

2004年版中国葡萄酒市场调查研究报告

目 录 CONTENTS

第一部分 行业篇

第一章 我国葡萄酒行业定义及特性分析

第一节 葡萄酒的定义.....	1
第二节 葡萄酒的分类.....	1
第三节 现代葡萄酒业发展历程.....	3
一我国葡萄酒历年产量.....	3
二建国以后全面发展.....	4
三二五期间开发引进.....	4
四70年代高速发展.....	4
五改革开放后接轨国际.....	4
六90年代后的新发展.....	5
第四节 葡萄酒行业特性分析.....	5
一市场规模与潜力.....	5
二行业所处的生命周期.....	7
三行业盈利性分析.....	8
四品牌集中度.....	8
五地域性分析.....	9
第五节 葡萄酒行业驱动因素.....	9
一需求分析.....	9
二供给分析.....	10

三上游供应分析	10
四替代品分析	
五竞争状况分析	
第六节 葡萄酒行业面临的问题	12
一质量信任危机	12
二消费者的消费习惯	14
三价格战	14
四缺少著名品牌	14
五洋酒的竞争	14
第七节 政府政策法律的影响	15
一双轨制对行业的影响	15
二《规范》的实施与影响	15
三新行规展望	16

第二章 世界葡萄酒行业发展状况

第一节 世界各国酿酒葡萄产区概况	17
一法国葡萄酒产地	18
二意大利的葡萄酒产地	18
三西班牙的葡萄酒产地	19
四阿根廷的葡萄酒地	20
五澳大利亚的葡萄酒产地	21
六美国葡萄酒及果酒生产概况	21
七葡萄牙的葡萄酒产地	22
八德国的葡萄酒产地	22
第二节 世界葡萄种植面积变化情况	23

一世界葡萄栽培概况	23
二世界葡萄产量变化情况	24
第三节 世界葡萄酒行业发展概况及现状	25
一世界葡萄酒市场概述	25
二世界葡萄酒基本情况	25
三世界葡萄酒进出口情况	27
第四节 2003年主要国家葡萄酒市场状况	28
一法国葡萄酒市场	28
二澳大利亚葡萄酒市场	30
三美国葡萄酒市场	31
四德国葡萄酒市场	32
五英国葡萄酒市场	33
六日本葡萄酒市场	33
第五节 世界葡萄酒供求情况分析	35
一世界葡萄酒基本消费情况	35
二全球葡萄酒零售趋势	38
第六节 世界葡萄酒的消费结构	39

第三章 我国葡萄酒行业现状

第一节 20012003我国葡萄酒发展状况	40
一20012003年葡萄酒行业发展概述	40
二20012003年我国主要葡萄酒企业经济指标对比分析	42
三20012003年我国葡萄酒行业运营指标对比分析	43
四20012003年我国葡萄酒行业绩效情况对比分析	46
第二节 2003年我国葡萄酒发展概述	48

一2003年我国葡萄酒行业经营特点	48
二2003年我国葡萄酒行业竞争格局	48
第三节 2003年我国葡萄酒产量分析	51
一2003年2月产量及其变化分析	51
二六大区域市场产量及其比较分析	52
三16省市产量及其比较分析	53
第四节 2003年我国葡萄酒进口情况分析	54
一2003年2月进口情况	54
二2003年我国从主要国家的进口情况	55
三2003年我国主要省份进口情况分析	63

第四章 我国葡萄酒行业原材料供应分析

第一节 我国酿酒葡萄产地概论	71
一东北产地概论	71
二渤海湾产地概论	71
三沙城产地概论	71
四清徐产地概论	71
五银川产地概论	72
六武威产地概论	72
七吐鲁番产地概论	72
八黄河故道产地概论	72
九云南高原产地概论	72
第二节 我国酿酒葡萄产区分析	73
一胶东半岛产区	73
二黄河故道产区	74

