

2017-2022年中国黄酒行业 深度研究与投资战略报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国黄酒行业深度研究与投资战略报告》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.abaogao.com/b/pijiu/G35327S3Q5.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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。

二、说明、目录、图表目录

黄酒是世界上最古老的酒类之一，源于中国，且唯中国有之，与啤酒、葡萄酒并称世界三大古酒。约在三千多年前，商周时代，中国人独创酒曲复式发酵法，开始大量酿制黄酒。黄酒产地较广，品种很多，著名的有山东即墨老酒、江西吉安固江冬酒，无锡惠泉酒、绍兴状元红、绍兴女儿红、张家港的沙洲优黄、吴江的吴宫老酒、百花漾等桃源黄酒；上海老酒、鹤壁豫鹤双黄、福建闽安老酒、江西九江封缸酒、江苏白蒲黄酒（水明楼）、江苏金坛和丹阳的封缸酒、河南双黄酒、广东客家娘酒、张家口北宗黄酒和绍兴加饭酒（花雕酒等）、广东珍珠红酒等。

从行业营收和利润来看，2014年景气低，2015年开始黄酒行业有所反弹。近几年，受经济增速放缓和需求疲软等影响，黄酒行业的营收和利润增速出现了不同程度的下滑，增速从2007年高点的42%和62%下跌到2014年的近乎为0的增长。2015年开始行业有复苏迹象，营收和利润增速开始上升，从分月数据来看增速显著回升。

2004-2015年黄酒行业主营收入及同比增速

2004-2015年黄酒行业利润及同比增速

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国黄酒行业深度研究与投资战略报告》共十四章。首先介绍了黄酒行业市场发展环境、黄酒整体运行态势等，接着分析了黄酒行业市场运行的现状，然后介绍了黄酒市场竞争格局。随后，报告对黄酒做了重点企业经营状况分析，最后分析了黄酒行业发展趋势与投资预测。您若想对黄酒产业有个系统的了解或者想投资黄酒行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

报告目录：

第一章 黄酒相关概述 20

第一节 黄酒的概念与特点 20

一、黄酒基本介绍 20

二、黄酒名称介绍 21

三、黄酒种类分析 22

四、黄酒特点分析 25

第二节 黄酒酿造与历史渊源 26

一、黄酒酿造的原料 26

二、黄酒的生产工艺 26

三、黄酒的功用介绍 29

四、黄酒的发展历程 30

第三节 黄酒发展优势 32

一、保健 32

二、入药 34

三、烹饪 34

四、政策 34

五、空间 35

第二章 2014-2016年中国黄酒业市场发展环境解析 37

第一节 2016年中国宏观经济发展环境分析 37

一、2016年中国GDP增长情况 37

二、2016年中国工业经济发展形势 38

三、2016年全社会固定资产投资 40

四、2016年社会消费品零售总额 42

五、2016年城乡居民收入与消费 44

六、2016年进出口贸易发展形势 46

第二节 2014-2016年中国黄酒市场政策环境分析 48

一、国内黄酒行业管理体制 48

二、黄酒行业相关法规标准 49

(一) 酒类流通管理办法 49

(二) 食用酒精国家标准 53

(三) 酒类广告管理办法 55

(四) 酒类卫生管理办法 57

(五) 黄酒国家最新标准 58

(六) 出口黄酒检验规程 59

(七) 黄酒生产许可证审查细则 63

(八) 绍兴酒出口许可证管理规定 67

三、国内黄酒行业产业政策	69
四、国内黄酒行业进入壁垒	70
第三节 2014-2016年中国黄酒市场社会环境分析	72
一、人口环境分析	72
二、教育环境分析	75
三、科技环境分析	77
四、文化环境分析	81
五、中国城镇化率	81
六、消费环境分析	82
第三章 2014-2016年中国黄酒行业发展现状分析	84
第一节 2014-2016年中国黄酒业市场发展概述	84
一、黄酒产业发展情况分析	84
二、中国黄酒市场发展分析	85
三、国内黄酒市场发展特征	86
(一) 区域经济特征较为显著	86
(二) 企业生产规模集中度低	88
(三) 低价同质化竞争较明显	89
(四) 黄酒业成现老龄化特征	89
四、黄酒业发展驱动力分析	90
五、概念经济被黄酒业效仿	91
六、黄酒文化创新认知不足	92
第二节 2014-2016年中国黄酒业市场运行形势	92
一、国家优化黄酒发展环境	92
二、中国黄酒市场发展特点	93
三、中国黄酒行业发展态势	95
四、会展经济助黄酒业腾飞	98
五、黄酒产业行业整合情况	99
六、黄酒业动力与压力并存	100
第三节 2014-2016年中国黄酒企业发展状况	100
一、黄酒企业产能扩张情况	100
二、黄酒企业提价情况分析	101

