

# 2015-2020年中国黄酒市场 深度调查与投资前景分析报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2015-2020年中国黄酒市场深度调查与投资前景分析报告》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/diaoweipin/l58532YOMS.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

### 前言

黄酒产品因其产区风味的独特而优美，其主产区集中在中国江浙沪一带，在当地，黄酒的生产水平较高，产区发展化意识也非常活跃。然而，这种历史发展特点，也使得黄酒的消费市场主要集中在华东地区，并占有较为明显的优势，而在全国其他地区虽有发展，但相比于白酒、葡萄酒等酒种的市场增速非常缓慢。

#### 1、黄酒地域性分析

一个数据说明了黄酒行业的产业布局和市场布局的“区域化”特点。目前，从产量分布来看，浙江省的黄酒产量占全国黄酒总产量的60%左右。从消费量分布来看，长三角地区黄酒消费量能够占据整个行业的70%以上。尽管有不少黄酒企业不断在探索自己的“全国化”梦想，但黄酒核心与非核心消费区域的销售收入比例，仍然变化不大。

#### 2、品牌价格情况

黄酒的价格偏低，导致了整个行业的价值一直被低估。黄酒产品的价值和价格远不对称，这又导致黄酒行业难以摆脱低价竞争的不利局面。从产能和销量上来看，以古越龙山、会稽山以及塔牌为代表的浙派黄酒，以石库门、和酒等为代表的海派黄酒都具有行业领先的优势。但是从全国市场布局以及品牌影响力来看，黄酒市场仍未形成真正意义的品牌格局。或者说，黄酒行业尚未形成具有真正意义上的全国性一、二线品牌以及区域性强势领导品牌。

各家黄酒领军企业已经在高端黄酒领域，开始了各自的尝试和探索。伴随着黄酒提价和新品牌的高调登场，黄酒行业的高端化运动已悄然而起。

然而，提价和推出高端新产品只是黄酒高端化最直接的手段，但是黄酒行业要想真正改变在消费者眼中“平民化”的形象，还需要提高产品和品牌的附加价值。《华夏酒报》发现，根据当前黄酒市场的整体消费结构，高端份额极其有限，广大消费者更习惯于将黄酒视为日常饮品，黄酒的高端定位显得“有些突兀”。

同时，黄酒在走高端化之路发展的时候，同时不能够回避目前存在黄酒行业内的小企业众多、无序竞争严重等问题。

近年来，中国黄酒行业的销售收入、工业总产值较上年均有所上升，行业产销规模扩大。截至2013年，黄酒行业规模以上企业数量达到了87家，相比2012年增加了9家；规模以上企业资产规模达到了207.41亿元，相比2012年增长了10.60%。

2014年，黄酒行业规模以上企业数量达到了92家，相比2013年增加了5家；规模以上企业资产规模达到了233.25亿元，相比2013年增长了12.46%。

2014年，黄酒行业规模以上企业销售收入达到了158.56亿元，同比增长3.02%；销售利润达到了16.92亿元，同比下降1.17%。

黄酒行业研究报告共十四章是智研数据研究中心公司的研究成果，通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。智研数据研究中心在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。黄酒行业研究报告是2014-2015年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

本研究咨询报告由智研数据研究中心公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了黄酒行业市场潜在需求与市场机会，报告对黄酒行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国黄酒行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第一章 黄酒行业报告研究标准	1
第一节 黄酒行业研究背景	1
第二节 黄酒行业研究方法及依据	2
第三节 黄酒行业研究基本前景概况	3
第二章 黄酒行业发展综述	5
第一节 黄酒概念	5
第二节 黄酒行业特征分析	10
一、黄酒作用分析	10
二、黄酒行业在国民经济中的地位	11
三、黄酒行业生命周期分析	13
第三节 最近几年中国行业经济指标分析	14
一、赢利性	14
二、成长速度	15
三、附加值的提升空间	15

四、进入壁垒 / 退出机制	15
五、风险性	16
六、行业周期性	16
七、竞争激烈程度指标	17
八、行业成熟度分析	17
第四节 黄酒行业产业链及上下游之间关联性分析	18

