

## 行業概覽

### 國際葡萄與葡萄酒組織(OIV)

國際葡萄與葡萄酒組織(OIV)是一個政府間的組織，屬科研性質，或具有公認資格可從事有關葡萄、葡萄酒、葡萄酒飲料、食用葡萄、葡萄乾及其他葡萄產品的工作，是葡萄酒及葡萄種植領域的主要國際組織之一。OIV為獨立第三方。自OIV獲取及本節所披露的資料屬官方公佈資料。本公司並未因在本節使用及披露OIV的刊物而向其支付任何費用。

### 《中國統計年鑑2008》

《中國統計年鑑2008》是由中華人民共和國國家統計局（中國政府下屬部門）每年發行的官方刊物。因此自《中國統計年鑑2008》獲取的資料及統計數據屬官方公佈資料。中國國家統計局為獨立第三方。本公司並未因在本節使用及披露中國國家統計局的資料而向其支付任何費用。

### 《中國糖酒年鑑2008》

《中國糖酒年鑑2008》是由中國酒類流通協會每年發行的官方刊物，該協會於一九九五年四月經中國民政部批准成立，原名中國酒類商業協會，並於二零零六年四月更名。《中國糖酒年鑑2008》載有中國酒精飲料行業相關資料、統計數據及評註。中國酒類流通協會為獨立第三方。本公司並未因在本節使用及披露中國酒類流通協會的資料而向其支付任何費用。

### 《中國釀酒工業年鑑》

《中國釀酒工業年鑑2008》是由中國輕工業出版社出版並由中國釀酒工業協會(CADIA)（該協會經中國輕工業部批准成立）每年發行的官方刊物，當中載有中國釀酒行業相關資料、統計數據及評註。CADIA為獨立第三方。本公司並未因在本節使用及披露CADIA的資料而向其支付任何費用。

## 行業概覽

### 全球貿易數據庫

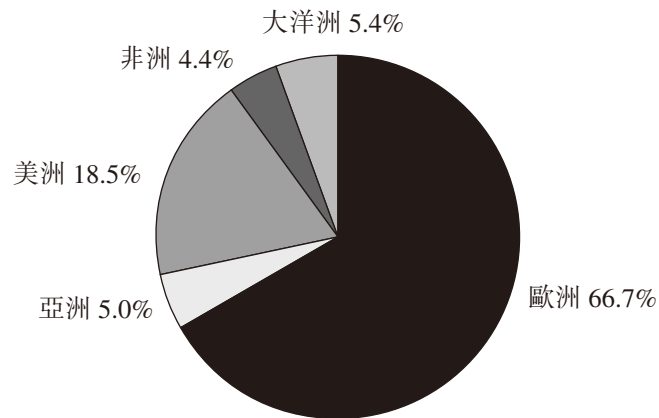
全球貿易數據庫是由世界貿易信息服務股份公司(GTI)提供的信息服務，該公司是一家總部位於美國，並在歐洲、日本及中國設有辦事處的信息服務集團，向政府、貿易協會及工商企業提供國際商品貿易數據。GTI為獨立第三方。本公司並未因在本節使用及披露GTI的資料而向其支付任何費用。

