产规模 121

二、企业数量 122

三、销售收入 123

四、利润总额 123

五、毛利率、利润率 124

第七章 2014-2015年葡萄酒市场竞争分析 126

第一节 国产品牌葡萄酒竞争格局 126

一、行业集中度分析 126

（一）企业规模集中度 126

（二）行业资产集中度 126

（三）销售收入集中度 127

二、行业竞争激烈程度 127

第二节 葡萄酒竞争层次分析 128

一、内外资竞争 128

二、品牌竞争分析 128

- 三、区域市场竞争 129
- 四、产品结构竞争 129
- 五、营销渠道竞争 129

## 第八章 2014-2015年国内葡萄酒进口分析 131

### 第一节 2014-2015年葡萄酒进口量分析 131

- 一、葡萄酒进口量分析 131
- 二、葡萄酒进口价格分析 131
- 三、进口葡萄酒市场优劣分析 132

### 第二节 2014-2015年葡萄酒进口额分析 134

- 一、进口规模分析 134
- 二、进口特征分析 135

### 第三节 进口葡萄酒深度分析 136

- 一、进口酒进入中国的三个阶段 136
- 二、从资源角度分析进口酒 136
- 三、从品牌角度分析进口酒 136
- 四、从渠道推广角度分析进口酒 137

### 第四节 国产葡萄酒应对策略 137

- 一、重视品质 137
- 二、打造本土文化 137
- 三、对葡萄种植进行政府补贴支持 138

## 第九章 2014-2015年葡萄酒渠道运营分析 139

### 第一节 葡萄酒渠道运营模式 139

- 一、代理制 139
- 二、经销制 139
- 三、直销 139
- 四、买断经营 140

### 第二节 进口葡萄酒的主要经营模式 140

- 一、专卖店连锁 140
- 二、经销商分代理 141
- 三、大型超市 141



四、电子商务 141

五、保税库销售模式 142

六、chr（咖啡厅，酒店，饭店）的销售模式 142

第三节 领先企业渠道分析 142

一、长城渠道分析 142

二、张裕渠道分析 143

三、王朝渠道分析 145

四、新天渠道分析 146

五、云南红渠道分析 147

六、莫高渠道分析 149

第四节 北京市场渠道 150

一、北京葡萄酒市场规模 150

二、北京葡萄酒市场特点 150

三、北京经销商格局 153

四、北京主销渠道分析 153

五、北京消费特点分析 155

六、领先企业北京渠道 155

第五节 广东市场渠道 156

一、广东市场规模分析 156

二、广东产品市场结构分析 156

三、广东葡萄酒进口情况 156

四、广东消费人群特点 158

五 广东渠道模式分析 159

第十章 2014-2015年上游-葡萄种植产业分析 160

第一节 葡萄种植分析 160

一、葡萄种植地理条件 160

二、葡萄树生命周期 160

三、中国葡萄产区分析 162

（一）东北产地 162

（二）渤海湾产地 162

（三）沙城产地 162

(四) 清徐产地 162

(五) 银川产地 163

(六) 武威产地 163

(七) 吐鲁番产地 163

(八) 黄河故道产地 163

(九) 云南高原产地 163

## 第二节 葡萄种植规模 164

一、中国葡萄种植面积 164

二、重点企业基地布局 164

## 第十一章 2014-2015年国际葡萄酒生产企业分析 166

### 第一节 星座公司 ( constellation brands , inc. ) 166

一、企业基本情况介绍 166

二、星座公司经营状况 166

三、星座公司在华发展情况 167

四、美国星座开拓东欧市场 167

### 第二节 帝亚吉欧公司 ( diageo plc ) 168

一、企业基本情况介绍 168

二、帝亚吉欧经营状况 168

三、帝亚吉欧全球化战略 169

四、帝亚吉欧最新发展动向 170

### 第三节 保乐力加集团 ( pernod ricard group ) 171

一、企业基本情况 171

二、保乐力加经营状况分析 171

三、保乐力加集团竞争优势 171

四、保乐力加在华发展情况 172

### 第四节 福斯特集团 ( foster's group limited ) 172

一、企业基本情况 172

二、福斯特在华发展情况 173

三、福斯特业务调整情况 173

## 第十二章 2014-2015年国内葡萄酒企业竞争力 174

## 第一节 张裕葡萄酒股份有限公司 174

- 一、企业基本情况 174
- 二、企业主要产品分析 174
- 三、企业经济指标分析 176
- 四、企业营销网络分析 177
- 五、张裕营销策略分析 177