三、黄酒企业产品结构分析	102
四、黄酒企业销售模式分析	105
五、黄酒企业盈利模式分析	107
六、高端黄酒企业发展出路	108
第四节 2014-2016年中国黄酒高端化生存分析	110
第五节 2014-2016年中国黄酒行业存在问题分析	111
一、黄酒行业存在的问题	111
二、黄酒面临尴尬问题	113
第六节 2014-2016年黄酒市场发展困境及对策分析	114
一、发展困境	114
二、发展对策	116
第四章 2014-2016年中国黄酒制造行业主要数据分析	118
第一节 2014-2016年中国黄酒制造行业发展分析	118
一、2015年中国黄酒制造行业发展概况	118
二、2016年中国黄酒制造行业发展概况	121
第二节 2014-2016年中国黄酒制造行业规模分析	123
一、企业数量增长分析	123
二、资产规模增长分析	125
三、销售规模增长分析	127
四、利润规模增长分析	129
第三节 2014-2016年中国黄酒制造行业结构分析	131
一、企业数量结构分析	131
二、资产规模结构分析	133
三、销售规模结构分析	134
四、利润规模结构分析	136
第四节 2014-2016年中国黄酒制造行业产值分析	137
一、产成品增长分析	137
二、工业销售产值分析	139
三、出口交货值分析	141
第五节 2014-2016年中国黄酒制造行业成本费用分析	142
一、销售成本统计	142

二、主要费用统计	143
第六节 2014-2016年中国黄酒制造行业运营效益分析	145
一、偿债能力分析	145
二、盈利能力分析	147
三、运营能力分析	151
第五章 2014-2016年中国黄酒产量数据统计分析	155
第一节 2014-2016年中国黄酒生产供给情况	155
第二节 2014-2016年中国主要省区黄酒产量	155
第三节 2014-2016年中国黄酒生产集中度分析	156
第六章 2014-2016年中国黄酒进出口状况分析	158
第一节 2014-2016年中国黄酒进口分析	158
一、中国黄酒进口数量情况	158
二、中国黄酒进口金额情况	158
第二节 2014-2016年中国黄酒出口分析	159
一、中国黄酒出口数量情况	159
二、中国黄酒出口金额情况	160
第三节 2014-2016年中国黄酒进出口均价	161
第四节 2016年中国黄酒进出口流向分析	161
一、中国黄酒进口来源地情况	161
二、中国黄酒出口目的地情况	162
第五节 2016年中国黄酒进出口省市分析	163
一、中国黄酒进口省市情况	163
二、中国黄酒出口省市情况	164
第六节 2016年中国黄酒进出口关区分析	165
一、中国黄酒进口关区情况	165
二、中国黄酒出口关区情况	166
第七章 2014-2016年中国黄酒行业区域市场分析	168
第一节 绍兴黄酒市场发展分析	168
一、浙江黄酒市场发展现状	168
二、绍兴黄酒产业发展做法	169

- 三、绍兴黄酒电子交易情况 170
- 四、绍兴黄酒抱团突围市场 171
- 五、绍兴黄酒产业发展建议 172
- 第二节 上海黄酒市场发展分析 175
 - 一、上海黄酒市场发展状况 175
 - 二、上海黄酒市场格局分析 176
 - 三、上海黄酒市场发展特点 178
 - 四、上海黄酒消费情况分析 179
 - 五、上海黄酒质量检测分析 180
- 第三节 江苏黄酒市场发展分析 181
 - 一、江苏黄酒市场发展状况 181
 - 二、江苏黄酒企业面临尴尬 182
 - 三、江苏黄酒振兴正当时 183
 - 四、江苏黄酒品牌决定市场 186
 - 五、江苏黄酒发展思路解析 188
- 第四节 北京黄酒市场发展分析 188
 - 一、北京黄酒市场发展状况 188
 - 二、北京黄酒市场竞争格局 189
 - 三、北京黄酒市场激流涌动 191
 - 四、北京黄酒市场发展问题 191
 - 五、北京黄酒市场解析开发 192
- 第五节 其他地区黄酒市场发展分析 196
 - 一、安徽黄酒市场发展状况 196
 - 二、河南黄酒市场发展状况 196
 - 三、湖南黄酒市场发展状况 197
 - 四、山东黄酒市场发展状况 198
 - 五、重庆黄酒市场发展状况 199
 - 六、福建黄酒市场发展状况 199

