

2016-2022年中国黄酒市场 分析及发展趋势研究报告

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

《2016-2022年中国黄酒市场分析及发展趋势研究报告》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/shipin/L8504362A7.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

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

据中国酿酒工业协会的预计，到2015年，国内的黄酒人均年消费量将达到2.6升，相当于目前的白酒消费水平。

本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。本中国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。

本研究数据研究中心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、智研数据研究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。

报告揭示了中国黄酒行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国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2012-2015年中国黄酒业市场发展环境解析37

第一节2014年中国宏观经济发展环境分析37

- 一、2014年中国GDP增长情况37
- 二、2014年中国工业经济发展形势38
- 三、2014年全社会固定资产投资40
- 四、2014年社会消费品零售总额42
- 五、2014年城乡居民收入与消费44
- 六、2014年进出口贸易发展形势46

第二节2012-2015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2012-2015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2012-2015年中国黄酒行业发展现状分析84

第一节2012-2015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2012-2015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2012-2015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2012-2015年中国黄酒高端化生存分析110

第五节2012-2015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2012-2015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2006-2014年中国黄酒制造行业主要数据分析118

第一节2011-2015年中国黄酒制造行业发展分析118

一、2013年中国黄酒制造行业发展概况118

二、2014年中国黄酒制造行业发展概况121

第二节2006-2014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2011-2015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2006-2014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2006-2014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2006-2014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2008-2014年中国黄酒产量数据统计分析155

第一节2008-2014年中国黄酒生产供给情况155

- 第二节2011-2015年中国主要省区黄酒产量155
- 第三节2011-2015年中国黄酒生产集中度分析156

第六章2008-2014年中国黄酒进出口状况分析158

第一节2008-2014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2008-2014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2008-2014年中国黄酒进出口均价161

第四节2014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2014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2014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2012-2015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2012-2015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2012-2015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2012-2015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2012-2015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2012-2015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2016-2022年中国黄酒行业发展预测分析346

第一节2016-2022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2016-2022年中国黄酒消费需求趋势预测347

第三节2016-2022年中国黄酒行业发展前景分析348

第四节2016-2022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2016-2022年中国黄酒行业相关投资分析（ZYCSM）352

第一节2016-2022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2016-2022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2016-2022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2016-2022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2016-2022年中国黄酒行业投资策略361

附：报告说明363

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/shipin/L8504362A7.html>