## 第二节 中国长城葡萄酒有限公司 181

- 一、企业基本情况 181
- 二、企业主要产品分析 182
- 三、企业经济指标分析 182
- 四、企业竞争优势分析 183

## 第三节 中法合营王朝葡萄酒有限公司 183

- 一、企业基本情况 183
- 二、企业主要产品分析 184
- 三、企业经济指标分析 184
- 四、企业营销策略分析 185
- 五、企业竞争优势分析 185

## 第四节 威龙葡萄酒股份有限公司 186

- 一、企业基本情况 186
- 二、企业主要产品分析 186
- 三、企业经济指标分析 187
- 四、企业三大酒田分析 187

## 第五节 通化葡萄酒股份有限公司 188

- 一、企业基本情况 188
- 二、企业主要产品分析 189
- 三、企业经济指标分析 191
- 四、企业营销网络分析 192
- 五、山葡萄酒酿造工艺 192

## 第六节 中信国安葡萄酒业股份有限公司 193

- 一、企业基本情况 193
- 二、企业主要产品分析 194
- 三、企业经济指标分析 196

四、企业营销网络分析 197

五、企业竞争优势分析 197

第七节 甘肃莫高实业发展股份有限公司 199

一、企业基本情况 199

二、企业主要产品分析 199

三、企业经济指标分析 200

四、企业营销网络分析 201

五、企业竞争优势分析 202

第八节 甘肃皇台酒业股份有限公司 203

一、企业基本情况 203

二、企业主要产品分析 203

三、企业经济指标分析 204

四、企业营销网络分析 205

第十三章 博思数据对产业前景及投资策略建议 206

第一节 市场走势预测 206

第二节 国内产业优劣势 207

第三节 投资前景及策略 209

第四节 产业链投资机会 212

附录：中国酿酒产业发展规划 214

一、发展环境和消费需求预测 214

二、指导思想、发展方向和主要目标 215

三、主要任务 222

四、政策性建议 227

图表目录：

图表 1 葡萄酒的分类 12

图表 2 2009-2015年中国葡萄酒零售额变化趋势图 17

图表 3 2010-2015年中国白酒、啤酒、葡萄酒产业资产总额统计 19

图表 4 2010-2015年中国白酒、啤酒、葡萄酒产业销售收入统计 19

图表 5 2010-2015年中国白酒、啤酒、葡萄酒产业企业数量统计 20

图表 6 2010-2015年中国白酒、啤酒、葡萄酒产业利润总额统计 20

图表 7 2010-2015年中国白酒、啤酒、葡萄酒产业毛利率统计 21

图表 8 2005-2015年世界葡萄酒产量和增长率统计 71

图表 9 全球葡萄酒生产国家分布图 72

图表 10 2005-2015年全球葡萄酒消费量和增长率统计 72

图表 11 全球葡萄酒消费量国家分布图 73

图表 12 罗曼尼-康帝酒庄发展情况 73

图表 13 庞特卡奈酒庄发展情况 74

图表 14 柏菲酒庄发展情况 75

图表 15 库克香槟发展情况 75

图表 16 梦玫瑰酒庄发展情况 76

图表 17 柏图斯酒庄发展情况 76

图表 18 啸鹰酒庄发展情况 77

图表 19 拉图酒庄发展情况 78

图表 20 拉菲古堡发展情况 78

图表 21 里鹏酒庄发展情况 79

图表 22 2009-2015年中国国内生产总值及增长变化趋势图 80

图表 23 2015年国内生产总值构成及增长速度统计 80

图表 24 2015年规模以上工业增加值及增长速度趋势图 82

图表 25 2009-2015年中国全社会固定资产投资增长趋势图 83

图表 26 2009-2015年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图 84

图表 27 2015年中国主要消费品零售额及增长速度统计 84

图表 28 2009-2015年中国进出口总额增长趋势图 85

图表 29 2009-2015年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图 86

图表 30 2009-2015年中国农村居民人均纯收入及增长趋势图 86

图表 31 2010-2015年中国葡萄酒产量统计 90

图表 32 2010-2015年中国葡萄酒产量增长趋势图 90

图表 33 2010-2015年中国各省区葡萄酒产量对比 91

图表 34 2010-2015年中国葡萄酒产量集中度变动趋势图 92

图表 35 2009-2015年中国葡萄酒零售量统计 93

图表 36 2009-2015年中国葡萄酒人均消费量统计 93

图表 37 2015-2022年中国葡萄酒零售量增长预测图 95