第八章 2014-2016年中国黄酒行业营销分析 201

第一节 黄酒行业营销现状分析 201

- 一、黄酒开启“五度”营销 201

- 二、黄酒营销处平台整理期 202
- 三、黄酒企业的品牌+营销路 204
- 四、中国黄酒行业消费升级 205
- 五、黄酒概念营销模式炒作 206
- 第二节 黄酒市场情景营销分析 207
- 第三节 黄酒品牌营销误区分析 209
 - 一、黄酒企业避谈“黄” 209
 - 二、黄酒企业过度攀高 210
 - 三、包装缺乏产业形象 211
- 第四节 二线黄酒品牌营销策略 211
 - 一、管理创新 212
 - 二、营销创新 212
 - 三、价值创新 213
- 第五节 黄酒市场网络营销分析 213
 - 一、搜索引擎 214
 - 二、博客论坛 214
 - 三、行业网站 215
 - 四、门户网站 216
 - 五、交易平台 217
 - 六、企业网站 217
- 第六节 黄酒市场淡季营销分析 218
 - 一、产品创新拉动淡季市场 218
 - 二、渠道创新提升淡季盈利 219
 - 三、促销创新抢夺市场份额 220
- 第七节 黄酒市场标准化营销分析 221
 - 一、传播口径标准化 222
 - 二、包装容器标准化 222
 - 三、饮酒器具标准化 223
- 第八节 黄酒借助保健品营销模式 223
 - 一、市场环境分析 223
 - 二、产品市场定位 225
 - 三、整合营销模式 225

第九节 黄酒市场营销相关建议 228

一、切准市场教育的突破点 228

二、把握提升产品形象技巧 229

三、用价格体现黄酒的价值 230

四、黄酒营销的非主流路线 230

第十节 黄酒市场营销策略分析 232

一、增加自驱动力 232

二、改变经营观念 233

三、倡导时尚黄酒 234

第九章 2014-2016年中国黄酒创新分析 235

第一节 黄酒行业成长与创新分析 235

第二节 黄酒行业的创新现状 235

一、黄酒行业发展亟待创新 235

二、国内黄酒创新备受瞩目 237

三、创新包装打开国际市场 238

四、黄酒创新成为营销热点 239

五、黄酒业经营策略创新分析 240

第三节 目前形势下黄酒的创新分析 241

第十章 2014-2016年中国黄酒行业竞争格局分析 247

第一节 黄酒竞争力分析 247

一、价值归位 247

二、品牌提升 247

三、历史传承 247

第二节 黄酒行业竞争格局分析 248

一、黄酒行业竞争激烈 248

二、黄酒行业竞争态势 249

三、黄酒业品牌集中度 250

四、黄酒业市场集中度 251

五、黄酒替代品的竞争 252

第三节 黄酒品牌格局分析 254

一、行业分散式发展	254
二、行业品牌的竞争	255
三、市场容量不断增加	255
四、行业进行品牌整合	256
第四节 未来黄酒市场格局分析	258
一、国内黄酒市场分析	258
二、黄酒消费现状分析	259
三、黄酒市场的竞争力	260
第五节 黄酒企业增强竞争力的对策	260
一、培育新的市场需求	260
二、不断进行技术创新	261
三、不断创新企业组织	261
第六节 提升黄酒业核心竞争力对策	262
一、提高黄酒自身价值竞争力	262
二、通过人才获得核心竞争力	262
三、通过文化获得核心竞争力	263
四、创新服务夯实核心竞争力	263
五、资本整合做大做强黄酒业	263
第十一章 2014-2016年中国黄酒产业重点企业分析	265
第一节 浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司	265
一、企业基本情况	265
二、企业经营情况分析	266
三、企业经济指标分析	267
四、企业盈利能力分析	267
五、企业偿债能力分析	267
六、企业运营能力分析	268
七、企业成本费用分析	268
第二节 上海金枫酒业股份有限公司	269
一、企业基本情况	269
二、企业经营情况分析	270
三、企业经济指标分析	271

