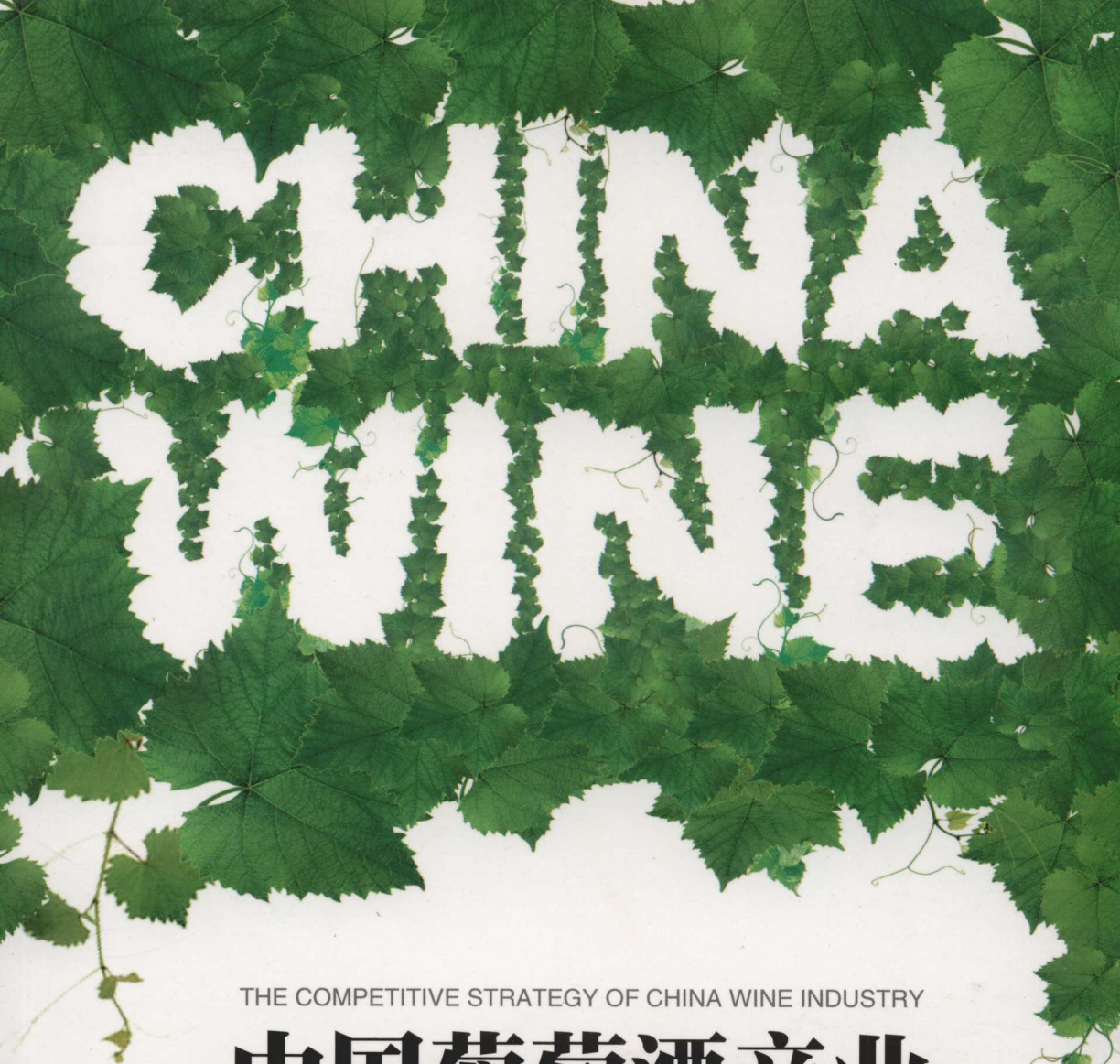




THE COMPETITIVE STRATEGY OF CHINA WINE INDUSTRY

中国葡萄酒产业 竞争战略

| 唐文龙◎著 |

新华出版社

THE COMPETITIVE STRATEGY OF CHINA WINE INDUSTRY

中国葡萄酒产业 竞争战略

| 唐文龙◎著 |

新华出版社

图书在版编目（CIP）数据

中国葡萄酒产业竞争战略 / 唐文龙著. —北京：新华出版社，2017.11

ISBN 978-7-5166-3592-6

I. ①中… II. ①唐… III. ①葡萄酒-酿酒工业-产业发展-研究-中国 IV. ①F426.82

中国版本图书馆CIP数据核字（2017）第269735号

中国葡萄酒产业竞争战略

作 者：唐文龙

责任编辑：蒋小云

封面设计：中尚图

出版发行：新华出版社

地 址：北京石景山区京原路8号

邮编：100040

网 址：<http://www.xinhupub.com>

经 销：新华书店

购书热线：010-63077122

中国新闻书店购书热线：010-63072012

照 排：中尚图

印 刷：北京墨阁印刷有限公司

成品尺寸：240mm×170mm

印 张：18

字 数：228千字

版 次：2017年11月第一版

印 次：2017年11月第一次印刷

书 号：ISBN 978-7-5166-3592-6

定 价：68.00元

版权所有，侵权必究。如有印装问题，请联系：010-59603187



唐文龙，业内知名的葡萄酒营销专家，资深酒类评论人。长期从事战略管理、品牌管理、葡萄酒市场营销及行业可持续发展领域的实践与研究工作。

代表性著作有《赢销葡萄酒：饮享成功的营销智慧》《中国葡萄酒市场营销模式与品牌管理》《中国葡萄酒文化》和《战略营销：案例与竞争模式》等；译著有《品牌：让相遇难以忘怀》《垂直品牌组合管理——制造商与零售商之间的整合品牌管理战略》等。