### 全球葡萄酒行業

#### 葡萄酒生產

根據OIV的估計，於二零零八年，全球葡萄酒產量（不包括果汁及葡萄液）估計約為2.69億百升，較二零零七年輕微減少約400,000百升。

#### 全球葡萄酒產量（按洲劃分）



資料來源：OIV

## 行業概覽

下表列示根據OIV估計及預測的全球領先的葡萄酒生產國名單（按十萬升計）：

全球十大葡萄酒生產國名單（按十萬升計）

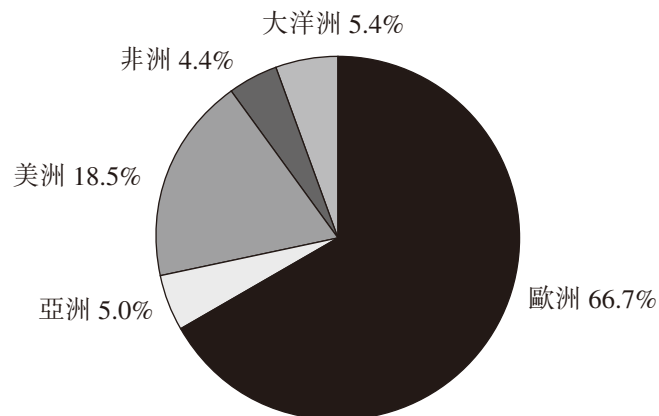
國家	二零零八年預測	所佔百分比
意大利	48,633	18.1%
法國	41,429	15.4%
西班牙	34,630	12.9%
美國	19,200	7.1%
阿根廷	14,677	5.5%
澳洲	12,431	4.6%
<b>中國</b>	<b>12,000</b>	<b>4.5%</b>
南非	10,261	3.8%
德國	9,991	3.7%
智利	8,683	3.2%
全球合計	<u>269,018</u>	

資料來源：OIV

### 葡萄酒消費

根據OIV的估計及預測，於二零零八年全球葡萄酒消費合共約為244,900,000百升，較二零零七年的247,200,000百升減少近2,400,000百升：

整體葡萄酒消費情況（按洲劃分）



資料來源：OIV

## 行業概覽

下表列示根據OIV的估計及預測的全球領先的葡萄酒消費國名單（按十萬升計）：

### 全球十大葡萄酒消費國名單（按十萬升計）

國家	二零零八年預測	所佔百分比
法國	31,750	13.0%
美國	28,516	11.6%
意大利	26,000	10.6%
德國	20,747	8.5%
<b>中國</b>	<b>13,671</b>	<b>5.6%</b>
英國	13,483	5.5%
西班牙	12,790	5.2%
俄羅斯	11,000	4.5%
阿根廷	10,677	4.4%
羅馬尼亞	5,404	2.2%
全球合計	<u>244,897</u>	

資料來源：OIV

據美國海外農業服務署引述Global Trade Atlas的資料發出的報告稱，中國亦為歐盟葡萄酒出口的十大出口對象之一，於二零零六年至二零零八年均錄得穩定增長：

目的國	二零零六年		二零零七年		二零零八年	
	數量	金額	數量	金額	數量	金額
美國	4,394	2,811	4,765	3,119	4,610	3,106
俄羅斯	4,104	377	4,184	517	3,281	572
瑞士	1,564	749	1,610	901	1,563	1,113
加拿大	1,512	683	1,515	776	1,524	864
日本	1,139	745	1,082	780	1,132	873
安哥拉	938	71	886	87	847	103
<b>中國</b>	<b>464</b>	<b>83</b>	<b>373</b>	<b>153</b>	<b>517</b>	<b>208</b>
挪威	453	174	505	239	496	273
尼日利亞	506	16	206	33	359	66
巴西	201	76	232	99	226	113
其他	2,362	1,175	3,103	1,577	3,033	1,861
<b>全球</b>	<b>17,637</b>	<b>6,960</b>	<b>18,461</b>	<b>8,281</b>	<b>17,588</b>	<b>9,152</b>

資料來源：Global Trade Atlas

## 行業概覽

據美國海外農業服務署稱，儘管全球經濟狀況惡化，二零零九年全球葡萄酒需求可能只有輕微回落，因為消費者僅轉向消費價格較低的品牌，而不會顯著減少葡萄酒的消費量。庫存的增加將部分抵消產量的下降，因此價格應不會出現明顯變化。

### 中國葡萄酒行業

根據《中國釀酒工業年鑑2008》，二零零六年中國葡萄酒總產量為495,100千升，較上年度的約434,000千升增加約18.1%。此外，年鑑稱，二零零六年葡萄酒銷售總收入達人民幣129.5億元，較上年度增加25.04%。二零零七年中國的葡萄酒產量延續快速增長態勢，達到665,100千升，銷售收入達到人民幣146.8億元。