四、企业盈利能力分析	271
五、企业偿债能力分析	271
六、企业运营能力分析	272
七、企业成本费用分析	272
第三节 山东即墨黄酒厂	273
一、公司基本情况	273
二、企业主要经济指标	273
三、企业偿债能力分析	274
四、企业盈利能力分析	275
五、企业运营能力分析	276
第四节 上海冠生园华光酿酒药业有限公司	277
一、公司基本情况	277
二、企业主要经济指标	277
三、企业偿债能力分析	278
四、企业盈利能力分析	279
五、企业运营能力分析	280
第五节 浙江嘉善黄酒股份有限公司	280
一、公司基本情况	280
二、企业主要经济指标	281
三、企业偿债能力分析	282
四、企业盈利能力分析	283
五、企业运营能力分析	284
第六节 南通白蒲黄酒有限公司	285
一、公司基本情况	285
二、企业主要经济指标	285
三、企业偿债能力分析	286
四、企业盈利能力分析	287
五、企业运营能力分析	288
第七节 中国绍兴黄酒集团有限公司	288
一、公司基本情况	288
二、企业主要经济指标	289
三、企业偿债能力分析	290

- 四、企业盈利能力分析 290
- 五、企业运营能力分析 291
- 第八节 湖南酃醪酒业有限公司 292
 - 一、公司基本情况 292
 - 二、企业主要经济指标 292
 - 三、企业偿债能力分析 293
 - 四、企业盈利能力分析 294
 - 五、企业运营能力分析 294
- 第九节 安徽陈瑶湖黄酒有限公司 295
 - 一、公司基本情况 295
 - 二、企业主要经济指标 296
 - 三、企业偿债能力分析 296
 - 四、企业盈利能力分析 297
 - 五、企业运营能力分析 298
- 第十节 湖南胜景山河生物科技股份有限公司 298
 - 一、企业基本情况 298
 - 二、企业主要经济指标 300
 - 三、企业偿债能力分析 300
 - 四、企业盈利能力分析 300
 - 五、企业运营能力分析 301
- 第十一节 安徽省古南丰酒业有限公司 301
 - 一、公司基本情况 301
 - 二、企业主要经济指标 302
 - 三、企业偿债能力分析 302
 - 四、企业盈利能力分析 303
 - 五、企业运营能力分析 303
- 第十二节 会稽山绍兴酒股份有限公司 304
 - 一、公司基本情况 304
 - 二、企业主要经济指标 305
 - 三、企业偿债能力分析 305
 - 四、企业盈利能力分析 306
 - 五、企业运营能力分析 306

第十三节 江苏张家港酿酒有限公司 307

- 一、公司基本情况 307
- 二、企业主要经济指标 307
- 三、企业偿债能力分析 308
- 四、企业盈利能力分析 308
- 五、企业运营能力分析 308

第十四节 内蒙古御膳春酒业有限责任公司 309

- 一、公司基本情况 309
- 二、企业主要经济指标 309
- 三、企业偿债能力分析 310
- 四、企业盈利能力分析 310
- 五、企业运营能力分析 310

第十五节 四川省仪陇银明黄酒有限责任公司 311

- 一、公司基本情况 311
- 二、企业主要经济指标 311
- 三、企业偿债能力分析 312
- 四、企业盈利能力分析 312
- 五、企业运营能力分析 313

第十六节 浙江塔牌绍兴酒有限公司 313

- 一、公司基本情况 313
- 二、企业主要经济指标 314
- 三、企业偿债能力分析 315
- 四、企业盈利能力分析 315
- 五、企业运营能力分析 315

第十七节 安徽省越宜酒业有限公司 316

- 一、公司基本情况 316
- 二、企业主要经济指标 316
- 三、企业偿债能力分析 317
- 四、企业盈利能力分析 317
- 五、企业运营能力分析 318

第十八节 蒙洲神泉黄酒厂 318

- 一、公司基本情况 318

- 二、企业主要经济指标 318
- 三、企业偿债能力分析 319
- 四、企业盈利能力分析 319
- 五、企业运营能力分析 319

第十二章 2014-2016年中国黄酒行业发展策略分析 321

第一节 后危机绍兴黄酒业发展策略 321

- 一、后危机黄酒业面临的形势 321
- 二、后危机黄酒业发展的策略 323

第二节 黄酒从区域走向全国对策 326

- 一、品牌力 326
- 二、产品力 327
- 三、招商力 328
- 四、动销力 329

第三节 黄酒品牌战略发展状况 329

第四节 黄酒异地扩张模式新思路 331

- 一、销售规模与营销效率关系 331
- 二、黄酒异地扩张的营销缺陷 332
- 三、异地扩张思路—渠道扁平 333

第五节 企业发展高端市场策略 334

- 一、塑造品牌新内涵摆脱束缚 334
- 二、把握消费趋势开创新价值 335
- 三、小众营销制造高端影响 336

第六节 黄酒品牌注入活力对策 337

- 一、走主副结合差异化之路 337
- 二、从理性说教到情感诉求 338
- 三、预先为顾客常模拟情景 339
- 四、为品牌平添高雅与浪漫 339
- 五、为品牌平添时尚与动感 340