本书力求客观、真实地探讨中国葡萄酒产业的发展脉络以及在全球化竞争环境之下的产业竞争战略。通过对中国葡萄酒产业链条诸多利益攸关人的商业模式进行深度解读，作者试图用第三方的独立视角来看待与分析产业发展趋势和竞争环境，并为读者提供一个全面了解、认知中国葡萄酒产业的新视角，进而明确产业竞争战略的模式与方向。

责任编辑：蒋小云

装帧设计： 北京中尚图
文化传播有限公司

产业竞争及其战略模式构建，是任何一个国家或者地区在社会经济发展过程中必须面对的重大命题。世界各国都会着力发展属于自己的酿酒工业，一方面该产业能够为各国政府带来较为丰厚的税收回报，另一方面饮料酒也是各国民众日常生活不可分割的重要组成部分。在中国饮料酒行业，与白酒和啤酒相比，中国葡萄酒产业规模并不算大。但就全球范围之内来看，中国葡萄酒产业及其市场空间又不容小觑。因此，发现并构建中国葡萄酒产业的竞争战略就成为一项非常有意义的研究课题。

本书共分为四个部分，分别从不同角度分析中国葡萄酒产业经历了不同阶段的发展之后，在面临着高度国际化的市场竞争环境之下，如何科学地看待自身存在的问题及发展机遇，并结合国际、国内葡萄酒产业的发展趋势，为应对全球化竞争构建出强有力的竞争优势。

第一部分“中国葡萄酒产业的发展概况”，按照时间顺序从古代、近代和现代三个阶段梳理出中国葡萄酒产业所经历的主要发展阶段，然后围绕葡萄酒生产经营许可制度以及产品质量管理制度分析了中国葡萄酒产业的政府引导政策与规范管理历程。最后，探讨中国葡萄酒产业在整个饮料酒行业所扮演的角色以及整个国内市场消费的总体特征。

第二部分“中国葡萄酒产业的集群模式”，通过产业供应链条的纵向

分析勾勒出中国葡萄酒产业的市场主体运营状况，紧接着结合产业集群理论与相关观点着重论述了中国葡萄酒产业集群协同创新模式的重要性与构建路径。

第三部分“中国葡萄酒产业的全球竞争”，以中国饮料酒市场对外开放的步伐为主线，主要分析了进口葡萄酒商品在中国市场的发展历程与商业模式，并进一步推导出中国葡萄酒产业获得竞争优势与提高竞争能力的方法。

