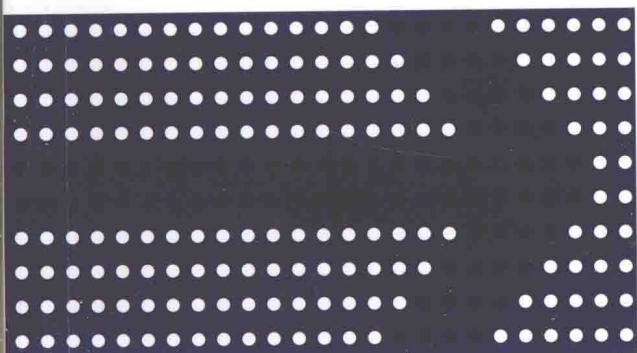


CHINESE WINE MARKET DEVELOPMENT REPORT



# 中国葡萄酒市场 年度发展报告

(2013-2014)

编著/张建生 总顾问/李 华

西北农林科技大学出版社

# 中国葡萄酒市场年度发展报告

## Chinese Wine Market Development Report

(2013-2014)

总编 张建生

总顾问 李 华

联合编著机构

中国食品工业协会葡果酒专家委员会

西北农林科技大学葡萄酒学院

科技部火炬计划：中国（杨凌）葡萄酒产业技术升级公共平台

中国常春藤国际葡萄酒市场研究中心

出品

成都常春藤企业管理咨询有限公司

出版

西北农林科技大学出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

中国葡萄酒市场年度发展报告. 2013 ~ 2014 / 张建生编著. —杨凌: 西北农林科技大学出版社, 2014.3

ISBN 978-7-81092-876-2

I. ①中… II. ①张… III. ①葡萄酒—消费市场—研究报告—中国—2013 ~ 2014

IV. ① F724.782

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 044120 号

# 中国葡萄酒市场年度发展报告. 2013 ~ 2014

张建生 编 著

---

出版发行 西北农林科技大学出版社

地 址 陕西杨凌杨武路 3 号

邮 编 712100

电 话 总编室: 029—87093105

发行部: 87093302

电子邮箱 press0809@163.com

印 刷 四川华龙印务有限公司

版 次 2014 年 03 月第 1 版

印 次 2014 年 03 月第 1 次

开 本 16 开

印 张 13.5

字 数 280 千字

书 号 ISBN 978-7-81092-876-2

订购邮箱 service@clwresearch.com

定价: 168.00 元

---

本书如有印装质量问题, 请与本社联系

# 目录CATALOGUE

---

## 前言 序言

## 13 年度新闻

|                    |       |
|--------------------|-------|
| 2013 年葡萄酒市场新闻纪要    | 14-19 |
| 2013 世界葡萄酒市场年度重要新闻 | 20-22 |

## 24 第一论坛

|                                                    |       |
|----------------------------------------------------|-------|
| 李 华 张建生 中国葡萄酒产业发展新模式<br>——基于家庭农场框架下的葡萄酒庄模式的构建      | 24-27 |
| 郎咸平 把握葡萄酒的本质，应对未来行业发展                              | 28-29 |
| 奥利维·柏赫纳 OLIVIER BERNARD 陈酿在时空里的葡萄酒<br>——给中国酿酒师的一封信 | 30-31 |
| 李振江 酒类 O2O，跨界联合才是王道                                | 32-33 |
| 杨陵江 O2O，构建新的价值体系                                   | 34-35 |
| 屈 星 用“专业服务”体现葡萄酒经营的可持续发展                           | 36-37 |

## 72 年度风云榜

|                      |         |
|----------------------|---------|
| 2013 中国葡萄酒市场年度人物风云榜  | 74-91   |
| 2013 中国葡萄酒市场年度品牌     | 93-105  |
| 2013 中国葡萄酒市场年度价值创新品牌 | 107-115 |
| 2013 年度最佳模式创新企业      | 117-127 |