### 第三章 2014年世界黄酒行业市场分析 21

第一节 2014年世界黄酒行业运行环境分析	21
一、当前经济环境分析	21
二、经济政策对产业的影响	42
第二节 2014年世界黄酒市场竞争现状分析	42
第三节 2014年世界部分国家黄酒市场分析	44
一、欧洲地区	44
二、北美地区	44
三、亚洲地区	45
第四节 2014-2019年世界黄酒行业新趋势研究分析	46

### 第四章 2014年黄酒行业当前发展环境分析 47

第一节 2014年中国黄酒行业经济环境分析	47
一、2014年中国宏观经济分析	47
二、2015年中国宏观经济发展预测	50
第二节 中国黄酒行业政策法规解读	51
第三节 中国黄酒行业当前社会环境发展分析	53

### 第五章 我国黄酒行业运行分析 68

第一节 我国黄酒行业发展状况分析	68
一、我国黄酒行业发展阶段	68
二、我国黄酒行业发展总体概况	70
三、我国黄酒行业发展特点分析	70
四、我国黄酒行业商业模式分析	72
第二节 2012-2013年黄酒行业发展现状	73

一、2012-2013年我国黄酒行业市场规模	73
二、2012-2013年我国黄酒行业发展分析	73
三、2012-2013年中国黄酒企业发展分析	76
第三节 区域市场分析	77
一、区域市场分布总体情况	77
二、2012-2013年重点省市市场分析	77
第四节 黄酒细分产品市场分析	78
一、细分产品特色	78
二、2010-2014年细分产品市场规模及增速	78
三、重点细分产品市场前景预测	79
第五节 黄酒产品价格分析	79
一、2013-2014年黄酒价格走势	79
二、影响黄酒产品价格的关键因素分析	80
1、成本	80
2、供需情况	80
3、关联产品	80
4、其他	81
三、2015-2020年黄酒产品价格变化趋势	81
四、主要黄酒企业价位及价格策略	81
第六章 2012-2013年中国黄酒行业技术发展分析	85
第一节 中国黄酒行业技术发展现状	85
第二节 黄酒行业技术特点分析	85
第三节 黄酒行业技术发展趋势分析	88
第四节 2014年中国黄酒行业发展面临的新挑战分析	89
第七章 2012-2013年中国黄酒市场运行情况	90
第一节 行业最新动态分析	90
一、行业相关动态概述	90
二、行业发展热点聚焦	92
第二节 行业品牌现状分析	101
第三节 行业产品市场价格情况	105

第四节 行业外资进入现状及对未来市场的威胁	106
第八章 2012-2014年中国黄酒所属行业主要数据监测分析	107
第一节 2012-2014年中国黄酒所属行业总体数据分析	107
一、2012年中国黄酒所属行业全部企业数据分析	107
二、2013年中国黄酒所属行业全部企业数据分析	109
三、2014年中国黄酒所属行业全部企业数据分析	110
第二节 2012-2014年中国黄酒所属行业不同规模企业数据分析	112
一、2012年中国黄酒所属行业不同规模企业数据分析	112
二、2013年中国黄酒所属行业不同规模企业数据分析	112
三、2014年中国黄酒所属行业不同规模企业数据分析	113
第三节 2012-2014年中国黄酒所属行业不同所有制企业数据分析	113
一、2012年中国黄酒所属行业不同所有制企业数据分析	113
二、2013年中国黄酒所属行业不同所有制企业数据分析	114
三、2014年中国黄酒所属行业不同所有制企业数据分析	114
第九章 2012-2013年中国黄酒行业竞争情况	116
第一节 行业经济指标分析	116
一、赢利性	116
二、附加值的提升空间	116
三、进入壁垒 / 退出机制	117
四、行业周期	119
第二节 行业竞争结构分析	119
一、现有企业间竞争	119
二、潜在进入者分析	120
三、替代品威胁分析	120
四、供应商议价能力	120
五、客户议价能力	121
第三节 行业国际竞争力比较	121
第十章 2011-2013年黄酒行业重点生产企业分析	123
第一节 浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司	123