第四部分“中国葡萄酒产业近现代大事记”，按照时间顺序罗列出对近现代中国葡萄酒产业发展产生过重大影响的系列事件，这些事件在本书的前三部分可能已经出现或者未有涉及，它们共同为读者展示出一个深具年代感的中国葡萄酒产业发展进化史。

本书是“山东省社会科学规划研究项目（项目批准号 14CGLJ21）”的研究成果。通过系统的梳理和分析中国葡萄酒不同产业部门的发展脉络与竞争能力，作者在产业经济、集群管理和竞争战略领域的知识结构和研究能力又一次获得了较大程度的提高。在本书的写作过程中，作者阅读了大量有关葡萄酒行业发展的历史文献、著作和专业期刊。在此，谨对在此领域做过相关行业纪录与研究的诸多前辈与同仁，以及作者可能由于文献标注疏漏而没有提及的相关研究人士，表达最为诚挚的谢意。

关于中国葡萄酒产业竞争方面的论文很多，但是目前还没有系统关注整

个产业竞争战略的著作。希望本书的出版发行，能够弥补此方面研究的不足。本书所涉及的内容时间跨度大、产业部门多，希望通过系统性、综合性的分析能够为读者带来一场关于了解和推动中国葡萄酒产业发展的深刻思考。作者也衷心祝愿，中国葡萄酒产业能够在未来的市场激烈竞争中站稳脚跟，获得一次又一次的良性进化机会。

作者：唐文龙

2017年10月19日

第一部分 中国葡萄酒产业的发展概况

1

引言	3
----	---

第一章 中国葡萄酒产业主要发展阶段	4
-------------------	---

一、中国古代葡萄酒发展阶段（1840年之前）	4
二、中国近代葡萄酒发展阶段（1840年—1949年）	6
三、中国现代葡萄酒发展阶段（1949年至今）	8

第二章 中国葡萄酒生产经营许可证制度	14
--------------------	----

一、第一阶段：食品卫生指导监督	15
二、第二阶段：食品卫生许可制度	16
三、第三阶段：食品质量安全市场准入制度——QS认证许可	18
四、第四阶段：食品质量安全市场准入制度——SC认证许可	21

第三章 中国葡萄酒产品质量标准管理体系	25
---------------------	----

一、第一阶段：标准从无到有时期	26
二、第二阶段：多种标准并存时期	27
三、第三阶段：标准渐趋统一与严格时期	30

第四章 中国葡萄酒市场规模与消费特征	41
--------------------	----

一、中国葡萄酒产业市场规模增长进程	41
二、中国葡萄酒市场的主要消费特征	50

第五章 中国饮料酒行业的品类结构	55
二、中国饮料酒行业的子品类结构	57
三、中国葡萄酒产业的集中度	60
小结	62

第二部分

中国葡萄酒产业的集群模式

65

引言	67
第一章 中国酿酒葡萄产区与种植基地管理	68
一、全球葡萄种植与生产	68
二、中国主要酿酒葡萄产区	74
三、中国酿酒葡萄种植基地管理模式	75
第二章 中国葡萄酒生产商群体	78
一、国家产业结构调整政策与行业准入条件	78
二、中国葡萄酒生产企业整体运营情况	80
第三章 中国葡萄酒流通商群体	86
一、中国酒类流通体制的改革路径	87
二、中国葡萄酒流通领域的市场格局	89
第四章 中国葡萄酒产业链条上的其他利益攸关者	95
一、政府主管部门	95
二、国家级行业协会	96
三、高等教育机构	97
四、配套企业	100
五、行业媒体	102

第五章 中国葡萄酒产业集群的协同创新模式	104
一、产业集群与协同创新	104
二、中国葡萄酒产业集群的基本协同模式	106
三、宁夏葡萄酒产业集群的协同创新模式	113
小结	122