图表 38 2015-2022年中国葡萄酒零售额增长预测图 96

图表 39 2010-2015年中国葡萄酒制造企业数量变化趋势图 100

图表 40 2010-2015年中国葡萄酒制造行业资产总额统计 100

图表 41 2010-2015年中国葡萄酒制造行业资产变化趋势图 101

图表 42 2010-2015年中国葡萄酒制造行业销售收入统计 101

图表 43 2010-2015年中国葡萄酒制造行业销售收入变化趋势图 102

图表 44 2010-2015年中国葡萄酒制造行业利润总额统计 102

图表 45 2010-2015年中国葡萄酒制造行业利润变化趋势图 103

图表 46 2010-2015年中国葡萄酒行业毛利率情况 103

图表 47 2012-2015年中国不同规模葡萄酒企业数量统计 104

图表 48 2015年中国不同规模葡萄酒企业数量所占份额 104

图表 49 2012-2015年中国不同规模葡萄酒企业资产总额统计 104

图表 50 2015年中国不同规模葡萄酒企业资产总额所占份额 105

图表 51 2012-2015年中国不同规模葡萄酒企业销售收入统计 105

图表 52 2015年中国不同规模葡萄酒企业销售收入所占份额 105

图表 53 2012-2015年中国不同规模葡萄酒企业销售毛利率比较 106

图表 54 2012-2015年中国不同所有制葡萄酒企业数量统计 106

图表 55 2015年中国不同所有制葡萄酒企业数量所占份额 107

图表 56 2012-2015年中国不同所有制葡萄酒企业资产总额统计 107

图表 57 2015年中国不同所有制葡萄酒企业资产总额所占份额 108

图表 58 2012-2015年中国不同所有制葡萄酒企业销售收入统计 108

图表 59 2015年中国不同所有制葡萄酒企业销售收入所占份额 109

图表 60 2012-2015年中国不同性质葡萄酒企业销售毛利率比较 109

图表 61 山东省葡萄酒制造行业资产总额统计 110

图表 62 山东省葡萄酒制造行业资产变化趋势图 110

图表 63 山东省葡萄酒制造企业数量变化趋势图 111

图表 64 山东省葡萄酒制造行业销售收入统计 111

图表 65 山东省葡萄酒制造行业销售收入变化趋势图 111

图表 66 山东省葡萄酒制造行业利润总额统计 112

图表 67 山东省葡萄酒制造行业利润变化趋势图 112

图表 68 山东省葡萄酒行业毛利率情况 113

图表 69 山东省葡萄酒行业利润率情况 113

图表 70 吉林省葡萄酒制造行业资产总额统计 114

图表 71 吉林省葡萄酒制造行业资产变化趋势图	114
图表 72 吉林省葡萄酒制造企业数量变化趋势图	114
图表 73 吉林省葡萄酒制造行业销售收入统计	115
图表 74 吉林省葡萄酒制造行业销售收入变化趋势图	115
图表 75 吉林省葡萄酒制造行业利润总额统计	116
图表 76 吉林省葡萄酒制造行业利润变化趋势图	116
图表 77 吉林省葡萄酒行业毛利率情况	117
图表 78 吉林省葡萄酒行业利润率情况	117
图表 79 河南省葡萄酒制造行业资产总额统计	118
图表 80 河南省葡萄酒制造行业资产变化趋势图	118
图表 81 河南省葡萄酒制造企业数量变化趋势图	118
图表 82 河南省葡萄酒制造行业销售收入统计	119
图表 83 河南省葡萄酒制造行业销售收入变化趋势图	119
图表 84 河南省葡萄酒制造行业利润总额统计	120
图表 85 河南省葡萄酒制造行业利润变化趋势图	120
图表 86 河南省葡萄酒行业毛利率情况	121
图表 87 河南省葡萄酒行业利润率情况	121
图表 88 河北省葡萄酒制造行业资产总额统计	122
图表 89 河北省葡萄酒制造行业资产变化趋势图	122
图表 90 河北省葡萄酒制造企业数量变化趋势图	122
图表 91 河北省葡萄酒制造行业销售收入统计	123
图表 92 河北省葡萄酒制造行业销售收入变化趋势图	123
图表 93 河北省葡萄酒制造行业利润总额统计	124
图表 94 河北省葡萄酒制造行业利润变化趋势图	124
图表 95 河北省葡萄酒行业毛利率情况	125
图表 96 河北省葡萄酒行业利润率情况	125
图表 97 2010-2015年中国葡萄酒制造行业企业规模集中度	126
图表 98 2010-2015年中国葡萄酒制造行业资产集中度	127
图表 99 2010-2015年中国葡萄酒制造行业销售收入集中度	127
图表 100 2015年中国葡萄酒前十大品牌市场综合占有率	129
图表 101 2010-2015年中国葡萄酒进口量统计	131
图表 102 2010-2015年中国葡萄酒进口均价统计	131