## 38 年度报告

|                        |         |
|------------------------|---------|
| 2013 年全球葡萄酒市场发展特点报告    | 38-44   |
| 2013 年中国葡萄酒市场发展特点报告    | 45-59   |
| 2013 年中国葡萄酒市场渠道、终端发展报告 | 60-70   |
| 2013 年中国葡萄酒市场消费报告      | 129-141 |
| 2013 年中国葡萄酒电子商务发展报告    | 143-150 |
| 2013 年主要进口葡萄酒在中国发展报告   | 153-169 |
| 2013 年中国主要葡萄酒企业发展报告    | 171-179 |
| 2013 年中国葡萄酒主要产区发展报告    | 181-192 |
| 2013 年世界主要葡萄酒产区年份报告    | 193-197 |
| 2014 年葡萄酒市场发展大势预测报告    | 199-203 |
| 2014 年中国葡萄酒市场发展大势预测报告  | 204-209 |

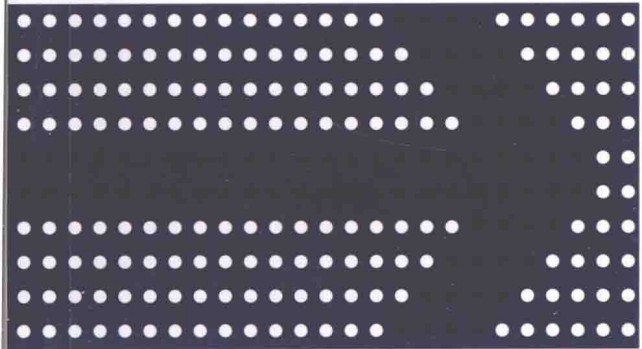
## 210 附录

葡萄酒项目招商

2014 年国内外重要葡萄酒展会一览表

## 214 编后

CHINESE WINE MARKET DEVELOPMENT REPORT



# 中国葡萄酒市场 年度发展报告

(2013-2014)

编著/张建生 总顾问/李 华

西北农林科技大学出版社

责任编辑：田南罗 瑞喆聪  
封面设计：罗

一本书 一瓶酒 一个行业  
ONE BOOK, ONE BOTTLE, THE INDUSTRY

ISBN 978-7-81092-876-2



定价:168.00元

# 立体解读中国市场 智慧服务中外酒商

Read Chinese Market from Various Aspects

Sever the Vintners both Home and Abroad with Wisdom



# 中国葡萄酒市场年度发展报告

## Chinese Wine Market Development Report

(2013-2014)