中國葡萄酒消費近年來一直保持著20%左右的穩定增長，而全球平均消費增長率只有1.5%。

下表列示於二零零一年至二零零七年期間中國國內生產總值及其增長率：

年度	二零零一年	二零零二年	二零零三年	二零零四年	二零零五年	二零零六年	二零零七年
國內生產總值 (人民幣十億元)	10,965.52	12,033.27	13,582.28	15,987.83	18,321.83	21,192.35	24,952.99
增長率		8.3%	9.1%	10.0%	10.1%	10.2%	

資料來源：《中國統計年鑑2008》

根據《中國統計年鑑2008》，中國城鎮居民每年人均可支配收入由二零零零年的人民幣6,280元增至二零零六年的人民幣11,759元及二零零七年的人民幣13,786元，而中國農村居民每年人均淨收入由二零零零年的人民幣2,253元增至二零零六年的人民幣3,587元及二零零七年的人民幣4,140元。

根據《中國糖酒年鑑2008》，目前中國年均葡萄酒個人消費量僅為世界平均水平的6%，因而僅處於發展階段。以下幾個因素，例如平均收入水平上升，尤其是中產階層崛起，以及葡萄酒作為一種健康飲料的價值得到廣泛認可，皆可推動葡萄酒消費量快速增長。根據《中國糖酒年鑑2008》，葡萄酒早已進入尋常百姓家庭，並成為中國家庭酒類飲料之一。

## 行業概覽

中國葡萄酒人均消費水平較低，乃由於受飲食習慣及傳統文化影響所致。中國的傳統酒種是白酒和黃酒，啤酒由於大眾化特徵較強也獲得了較快發展，而葡萄酒消費則帶有很強的文化屬性，飲用時通常要與食物（主要是西餐）合理搭配，因而其特定的消費屬性決定其在中國普及程度較慢。

葡萄酒是世界暢銷型酒精飲料，其文化歷史源遠流長，由於葡萄酒是全汁發酵，酒精含量低，營養價值高，常飲對人的心、腦血管有醫療功效，是現今除啤酒外獲飲用最多的酒精飲料。隨著中國經濟發展水平的日益提高，中國社會總體消費水平和結構亦不斷提升，因而飲用葡萄酒的人數也在穩步增加。以葡萄酒代替白酒已是國際性的趨勢，且消費層次逐漸向年輕化和知識化的群體發展，因而中國的葡萄酒銷售市場前景獲看好。

隨著中國一般民眾生活水平的提高，酒精飲料消費水平呈上升趨勢，而葡萄酒消費量也有所提高。

預計以前大小葡萄酒廠家的低價促銷、限量銷售將很快淡出，葡萄酒品牌高端化運作的勢頭將越來越猛。而隨著葡萄酒產業結構調整以及葡萄酒新標準的實施，優質葡萄酒的市場需求將會進一步拓展，高端市場的潛力將逐漸釋放。