三秦皇岛昌黎产区	75
四天津地区葡萄酒产区	76
五河北沙城产区	77
六宁夏贺兰山产区	78
七甘肃产区	79
八产区	80
九云南地域产区	81
十东北产区	82

第五章 我国葡萄酒行业销售渠道分析

第一节 主要销售渠道模式	84
一主要渠道模式	84
二区域代理	85
三买断品牌	85
四特许经营	86
第二节 国外品牌的渠道策略分析	86
一代理商选择策略	86
二渠道的本土化策略	87
三品牌联合策略	87

第二部分 市场篇

第六章 2003年我国葡萄酒六大区域市场分析

第一节 2003年六大区域市场葡萄酒产量对比分析	88
一2003年华北地区葡萄酒产量构成	88

二2003年东北地区葡萄酒产量构成	88
三2003年华东地区葡萄酒产量构成	89
四2003年中南地区葡萄酒产量构成	90
五2003年西南地区葡萄酒产量构成	91
六2003年西北地区葡萄酒产量构成	91
第二节 2003年六大区域市场企业运行指标对比分析	91
一2003年六大区域市场企业资产规模比较	91
二2003年六大区域市场企业销售收入比较	92
三2003年六大区域市场企业利润总额比较	93

第七章 2003年华北地区葡萄酒市场分析

第一节 北京市葡萄酒市场分析	94
一北京市葡萄酒市场概述	94
二2003年北京市葡萄酒行业运行情况分析	95
三2003年北京市葡萄酒绩效情况分析	95
四2003年北京市葡萄酒生产企业格局	96
第二节 天津市葡萄酒市场分析	96
一天津市葡萄酒市场概述	96
二2003年天津市葡萄酒行业运行情况分析	96
三2003年天津市葡萄酒绩效情况分析	97
四2003年天津市葡萄酒生产企业格局	98
第三节 河北省葡萄酒市场分析	98
一河北省葡萄酒市场概述	98
二昌黎县葡萄酒产业介绍	98

三2003年河北省葡萄酒行业运行情况分析	100
四2003年河北省葡萄酒绩效情况分析	101
五2003年河北省葡萄酒生产企业格局	101
第四节 山西省葡萄酒市场分析	102
一山西省葡萄酒市场概述	102
二2003年山西省葡萄酒行业运行情况分析	103
三2003年山西省葡萄酒绩效情况分析	104
四2003年山西省葡萄酒生产企业格局	104

第八章 2003年东北地区葡萄酒市场分析

第一节 辽宁省葡萄酒市场分析	105
一辽宁省葡萄酒市场概述	105
二2003年辽宁省葡萄酒行业运行情况分析	105
三2003年辽宁省葡萄酒绩效情况分析	106
四2003年辽宁省葡萄酒生产企业格局	107
第二节 吉林省葡萄酒市场分析	107
一吉林省葡萄酒市场概述	107
二2003年吉林省葡萄酒行业运行情况分析	108
三2003年吉林省葡萄酒绩效情况分析	109
四2003年吉林省葡萄酒生产企业格局	109
第三节 黑龙江省葡萄酒市场分析	0
一2003年黑龙江省葡萄酒行业运行情况分析	0
二2003年黑龙江省葡萄酒绩效情况分析	1
三2003年黑龙江省葡萄酒生产企业格局	1

第九章 2003年华东地区葡萄酒市场分析

第一节 上海市葡萄酒市场分析	2
一上海市葡萄酒市场概述	2
二2003年上海市葡萄酒行业运行情况分析	2
三2003年上海市葡萄酒绩效情况分析	3
四2003年上海市葡萄酒生产企业格局	4
第二节 江苏省葡萄酒市场分析	4
一江苏省葡萄酒市场概述	4
二2003年江苏省葡萄酒行业运行情况分析	5
三2003年江苏省葡萄酒绩效情况分析	6
四2003年江苏省葡萄酒生产企业格局	6
第三节 安徽省葡萄酒市场分析	7
一安徽省葡萄酒市场概述	7
二2003年安徽省葡萄酒行业运行情况分析	8
三2003年安徽省葡萄酒绩效情况分析	9
四2003年安徽省葡萄酒生产企业格局	120
第四节 福建省葡萄酒市场分析	120
一福建省葡萄酒市场概述	120
二2003年福建省葡萄酒行业运行情况分析	121
三2003年福建省葡萄酒绩效情况分析	122
四2003年福建省葡萄酒生产企业格局	123
第五节 山东省葡萄酒市场分析	125
一山东省葡萄酒市场概述	125
二2003年山东省葡萄酒行业运行情况分析	126
三2003年山东省葡萄酒绩效情况分析	127