第七节 黄酒相关推广途径分析 341

- 一、网络营销 341
- 二、文化移植 342

三、定制推广 342

四、商会推广 343

第八节 未来黄酒企业发展出路 343

一、走品牌/文化发展之路 343

二、走产品/工艺创新之路 344

三、走营销创新发展之路 344

四、走蓝海战略发展之路 345

五、走新的市场发展之路 345

第十三章 2017-2022年中国黄酒行业发展预测分析 346

第一节 2017-2022年中国黄酒行业发展趋势分析 346

一、新型黄酒市场占比将增大 346

二、行业利润向龙头企业集中 346

三、黄酒业高端发展趋势不变 346

四、农村将成黄酒业竞争热点 346

第二节 2017-2022年中国黄酒消费需求趋势预测 347

第三节 2017-2022年中国黄酒行业发展前景分析 348

第四节 2017-2022年中国黄酒行业发展前景预测 349

一、中国黄酒人均消费预测 349

二、中国黄酒产量预测分析 350

三、中国黄酒市场规模预测 350

四、中国黄酒行业盈利预测 351

第十四章 2017-2022年中国黄酒行业相关投资分析 352 (ZY LII)

第一节 2017-2022年中国黄酒产业投资特性分析 352

一、黄酒是良好营养保健酒 352

二、黄酒适合不同人群饮用 353

三、黄酒生产成本具有优势 353

四、政策有利黄酒产业发展 354

第二节 2017-2022年中国黄酒行业投资机会分析 355

一、消费升级推酿酒业增长 355

二、黄酒形成相关替代效应 355

三、高档黄酒具有发展空间	355
四、陈年黄酒成为投资新宠	356
第三节 2017-2022年中国黄酒行业投资风险分析	356
一、市场运营风险	356
二、季节周期风险	356
三、财务风险分析	357
四、技术泄密风险	357
五、原料价格风险	357
六、质量控制风险	358
七、企业管理分析	358
第四节 2017-2022年中国黄酒行业SWOT分析	359
一、优势	359
二、劣势	360
三、机遇	360
四、挑战	361
第五节 2017-2022年中国黄酒行业投资策略	361 (ZY LII)
附：报告说明	363

图表目录：

图表 1 黄酒的分类	23
图表 2 黄酒酿造工艺流程	27
图表 3 淋饭的生产工艺图	28
图表 4 2014-2016年中国国内生产总值及增长速度趋势图	38
图表 5 2014-2016年中国人均国内生产总值变化趋势图	38
图表 6 2010-2015年中国规模以上工业企业经济指标统计	39
图表 7 2012-2015年中国全部工业增加值及增长速度趋势图	39
图表 8 2016年各月度中国规模以上工业增加值增长趋势图	40
图表 9 2012-2015年中国全社会固定资产投资增长趋势图	41
图表 10 2016年中国城镇固定资产投资规模及增长速度统计	42
图表 11 2016年各月度固定资产投资（不含农户）增长趋势图	42
图表 12 2014-2016年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图	44
图表 13 2016年社会消费品零售总额同比增长趋势图	44

- 图表 14 2014-2016年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图 46
- 图表 15 2014-2016年农村居民纯收入及增长情况统计 46
- 图表 16 2014-2016年中国进出口总额增长趋势图 48
- 图表 17 食用酒精国家标准的感官要求 54
- 图表 18 食用酒精国家标准的理化要求 54
- 图表 19 黄酒基本生产流程 63
- 图表 20 黄酒产品质量检验项目表 66
- 图表 21 中国酒类产品相关税收政策 69
- 图表 22 中国黄酒行业相关产业政策 69
- 图表 23 各地黄酒产业发展政策 70
- 图表 24 2012-2016年中国人口规模及自然增长率趋势图 72
- 图表 25 2012-2015年中国各级各类学校招生人数统计 74
- 图表 26 2012-2015年中国城镇化率变化趋势图 80
- 图表 27 2012-2015年中国城镇居民人均食品支出增长趋势图 81
- 图表 28 2012-2015年中国城镇居民人均酒和饮料支出增长趋势图 81
- 图表 29 2013-2016年中国黄酒产量增长趋势图 82
- 图表 30 2013-2016年中国黄酒销售额增长趋势图 82

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/pijiu/G35327S3Q5.html>