### 中國的葡萄酒生產

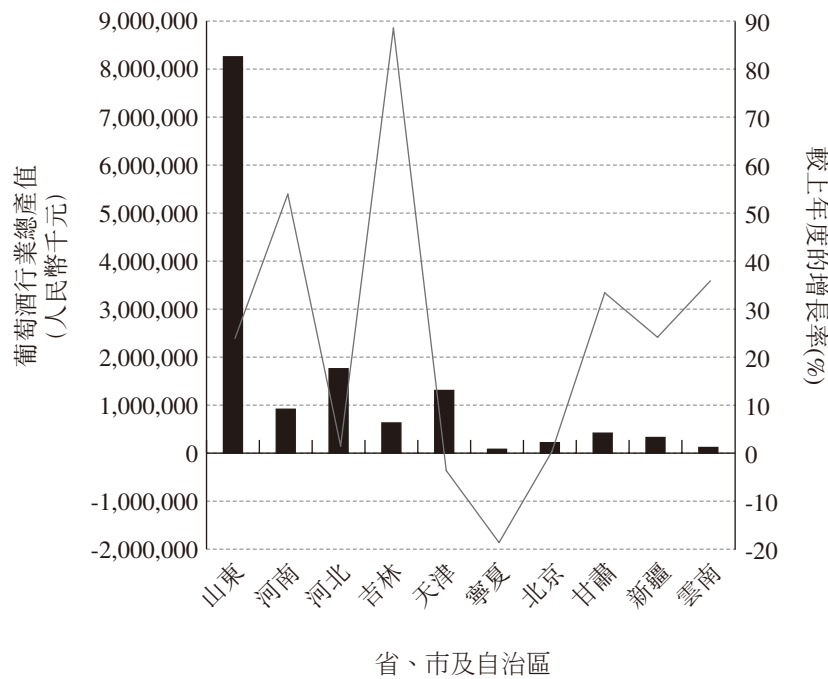
中國葡萄種植歷史悠久，但絕大部分葡萄用於鮮食。中國葡萄種植總面積為407,900公頃，其中釀酒葡萄種植面積為46,600公頃；二零零五年全國葡萄產量為579.4萬噸，其中釀酒葡萄產量約48萬噸。根據國家葡萄和葡萄酒的自然發展規劃，到二零一零年全國釀酒葡萄種植面積將達66,670公頃，二零一五年將達10萬公頃。

## 行業概覽

下圖列示中國的主要葡萄種植地區。



中國葡萄酒生產在地理上集中在若干地區。於二零零七年，十大產區的產值佔中國葡萄酒產值的94.13%。如下圖所示，吉林省的年增長率在二零零七年攀升至最高。



資料來源：《中國釀酒工業年鑑》

## 行業概覽

中國葡萄酒行業的競爭異常激烈，市場由一些大型生產商及眾多小型生產商組成。根據《中國釀酒工業年鑑2008》，葡萄酒企業約為600家，其中十大葡萄酒生產企業的產量合共佔二零零七年中國葡萄酒總產量的約61.84%。張裕、長城、王朝及威龍品牌葡萄酒企業的產量合共佔二零零七年中國總產量的約40.73%。本公司面臨來自現有生產商及新市場參與者的激烈競爭，包括來自進口葡萄酒的競爭。在吉林省（當地生產葡萄酒所用的主要原料為山葡萄），本公司董事認為以下公司是本公司的主要競爭對手：通化葡萄酒股份有限公司及長白山酒業集團有限公司。就整個中國市場而言，本公司董事認為以下公司是本公司的主要競爭對手：王朝葡萄酒業集團有限公司、煙台張裕葡萄釀酒股份有限公司及中國長城葡萄酒有限公司。

### 來自進口葡萄酒的挑戰

根據《中國糖酒年鑑2008》，自從中國的葡萄酒進口關稅下調之後，法國、澳大利亞、意大利及西班牙的葡萄酒紛紛進入中國市場，成為中國葡萄酒市場上國內葡萄酒生產商的強而有力的競爭對手。根據統計資料，二零零七年進口葡萄酒佔中國市場的10%，而二零零六年佔6.6%。二零零七年，向中國輸出葡萄酒的前十大瓶裝葡萄酒生產國分別為法國、澳大利亞、意大利、西班牙、智利、美國、德國，阿根廷、葡萄牙及南非。其中，進口法國葡萄酒的市場份額由二零零六年的34%上升至二零零七年的37%，而進口澳大利亞葡萄酒的市場份額則由二零零六年的23%下降至二零零七年的21%。

《中國糖酒年鑑2008》引述國際葡萄酒與烈性酒調查(International Wine and Spirits Review) (「IWSR」) 的預測指出，中國作為消費市場之一，其葡萄酒消費量（包括國產葡萄酒及進口葡萄酒）從二零零六年至二零一一年將快速增長，年均增長率達13%。IWSR預測，中國葡萄酒消費量於二零一一年將達11億瓶，佔亞洲市場的40%（較二零零六年水平增加一倍）。外國葡萄酒在中國市場屬於高檔產品，其主要客戶為酒店、夜總會及其他高消費場所。