第三部分 中国葡萄酒产业的全球竞争

125

引言	127
----	-----

第一章 中国市场酒类进口商品的准入制度	128
---------------------	-----

一、酒类进口商品的进口配额和进口许可证管理制度	129
二、酒类进出口商品的对外贸易经营权主体	133

第二章 中国市场酒类商品进口关税减让进程	136
----------------------	-----

一、第一阶段：1950-1984年，全面关税保护时期	136
二、第二阶段：1985-1991年，关税宏观调节功能开始显现	138
三、第三阶段：1992年至今，关税普遍降低时期	140

第三章 自贸协定中酒类商品进口关税减让进程	152
-----------------------	-----

一、《中国-智利自由贸易协定》	152
二、《中国-新西兰自由贸易协定》	156
三、《中国-澳大利亚自由贸易协定》	159

第四章 进口葡萄酒在中国市场的商业模式	162
---------------------	-----

一、进口散装葡萄原酒商业模式	162
二、进口瓶装葡萄酒商业模式	164

第五章 中国葡萄酒产业的竞争力	174
-----------------	-----

一、全球葡萄酒产业版图的中国力量	174
------------------	-----

二、中国葡萄酒产业的竞争力分析	177
小结	187

第四部分 中国葡萄酒产业近现代大事记

191

引言	193
第一章 1892-1949年中国葡萄酒产业大事记	194
第二章 1950-1977年中国葡萄酒产业大事记	197
第三章 1978-2000年中国葡萄酒产业大事记	200
第四章 2001-2008年中国葡萄酒产业大事记	213
第五章 2009年至今中国葡萄酒产业大事记	224
小结	244
主要参考文献	247
作者研究文献	257
后记	267



表1-1	历届“全国评酒会”获奖葡萄酒品牌/产品	12
表1-2	与中国葡萄酒生产经营许可制度相关的法律法规	22
表1-3	食品生产许可分类目录（酒类）	24
表1-4	山葡萄酒的分类（QB/T 1982-94）	29
表1-5	山葡萄酒的分类（GB/T 27586-2011）	32
表1-6	实施葡萄酒地理标志产品保护的相关标准	34
表1-7	中国境内批准实施地理标志产品保护的国内外葡萄酒	36
表1-8	获得山东省卫生和计划生育委员会备案的部分葡萄酒企业标准	38
表1-9	中法合营王朝葡萄酿酒有限公司经营情况	43
表1-10	1997年全国葡萄酒行业主要企业经济指标	44
表1-11	2001年产量超过万千升的中国葡萄酒企业	45
表1-12	2005年中国葡萄酒产量前十位企业	45
表1-13	2005年中国葡萄酒行业运营情况	46
表1-14	2006年中国葡萄酒企业经营状况	47
表1-15	1949-2016年中国葡萄酒产量	50
表1-16	中国市场葡萄酒消费者诉求特征	51
图1-1	2002-2016年中国人均葡萄酒消费量	52
表1-17	饮料酒的分类	56
表1-18	葡萄酒的分类	56
表1-19	2015年度中国酿酒行业主要经济指标	58

表1-20	2016年度中国酿酒行业主要经济指标	58
表1-21	2016年度中国饮料行业主要经济指标	59
表1-22	2016年全国主要白酒、啤酒产量前十省市排名	60
表1-23	2011-2014年全国葡萄酒产量主要省市排名	61
表2-1	2010-2014年全球鲜食葡萄主要生产国	69
表2-2	2010-2014年全球葡萄干主要生产国	70
表2-3	2014年全球葡萄种植面积前10大国家	71
图2-1	2015年全球前5大葡萄种植国占比	71
表2-4	2015年全球主要葡萄品种种植面积	71
表2-5	2012-2016年欧盟主要葡萄酒生产国	73
表2-6	中国酿酒葡萄产区概况	75
表2-7	《葡萄酒行业准入条件》	79
表2-8	获得“中国驰名商标”称号的国内葡萄酒品牌	81
表2-9	已上市的国内代表性葡萄酒生产企业	82
表2-10	2016年主要葡萄酒生产企业运营情况	83
图2-2	2016年中国葡萄酒分季度产量	85
图2-3	2016年中国葡萄酒分月份产量	85
表2-11	1978年至今中国商品流通体制改革历程	89
表2-12	2016年主要酒类连锁/电商经营状况	90
图2-4	张裕的复合分销渠道模式	94
图2-5	中国葡萄酒产业分销渠道体系	94
表2-13	开设葡萄与葡萄酒工程本科专业的国内高校	98
表2-14	围绕葡萄酒生产的产业链配套企业	100
表2-15	2015-2016张裕主要产品营业成本构成	101
表2-16	与中国葡萄酒产业相关的代表性纸质媒体	102