图表 103 2010-2015年中国葡萄酒进口金额统计 135

图表 104 2015年中国葡萄酒进口来源地情况 135

图表 105 2015年中国葡萄酒进口来源地集中度 136

图表 106 张裕经销渠道简图 144

图表 107 张裕葡萄酒渠道结构分布统计 145

图表 108 张裕葡萄酒渠道结构分布比例图 145

图表 109 上海新天印象酒业有限公司特殊渠道情况表 147

图表 110 莫高股份公司葡萄酒的全国销售布局 149

图表 111 2010-2014财年美国星座公司收入与利润统计 166

图表 112 2010-2014财年蒂亚吉欧公司营业收入变化趋势图 168

图表 113 2010-2014财年保乐力加集团收入与利润统计 171

图表 114 2015年张裕葡萄酿酒股份有限公司主营业务分行业分产品情况表 176

图表 115 2015年张裕葡萄酿酒股份有限公司主营业务结构情况 176

图表 116 2010-2015年张裕葡萄酿酒股份有限公司营业收入统计 177

图表 117 2015年张裕葡萄酿酒股份有限公司主营业务分地区情况表 177

图表 118 中国长城葡萄酒有限公司主要产品 182

图表 119 中国长城葡萄酒有限公司资产与收入统计 183

图表 120 中法合营王朝葡萄酿酒有限公司资产总额与收入统计 184

图表 121 威龙葡萄酒股份有限公司资产与收入统计 187

图表 122 威龙葡萄酒股份有限公司三大酒田分析 188

图表 123 通化葡萄酒股份有限公司1959见证特制山葡萄酒—典藏级 189

图表 124 通化葡萄酒股份有限公司法国进口系列部分产品 190

图表 125 通化葡萄酒股份有限公司西班牙进口系列产品 191

图表 126 2015年通化葡萄酒股份有限公司主营业务分行业情况表 191

图表 127 2010-2015年通化葡萄酒股份有限公司营业收入统计 192

图表 128 2015年通化葡萄酒股份有限公司主营业务分地区情况表 192

图表 129 2015年中信国安葡萄酒业股份有限公司主营业务分行业情况表 196

图表 130 2015年中信国安葡萄酒业股份有限公司主营业务结构情况 196

图表 131 2010-2015年中信国安葡萄酒业股份有限公司营业收入统计 196

图表 132 2015年中信国安葡萄酒业股份有限公司主营业务分地区情况表 197

图表 133 甘肃莫高实业发展股份有限公司主要产品 200

图表 134 2015年甘肃莫高实业发展股份有限公司主营业务分产品情况表 201



图表 135 2015年甘肃莫高实业发展股份有限公司主营业务结构情况 201

图表 136 2010-2015年甘肃莫高实业发展股份有限公司营业收入统计 201

图表 137 甘肃莫高实业发展股份有限公司营销网络 202

图表 138 2015年甘肃皇台酒业股份有限公司主营业务分行业分产品情况表 204

图表 139 2015年甘肃皇台酒业股份有限公司主营业务结构情况 205

图表 140 2010-2015年甘肃皇台酒业股份有限公司营业收入统计 205

图表 141 2015年甘肃皇台酒业股份有限公司主营业务分地区情况表 205

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自 国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/yanjiu1509/X5161892GJ.html>