四2003年山东省葡萄酒生产企业格局	128
--------------------------	-----

第十章 2003年中南地区葡萄酒市场分析

第一节 河南省葡萄酒市场分析	129
一2003年河南省葡萄酒行业运行情况分析	129
二2003年河南省葡萄酒绩效情况分析	129
三2003年河南省葡萄酒生产企业格局	130
第二节 湖南省葡萄酒市场分析	130
一2003年湖南省葡萄酒行业运行情况分析	130
二2003年湖南省葡萄酒绩效情况分析	131
三2003年湖南省葡萄酒生产企业格局	132
第三节 广西省葡萄酒市场分析	132
一2003年广西省葡萄酒行业运行情况分析	132
二2003年广西省葡萄酒绩效情况分析	133
三2003年广西省葡萄酒生产企业格局	133

第十一章 2003年西南地区葡萄酒市场分析

一云南省葡萄酒市场概述	134
二2003年云南省葡萄酒行业运行情况分析	135
三2003年云南省葡萄酒绩效情况分析	135
四2003年云南省葡萄酒生产企业格局	136

第十二章 2003年西北地区葡萄酒市场分析

第一节 陕西省葡萄酒市场分析	136
----------------------	-----

一陕西省葡萄酒市场概况	136
二2003年陕西省葡萄酒行业运行情况分析	139
三2003年陕西省葡萄酒绩效情况分析	140
四2003年陕西省葡萄酒生产企业格局	140
第二节 甘肃省葡萄酒市场分析	140
一2003年甘肃省葡萄酒行业运行情况分析	140
二2003年甘肃省葡萄酒绩效情况分析	141
三2003年甘肃省葡萄酒生产企业格局	142
第三节 葡萄酒市场分析	142
一2003年葡萄酒行业运行情况分析	142
二2003年葡萄酒绩效情况分析	143
三2003年葡萄酒生产企业格局	143
第四节 宁夏葡萄酒市场分析	144
一宁夏葡萄酒市场调查	144
二2003年宁夏葡萄酒行业运行情况分析	146
三2003年宁夏葡萄酒绩效情况分析	147
四2003年宁夏葡萄酒生产企业格局	147

第十三章 我国葡萄酒消费者分析

第一节 消费者消费习惯分析	148
一我国葡萄酒消费概述	148
二消费者的购买因素	148
三不同消费者的消费特点	150
第二节 中国重点地区葡萄酒消费分析	151

一北京葡萄酒市场	152
二武汉葡萄酒市场	161
三青岛葡萄酒市场	169
四重庆葡萄酒市场调查	175
五广西葡萄酒消费者分析	176
六吉林省葡萄酒消费调查	177
七福建省葡萄酒市场调查	179
八云南省葡萄酒市场调查	180

第三部分 竞争篇

第十四章 我国葡萄酒行业竞争概述

第一节 葡萄酒行业竞争现状	182
一东西部竞争状况分析	182
二新旧品牌竞争状况分析	184
三其他资本抢滩葡萄酒状况	185
四主要品牌的市场占有率	185
五国内外品牌竞争状况分析	186
第二节 主要竞争方式分析	188
一品牌竞争	188
二价格竞争	192
三原料产地竞争	195
四经销商之争	195
五广告之争	195
六标准之争	195

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/917003044056006141>