表2-17	与中国葡萄酒产业相关的现行国家/行业标准	107
表2-18	与中国葡萄酒产业相关的现行地方标准	110
表2-19	宁夏贺兰山东麓葡萄酒产区“规划与建设”相关规定	115
表2-20	宁夏列级酒庄十大参评条件	118
表2-21	宁夏贺兰山东麓葡萄酒产区列级酒庄名单	119
图2-6	中国葡萄酒供应链条构成与比较分析	120
图2-7	中国葡萄酒产业集群协同创新模式	120
表3-1	实行进口配额管理的一般商品目录(1994)	130
表3-2	实行进口配额管理的一般商品(税号)目录(酒)	131
表3-3	1951-1978年酒类商品进口税率	138
表3-4	1988-1989年酒类商品进口税率	140
表3-5	1992-2000年酒类商品进口税率	141
表3-6	1992-2000年中国市场葡萄酒商品进口数量	142
表3-7	2001-2004年酒类商品进口税率	143
表3-8	2005年酒类商品进口税率	144
图3-1	2001-2005年中国市场葡萄酒进口金额	145
表3-9	2001-2016年中国市场进口葡萄酒数量和金额	147
表3-10	2016年中国市场进口葡萄酒主要来源国	148
图3-2	2016年中国市场进口葡萄酒分月度进口量	149
图3-3	2016年中国市场进口葡萄酒分月度进口金额	149
图3-4	2016年中国市场葡萄酒分季度进口量	150
图3-5	2016年中国市场葡萄酒分季度进口额	150
表3-11	2017年1-7月中国市场进口葡萄酒主要来源国	150
表3-12	中国关于智利原产酒类货物的关税减让时间表	153
表3-13	中国关于智利原产葡萄酒类货物的综合税率表	154

表3-14	2010-2016年中国进口原产自智利的葡萄酒产品	155
表3-15	中国关于新西兰原产酒类货物的关税减让时间表	156
表3-16	中国关于新西兰原产葡萄酒类货物的综合税率表	157
表3-17	2010-2016年中国进口原产自新西兰的葡萄酒产品	158
表3-18	新西兰葡萄酒国内外市场销售占比	158
表3-19	中国关于澳大利亚原产酒类货物的关税减让时间表	159
表3-20	中国关于澳大利亚原产葡萄酒类货物的综合税率表	160
表3-21	2010-2016年中国进口原产自澳大利亚的葡萄酒产品	161
表3-22	1993-2016年中国企业代理销售进口葡萄酒的部分代表性事件	165
表3-23	2007-2017年中国企业/商人收购的部分海外葡萄酒企业	167
表3-24	2016年中国10大瓶装葡萄酒进口商	169
表3-25	国外企业控股的知名中国酒类企业	172
表3-26	2012-2016年全球主要葡萄酒生产国统计	175
表3-27	2012-2016年全球主要葡萄酒消费国统计	176
图3-6	2016年全球前6大葡萄酒生产国生产量占比	176
图3-7	2016年全球前5大葡萄酒消费国消费量占比	177
表3-28	2016年度中国饮料酒行业代表性上市企业	178
表3-29	2017年全球10大葡萄酒品牌销售量	179
表3-30	2008-2010财年全球葡萄酒20强企业排名	180
表3-31	2008年意大利葡萄酒企业10强排名	181
表3-32	2015-2016年中国饮料酒企业国外市场表现	182
表3-33	2009-2016年中国葡萄酒进出口量	183
图3-8	1995-2016年中国葡萄酒出口量	183
图3-9	2005-2015年全球葡萄酒市场供需情况	183
图3-10	波特的钻石模型体系	184



第一部分

中国葡萄酒产业的发展概况