

# 2021-2027年中国黄酒市场 发展趋势与市场需求预测报告

## 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

《2021-2027年中国黄酒市场发展趋势与市场需求预测报告》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/baijiu/P28941RFFU.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

黄酒（Huangjiu）是世界上最古老的酒类之一，酵母曲种质量决定酒质。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、赣州黄先生黄酒，无锡惠泉酒、江阴黑杜酒、绍兴状元红、绍兴女儿红、张家港沙洲优黄、吴江的吴宫老酒、苏州同里红、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、江苏南通白蒲黄酒（水明楼）、江苏金坛和丹阳的封缸酒、湖南嘉禾倒缸酒、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，湖北老黄酒等。

黄酒南方以糯米、北方以黍米、粟为原料，一般酒精含量为14%—20%，属于低度酿造酒。黄酒含有丰富的营养，含有21种氨基酸，其中包括有数种未知氨基酸，而人体自身不能合成必须依靠食物摄取8种必需氨基酸黄酒都具备，故被誉为“液体蛋糕”。

智研数据研究中心发布的《2021-2027年中国黄酒市场发展趋势与市场需求预测报告》共十三章。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：

第一章黄酒的相关概述

第一节黄酒的概念与特点

一、黄酒简介

二、黄酒的名称

三、黄酒的种类

四、黄酒特点

第二节黄酒的酿造与历史渊源

一、黄酒酿造的原料

二、黄酒的生产工艺

三、黄酒的发展

第三节我国黄酒基本特征

一、&ldquo;区域经济&rdquo;特征显著

二、企业生产规模集中度较低

三、产品销售均价很低，低价同质化竞争明显

第四节黄酒发展优势

一、保健

二、入药

三、烹饪

四、政策

五、空间

第二章2019年中国黄酒行业市场发展环境解析

第一节2019年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、消费价格指数分析

三、城乡居民收入分析

四、社会消费品零售总额

五、全社会固定资产投资分析

六、进出口总额及增长率分析

第二节2019年中国黄酒市场政策环境分析

一、黄酒国家新标准

二、酒类流通管理办法

三、食用酒精国家标准

四、酒类广告管理办法

五、酒类卫生管理办法

六、出口黄酒检验规程

七、绍兴酒出口许可证管理规定

八、2019年黄酒行业将不断完善标准体系

第三节2019年中国黄酒市场社会环境分析

一、居民消费观念

- 二、中国人口规模及结构
- 三、中国黄酒文化源远流长

### 第三章2019年中国黄酒行业发展现状分析

#### 第一节2019年中国黄酒行业发展概述

- 一、我国黄酒市场特征
- 二、中国黄酒发展驱动力分析
- 三、&ldquo;概念&rdquo;经济被黄酒行业效仿
- 四、黄酒文化创新演变成简单的&ldquo;复古&rdquo;
- 五、我国黄酒业动力与压力并存

#### 第二节2019年中国黄酒行业运行形势分析

- 一、国家政策优化黄酒发展大环境
- 二、黄酒借世博拓市场
- 三、会展经济助推黄酒业腾飞
- 四、中国黄酒流行日本市场
- 五、资本力量垒就中国黄酒产业高地

#### 第三节2019年中国黄酒企业发展现状分析

- 一、我国黄酒企业发展分析
- 二、我国黄酒企业迎来发展契机
- 三、黄酒企业发力全国市场
- 四、黄酒企业的盈利模式分析
- 五、高端黄酒企业的出路

#### 第四节2019年中国黄酒高端化生存分析

#### 第五节2019年中国黄酒行业存在的问题分析

- 一、黄酒行业存在的问题
- 二、黄酒面临尴尬问题

#### 第六节2019年中国黄酒市场的发展困境及对策分析

- 一、发展困境
- 二、发展对策

### 第四章2015-2019年中国黄酒制造所属行业数据监测分析

#### 第一节2015-2019年中国黄酒制造所属行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、从业人数增长分析

三、资产规模增长分析

第二节2015-2019年中国黄酒制造所属行业结构分析

一、企业数量结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

二、销售收入结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

第三节2015-2019年中国黄酒制造所属行业产值分析

一、产成品增长分析

二、工业销售产值分析

三、出口交货值分析

第四节2015-2019年中国黄酒制造所属行业成本费用分析

一、销售成本统计

二、费用统计

第五节2015-2019年中国黄酒制造所属行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第五章2015-2019年中国黄酒所属行业产量统计分析