总编 张建生

总顾问 李 华

联合编著机构

中国食品工业协会葡果酒专家委员会

西北农林科技大学葡萄酒学院

科技部火炬计划：中国（杨凌）葡萄酒产业技术升级公共平台

中国常春藤国际葡萄酒市场研究中心

出品

成都常春藤企业管理咨询有限公司

出版

西北农林科技大学出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

中国葡萄酒市场年度发展报告. 2013 ~ 2014 / 张建生编著. —杨凌: 西北农林科技大学出版社, 2014.3

ISBN 978-7-81092-876-2

I. ①中… II. ①张… III. ①葡萄酒-消费市场-研究报告-中国-2013 ~ 2014

IV. ① F724.782

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 044120 号

# 中国葡萄酒市场年度发展报告. 2013 ~ 2014

张建生 编 著

---

出版发行 西北农林科技大学出版社

地 址 陕西杨凌杨武路 3 号

邮 编 712100

电 话 总编室: 029—87093105

发行部: 87093302

电子邮箱 press0809@163.com

印 刷 四川华龙印务有限公司

版 次 2014 年 03 月第 1 版

印 次 2014 年 03 月第 1 次

开 本 16 开

印 张 13.5

字 数 280 千字

书 号 ISBN 978-7-81092-876-2

订购邮箱 service@clwresearch.com

定价: 168.00 元

---

本书如有印装质量问题, 请与本社联系

# 中国葡萄酒市场年度发展报告(2013-2014)

## 编辑委员会

李 华: 西北农林科技大学副校长 葡萄酒学院终身名誉院长

杨 强: 中国食品工业协会葡·果酒专家委员会秘书长

王 华: 西北农林科技大学葡萄酒学院院长

张建生: 中国常春藤国际葡萄酒市场研究中心主席

潘汝显: 上海卡斯特酒业有限公司总裁

李彦奇: 中国常春藤国际葡萄酒市场研究中心首席研究员

杜高孝: 《企业家日报·食品周刊》主编

赵晓娟: 资深葡萄酒媒体人, 逸香网新闻中心主任

王克亮: 资深葡萄酒媒体人, 《糖烟酒周刊》葡萄酒品牌推广中心主任

邹 越: 中国常春藤国际葡萄酒市场研究中心研究员

王 蓉: 中国常春藤国际葡萄酒市场研究中心助理研究员

# 前言

在这春寒料峭的季节,《中国葡萄酒市场年度发展报告(2013-2014)》如期而至了。常春藤作为中国唯一一个葡萄酒市场专业研究机构,伴随着中国葡萄酒市场的发展坚守着,这是第八个年头了。她用年度市场分析报告、年度风云榜、新闻纪要、第一论坛等形式,收集着这一年来国际国内葡萄酒行业新闻与资讯,梳理着2013年中国葡萄酒市场的发展轨迹,阐释着行业人士2014年的观点和主张。她力求为中国市场的葡萄酒生产、经营企业从业者奉献权威、深刻、全面系统的行业全景和市场智慧,让我们在寒冬里感受到春天的暖阳,呼吸到春天的气息,寻找到春天的方向。

尽管存在发展中的困难,但中国葡萄酒市场发展前景依然诱人,中国人口基数巨大,国内消费者对葡萄酒的接受程度在日益提高,我们有理由乐观地相信:中国葡萄酒市场仍然是充满着魅力与诱惑的市场。

未来在中国葡萄酒市场的发展道路上,《中国葡萄酒市场年度发展报告》的出版和发行,始终将坚持和秉承“立体解读中国市场、智慧服务中外酒商”的宗旨,为中外葡萄酒企业、葡萄酒商、行业人士、专家学者、葡萄酒爱好者提供更权威、精准的研究成果。

本年度中国葡萄酒市场发展报告的编著出版,得到了各国葡萄酒组织、各地葡萄酒协会、葡萄酒管理机构、学术研究机构以及广大酒商的鼎力支持,得到了上海葡萄酒研究院、也买酒、1919酒类直供平台的数据支持,得到了百博软木、卡斯特、汉森、柏翠名品及金沙臻堡葡萄酒的大力赞助,在此表示衷心的感谢!

同时,感谢经济学家郎咸平教授、葡萄酒专家屈星,资深葡萄酒媒体人赵晓娟、王克亮、《企业家日报·食品周刊》主编杜高孝、证券机构食品饮料行业研究员杨勇胜、和君咨询酒类营销专家李振江、卡斯特酒业总裁潘汝显等的赐稿,感谢西北农林科技大学出版社对本书出版编校工作的大力支持!

中国食品工业协会葡·果酒专家委员会秘书长



2014年3月

## 鸣谢

### 战略合作/STRATEGIC PARTNERS



### 赞助机构/SUPPORTED BY



石家庄市百博贸易有限公司



上海卡斯特酒业有限公司



内蒙古金沙苑生态集团有限公司



内蒙古汉森葡萄酒业有限公司



柏翠名品

# 目录CATALOGUE

---

## 前言 序言

### 13 年度新闻

|                    |       |
|--------------------|-------|
| 2013 年葡萄酒市场新闻纪要    | 14-19 |
| 2013 世界葡萄酒市场年度重要新闻 | 20-22 |