一、企业简介	123
二、企业经营数据	123
三、企业产品分析	129
第二节 上海金枫酒业股份有限公司	131
一、企业简介	131
二、企业经营数据	131
三、企业产品分析	137
第三节 中国绍兴黄酒集团有限公司	138
一、企业简介	138
二、企业经营数据	139
三、企业产品分析	140
第四节 上海冠生园华光酿酒药业有限公司	141
一、企业简介	141
二、企业经营数据	141
三、企业产品分析	142
第五节 山东即墨黄酒厂	144
一、企业简介	144
二、企业经营数据	144
三、企业产品分析	145
第六节 会稽山绍兴酒股份有限公司	146
二、企业经营数据	148
三、企业产品分析	154
第十一章 2015-2020年黄酒行业发展预测分析	155
第一节 2015-2020年中国黄酒行业未来发展预测分析	155
一、中国黄酒行业发展方向及投资机会分析	155
二、2015-2020年中国黄酒行业发展规模分析	155
三、2015-2020年中国黄酒行业发展趋势分析	156
第二节 2015-2020年中国黄酒行业供需预测	158
一、2015-2020年中国黄酒行业供给预测	158
二、2015-2020年中国黄酒行业需求预测	159
第三节 2015-2020年中国黄酒行业价格走势分析	159



#### 第四节 2015-2020年中国黄酒行业盈利水平分析 160

### 第十二章 2015-2020年中国黄酒行业投资风险预警 161

#### 第一节 2015-2020年中国黄酒行业投资环境分析 161

#### 第二节 中国黄酒行业存在问题分析 163

#### 第三节 中国黄酒行业政策投资风险 164

##### 一、政策和体制风险 164

##### 二、技术发展风险 164

##### 三、经营管理风险 164

##### 四、供需波动风险 164

##### 五、其他风险 165

### 第十三章 2014-2019年黄酒行业投资机会与风险 166

#### 第一节 经济形势给我国黄酒企业带来的机遇分析 166

##### 一、为享受调控政策带来机遇 166

##### 二、为搞好战略转型带来机遇 166

##### 三、为吸引国际投资带来机遇 167

##### 四、为招聘高端人才带来机遇 167

##### 五、为实施战略重组带来机遇 168

##### 六、为降低制造成本带来机遇 168

#### 第二节 经济形势下黄酒行业发展机遇分析 169

##### 一、经济形势为黄酒企业提供了并购国外企业的机会 169

##### 二、经济形势导致部分经营不善的黄酒企业退出市场 169

##### 三、经济形势中我国黄酒企业发展机遇分析 170

#### 第三节 黄酒企业战略规划不确定性风险 170

##### 一、客观事件的不确定性风险 170

##### 二、市场的不确定性风险 170

##### 三、行业发展的不确定性风险 171

##### 四、技术发展的不确定性风险 171

##### 五、战略规划者的主观不确定性风险 172

##### 六、执行过程的不确定性风险 172

##### 七、工具方法的局限性风险 172

## 八、战略规划系统的不确定性风险 173

### 第十四章 黄酒行业发展战略研究 174

#### 第一节 黄酒行业发展战略研究 174

一、技术开发战略 174

二、产业战略规划 176

三、业务组合战略 176

四、营销战略规划 176

五、区域战略规划 178

六、企业信息化战略规划 178

#### 第二节 黄酒行业品牌战略分析 180

一、品牌的基本含义 180

二、品牌战略在企业发展中的重要性 181

三、黄酒品牌的特性和作用 183

四、黄酒品牌的价值战略 184

五、我国黄酒品牌竞争趋势 186

六、黄酒企业品牌发展战略 187

七、黄酒行业品牌竞争策略 187

#### 第三节 黄酒企业经营管理策略（ZY LXY） 189

一、企业经营策略综述 189

二、企业产品经营策略 189

三、企业渠道经营策略 190

四、企业并购策略分析 191

五、当前形势下企业经营管理策略 193

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/diaoweipin/l58532YOMS.html>