第一节2015-2019年全国黄酒所属行业产量分析

第二节2019年主要省份黄酒所属行业产量分析

第三节2019年黄酒所属行业产量集中度分析

第六章2015-2019年中国黄酒所属行业进出口数据监测分析

第一节2015-2019年中国黄酒所属行业进口数据分析

一、进口数量分析

二、进口金额分析

第二节2015-2019年中国黄酒所属行业出口数据分析

一、出口数量分析

## 二、出口金额分析

### 第三节2015-2019年中国黄酒所属行业进出口平均单价分析

### 第四节2015-2019年中国黄酒所属行业进出口国家及地区分析

#### 一、进口国家及地区分析

#### 二、出口国家及地区分析

## 第七章2019年中国黄酒所属行业区域市场分析

### 第一节绍兴黄酒市场发展分析

#### 一、绍兴黄酒处于突变“前夜”

#### 二、绍兴黄酒有品牌有市场

#### 三、品牌让绍兴黄酒插上腾飞的翅膀

#### 四、绍兴黄酒在洗礼中崛起

#### 五、机械化酿造是绍兴黄酒发展的方向

### 第二节上海黄酒市场发展分析

#### 一、上海打造国内最大黄酒产业基地

#### 二、上海黄酒市场消费分析

#### 三、上海黄酒消费渐趋高档化礼品化

#### 四、上海黄酒竞争格局分析

#### 五、上海黄酒销量分析

### 第三节江苏黄酒市场发展分析

#### 一、江苏黄酒企业的尴尬

#### 二、江苏黄酒品牌决定市场

#### 三、江苏黄酒振兴正当时

#### 四、严抓产品质量振兴江苏黄酒

#### 五、江苏黄酒企业未来出路

#### 六、江苏黄酒发展的对策

### 第四节北京黄酒市场发展分析

#### 一、北京首家黄酒企业获准入市

#### 二、北京黄酒市场消费分析

#### 三、北京黄酒市场激流涌动

#### 四、北京黄酒市场解析与开发

#### 五、各品牌运作市场各展所长

## 第五节其他地区黄酒市场发展分析

- 一、广东黄酒市场的品牌格局
- 二、宁波1/5黄酒企业另谋发展
- 三、成都黄酒市场发展分析
- 四、即墨老酒挺进绍兴黄酒之乡
- 五、某品牌黄酒浙江市场情况分析

## 第八章2019年中国黄酒行业营销分析

### 第一节黄酒行业营销现状分析

- 一、“五度”开启黄酒营销新思路
- 二、黄酒走进价值营销时代
- 三、黄酒营销的非主流路线
- 四、步入平台整理期的黄酒营销分析
- 五、黄酒企业的“品牌+营销”路
- 六、我国黄酒行业应该适应消费升级需求
- 七、黄酒营销新模式是一种概念炒作