### 24 第一论坛

|                                                    |       |
|----------------------------------------------------|-------|
| 李 华 张建生 中国葡萄酒产业发展新模式<br>——基于家庭农场框架下的葡萄酒庄模式的构建      | 24-27 |
| 郎咸平 把握葡萄酒的本质，应对未来行业发展                              | 28-29 |
| 奥利维·柏赫纳 OLIVIER BERNARD 陈酿在时空里的葡萄酒<br>——给中国酿酒师的一封信 | 30-31 |
| 李振江 酒类 O2O，跨界联合才是王道                                | 32-33 |
| 杨陵江 O2O，构建新的价值体系                                   | 34-35 |
| 屈 星 用“专业服务”体现葡萄酒经营的可持续发展                           | 36-37 |

### 72 年度风云榜

|                      |         |
|----------------------|---------|
| 2013 中国葡萄酒市场年度人物风云榜  | 74-91   |
| 2013 中国葡萄酒市场年度品牌     | 93-105  |
| 2013 中国葡萄酒市场年度价值创新品牌 | 107-115 |
| 2013 年度最佳模式创新企业      | 117-127 |

---

## 38 年度报告

|                        |         |
|------------------------|---------|
| 2013 年全球葡萄酒市场发展特点报告    | 38-44   |
| 2013 年中国葡萄酒市场发展特点报告    | 45-59   |
| 2013 年中国葡萄酒市场渠道、终端发展报告 | 60-70   |
| 2013 年中国葡萄酒市场消费报告      | 129-141 |
| 2013 年中国葡萄酒电子商务发展报告    | 143-150 |
| 2013 年主要进口葡萄酒在中国发展报告   | 153-169 |
| 2013 年中国主要葡萄酒企业发展报告    | 171-179 |
| 2013 年中国葡萄酒主要产区发展报告    | 181-192 |
| 2013 年世界主要葡萄酒产区年份报告    | 193-197 |
| 2014 年葡萄酒市场发展大势预测报告    | 199-203 |
| 2014 年中国葡萄酒市场发展大势预测报告  | 204-209 |

## 210 附录

葡萄酒项目招商

2014 年国内外重要葡萄酒展会一览表

## 214 编后

# 序 言

不可否认, 2013 年是我国葡萄酒市场发展几十年来最为艰难的一年。销量大幅下滑, 利润大幅下降, 酒商度日艰难, 市场普遍萧条。但是, 我以为这是市场经过多年快速发展之后的正常调整, 是一个自我调节、自我修复的过程。

中国是一个国际化的葡萄酒市场, 所有的变化都是市场经济规律在起作用。虽然国家在政治治理上对葡萄酒的消费有较大影响, 那也是对市场非正常发展的一种间接干预。限制三公消费, 打击行贿受贿, 打击以请吃请喝为媒的权钱交易, 迫使葡萄酒销售从非正常的贿赂方式回归到正常、规范的渠道上来。对于大多数酒商来说, 葡萄酒市场调整到公平、公正的环境, 大家靠本事而不是靠特权的竞争, 是一个值得庆贺和期待的好事。

当然, 被迫的、突然的, 甚至是以牺牲既得利益为代价的转变, 是痛苦的, 还有的企业要被淘汰出局。这是我们为建立一个良好的市场环境而必须付出的代价, 中外葡萄酒无论是谁, 都不能独善其身。

但是我们要正确面对的态度和清醒的头脑, 积极转变, 快速调整, 行动就是最好的应对。

我想这就是 2013 年度中国葡萄酒市场年度发展报告所表达的思想。常春藤团队作为中国唯一一个葡萄酒市场专业研究机构, 他们用自己的眼光和视角及辛勤劳动, 汇集了行业智慧, 为我们展开了一幅 2013 年的市场画卷。客观、准确、专业, 对中外酒商经营中国市场, 具有相当高的参考价值。

感谢常春藤, 中国市场需要这样的专业研究机构, 葡萄酒生产和经营企业需要这样的智慧, 希望《中国葡萄酒市场年度发展报告》不负众望, 更上一层楼!

西北农林科技大学副校长 葡萄酒学院终身名誉院长



2014 年 3 月