### 第二节黄酒情景营销分析

### 第三节我国黄酒品牌的营销误区

- 一、黄酒企业不愿谈“黄”
- 二、黄酒企业过度攀高
- 三、黄酒包装缺乏产业形象

### 第四节二线黄酒品牌的营销方向

- 一、管理创新
- 二、营销创新
- 三、价值创新

### 第五节黄酒网络营销分析

- 一、搜索引擎
- 二、博客论坛
- 三、行业网
- 四、门户网
- 五、交易平台
- 六、企业网站



## 第六节黄酒淡季营销分析

- 一、产品创新，拉动淡季市场
- 二、渠道创新，淡季营销的盈利点
- 三、促销创新，抢夺市场份额

## 第七节黄酒标准化营销分析

- 一、建设标准化营销体系势在必行
- 二、传播口径标准化
- 三、包装容器标准化
- 四、饮酒器具标准化

## 第八节黄酒借助保健品营销模式分析

- 一、市场环境分析
- 二、产品定位
- 三、整合营销

## 第九节黄酒营销的发展建议

- 一、切准市场教育的突破点
- 二、把握提升黄酒形象的诉求手段
- 三、用价格体现黄酒价值

## 第十节黄酒市场营销策略分析

- 一、增加自驱动力
- 二、改变经营观念

## 第九章2019年中国黄酒创新分析

### 第一节近几年黄酒行业成长与创新分析

### 第二节黄酒行业的创新现状

- 一、黄酒行业的发展亟待创新
- 二、黄酒创新受瞩目
- 三、创新和改进黄酒包装让黄酒打开国际市场
- 四、创新成营销热点
- 五、黄酒要走在酒业创新的前沿

### 第三节目前形势下黄酒的创新分析

## 第十章2019年中国黄酒行业竞争格局分析

## 第一节黄酒竞争力分析

一、价值归位

二、品牌提升

三、历史传承

## 第二节黄酒行业竞争格局分析

一、黄酒行业竞争激烈

二、竞争加剧市场多极分化明显

三、黄酒行业处于品类竞争阶段

四、黄酒行业竞争格局基本形成

## 第三节黄酒品牌格局分析

一、行业分散式发展

二、行业的竞争在于品牌的竞争

三、市场容量不断增加

## 第四节未来黄酒市场格局分析

一、黄酒市场分析

二、黄酒消费现状分析

三、未来黄酒市场的竞争力

## 第五节黄酒企业增强竞争力的对策

一、培育新的市场需求空间

二、不断进行技术创新

三、不断进行企业组织创新

## 第六节提升黄酒行业核心竞争力的对策

一、提高黄酒自身价值

二、通过人才的培养、引进、合作，获得核心竞争力

三、通过提升企业文化，获得核心竞争力

四、创新自身及市场服务体系，夯实核心竞争力

五、知本整合，有利于黄酒行业做强做大

## 第十一章 中国黄酒产业重点企业关键性数据分析

### 第一节 浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

## 第二节上海金枫酒业股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

## 第三节蒙洲神泉黄酒厂

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

## 第四节中国绍兴黄酒集团有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

## 第五节会稽山绍兴酒股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

## 第六节青岛市九盛酒业饮品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

## 第七节浙江嘉善黄酒股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

## 第八节岳阳胜景山河生物科技股份有限公司（古越楼台）

### 一、企业概况

### 二、企业主要经济指标分析

### 三、企业盈利能力分析

### 四、企业偿债能力分析

## 第九节安徽省越宜酒业有限公司

### 一、企业概况

### 二、企业主要经济指标分析

### 三、企业盈利能力分析

### 四、企业偿债能力分析

## 第十节山东即墨黄酒厂

### 一、企业概况

### 二、企业主要经济指标分析

### 三、企业盈利能力分析

### 四、企业偿债能力分析

## 第十二章2021-2027年中国黄酒行业投资潜力分析

### 第一节2021-2027年中国黄酒产业投资特性

#### 一、黄酒是一种良好的营养保健酒

#### 二、黄酒适合不同人群饮用

#### 三、黄酒生产成本具有相对优势

#### 四、国家政策有利于黄酒产业发展

### 第二节2021-2027年中国黄酒行业投资机会分析

#### 一、消费升级带动酿酒行业加速增长

#### 二、黄酒对其它酒种已形成明显替代效应

#### 三、高档黄酒具有发展空间

#### 四、陈年黄酒成投资新宠

### 第三节2021-2027年中国黄酒行业SWOT分析

#### 一、优势

#### 二、劣势

#### 三、机遇

#### 四、挑战

#### 第四节2021-2027年中国黄酒行业投资风险分析

- 一、向外扩张必将伴随费用大幅上升
- 二、滥用高端化不利行业平稳有序增长
- 三、主导企业境界与打文化牌尚有差距

#### 第十三章2021-2027年中国黄酒行业发展策略分析

##### 第一节后危机时代绍兴黄酒产业发展策略

- 一、后危机时代绍兴黄酒产业发展面临的形势
- 二、后危机时代绍兴黄酒产业发展的策略

##### 第二节2021-2027年中国黄酒从区域走向全国的对策分析

- 一、品牌力
- 二、产品力
- 三、招商力
- 四、动销力

##### 第三节2021-2027年中国黄酒品牌发展战略

##### 第四节2021-2027年中国黄酒异地扩张模式新思路

- 一、销售规模与营销效率的关系
- 二、黄酒异地扩张的营销缺陷
- 三、异地扩张新思路：渠道扁平化

##### 第五节2021-2027年中国黄酒企业发展高端市场的策略分析

- 一、塑造品牌新内涵，摆脱传统基因束缚
- 二、把握消费新趋势，开创消费新价值
- 三、小众营销，制造高端黄酒消费影响

##### 第六节2021-2027年中国黄酒品牌注入活力的对策分析

- 一、走主副结合的差异化品牌推广之路
- 二、从理性说教到情感诉求的刚柔并济
- 三、预先为你的顾客不时模拟情景再现
- 四、为你的品牌平添红酒的高雅、浪漫
- 五、为你的品牌平添饮料的时尚、动感

##### 第七节2021-2027年中国黄酒推广的途径分析

- 一、网络营销
- 二、文化移植

三、定制推广

四、商会推广

第八节2021-2027年中国黄酒企业的未来出路分析

一、走品牌和文化之路

二、走产品和工艺创新之路

三、走营销创新之路

四、走蓝海战略之路

五、走“新市场”之路

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/baijiu/P28941RFFU.html>