



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年黄酒行业竞争格局 与投资战略研究咨询报告

一、调研说明

《2009-2012年黄酒行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/128058.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

2009年1-3月份，黄酒行业总体形势趋稳，规模以上企业销售增幅比去年同期有所上升，涨幅在10%左右。2008年，受金融危机影响，黄酒高档酒市场受到一定冲击，尤其在餐饮市场出现一定幅度的萎缩。从企业反馈的信息来看，2009年一季度，规模以上企业整体销售情况见涨，像宁波阿拉老酒有40%的增幅，江苏的几家企业如张家港酿酒有限公司等有20%的增幅，规模以上企业的整体增幅在10%左右。究其原因，虽然金融危机对黄酒行业的影响还在，但从市场整体来说，高档酒的销售份额不大，中低档酒销售在一季度有所上升，保证了市场整体的稳定。同时，黄酒消费市场也逐步扩大，各地企业也积极探索发展之路；随着黄酒文化、品牌、健康理念的宣传普及，消费群体也正在不断壮大。在这些因素的作用下，黄酒行业市场整体趋稳。

近年来，随着长三角的崛起、消费的升级以及“古越龙山”等行业大品牌的创新发展，黄酒业得到快速发展。黄酒正越过长江、黄河，走向全国、走向世界，向着全世界的通畅型饮料酒的目标迈进。然而，2009年严峻的国内外经济形势，给黄酒业带来了严峻的挑战。但只要黄酒行业能够夯实基础，认清形势，准确把握机遇，黄酒行业发展前景依然看好。市场经济的一个法则是强者恒强。随着黄酒行业的发展，行业集中度将进一步得到提升。近年来，古越龙山收购女儿红、会稽山收购嘉善、而石库门与和酒的合并……这一切昭示着黄酒行业的集中度在进一步提升。2009年内外交困的经济形势，黄酒行业更是面临洗牌：一些小型黄酒企业经营困难，有的甚至出现资金链断裂的危机，这正是行业整合的好时机，或许会有更多的整合出现在黄酒行业。

中小企业为了更好地生存，走差异化之路是个不错的选择——品牌个性的差异化、产品的差异化。绍派黄酒强调的是传统与经典，其代表就是古越龙山、会稽山、女儿红等；海派黄酒强调的是营养与时尚，其代表就是和酒、石库门；苏派黄酒强调的是清爽，其代表就是沙洲优黄……现代社会是个多元的社会，价值观念多元化、需求多元化。企业的目标是满足消费者的需求，而消费者的需求是多样性、个性化的，因此，企业的产品也需要以市场为导向，突出自己的个性，品牌传播也要强调个性化，尤其是中小企业立足自身优势与特色，把产品做精做优做强，同样可以找到适合自己的生存空间。虽然目前国际国内的经济形势不容乐观，但是，中国顶级奢侈品市场势头却不减。由于中国经济的飞速增长，产生了一批中产阶级群体，以及规模较小但在不断扩大的新兴富人群体。这部分群体构成了中国奢侈品市场的消费主体。

农民和农民工群体是黄酒业需要重点关注的两大消费群体。中国是一个人口大国，13亿人口中就有9亿农民。虽然农村人口多，但消费力不高，一直不为大企业所重视。其实农村是一个非常巨大的市场，例如杭州现有280多万农民工，是一个庞大的消费群体。而且，新一代农民

工的消费观念有了很大转变，消费结构正在升级换代，消费实力不断增强，这块市场大有潜力。长三角一带，城乡差别不是很大，农村是非常富裕的，一些乡镇的消费能力是非常强大的。在浙江，民营经济发达，一些县级城镇的消费能力甚至超过地级城市，像义乌就比金华繁华。而一些北方地区，新一代农民的知识结构、消费理念、赚钱能力远比他们的父辈要强，他们也是消费的主力。《劳动合同法》出台后，农民工的工资水平相比前几年上涨了不少。工资收入的提高，将促使其各方面的消费升级。古越龙山在农村市场“筒加饭”酒的销量在逐年上升，就是农村消费升级的一个例证。国家政策是发展小城镇，人口2万人以上的地方，都要发展村镇或乡镇，以提高城市化水平。这些举措也将带动农村消费的进一步升级。中国农村消费市场的启动，至少可以支撑中国经济30年以上的持续高速增长。黄酒企业应针对农民和农民工群体，推出适当的产品，做好消费引导工作，精耕细作，做强做大农村市场。

近年来随着网络的兴起，传统黄酒业也开始涉足网络销售，并出现网上与网下市场齐头并进的局面。2007年全年，中国网上零售市场总成交额达到594亿元，与2006年312亿元的总成交额相比增长90.4%。根据市场发展轨迹预计，最晚到2012年，中国网上零售市场有望突破1万亿元大关，将占据社会消费品零售总额5%—8%的份额，而目前这个市场仅占社会消费品零售总额的0.64%。黄酒行业中的古越龙山、会稽山等大企业已着手开展网上销售。与一些大的网络销售公司建立合作伙伴关系，进一步拓展销售渠道。尽管从销售比重来看，网上市场仍然只能被界定为非主流渠道的角色，但它对实体市场的影响及其自身的快速发展，已经让一些黄酒企业不甘于将这个渠道的主导权放任给那些“草根”卖家们，整合网上、网下两个市场，在新的战场圈定自己的势力范围是大势所趋。进行网上销售，网上投放广告，不仅可以拓展网络市场，而且也是对传统渠道的一种互补。

本研究咨询报告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、国家海关总署、国务院发展研究中心、中国白酒工业协会、中国酿酒工业协会、中国轻工业协会、中国经济景气监测中心、国内外相关刊物的基础信息以及各省市相关统计单位等公布和提供的大量资料。报告对我国黄酒行业的现状和发展、各项经营指标、消费者购买行为、竞争格局、发展趋势和行业领先企业等专题进行深入的研究，并对中国黄酒行业各区域市场状况以及行业优势企业予以了重点分析，结合新时期的各方面因素，用数字说话、图文并茂，对中国黄酒行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。报告还对国家相关政策进行了介绍和趋向研判，结合中研普华研究小组多年来的实践经验和对黄酒行业发展的专业化把握，提出了可操作性创新建议。本报告是黄酒生产、销售企业、研究机构、投资企业等单位准确了解当前我国黄酒行业发展动态，把握企业定位和发展方向的重要决策依据。

目录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状

第一章 黄酒行业发展概述

第一节 黄酒的定义及分类

一、黄酒的定义

二、黄酒的分类

三、黄酒的特性

第二节 黄酒产业链分析

一、市场特点

二、行业经济特性

三、产业链结构分析

第三节 黄酒行业发展成熟度分析

一、行业发展周期分析

二、行业中外市场成熟度对比

三、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 全球黄酒市场发展分析

第一节 2008年全球黄酒市场分析

一、2008年全球黄酒市场回顾

二、2008年全球黄酒市场环境

三、2008年全球黄酒销售分析

四、2008年全球黄酒市场规模

第二节 2009年全球黄酒市场分析

一、2009年全球黄酒需求分析

二、2009年全球黄酒市场规模

三、2009年全球黄酒品牌分析

四、2009年中外黄酒市场对比

第三节 主要国家地区黄酒市场分析

一、2008-2009年美国黄酒市场分析

二、2008-2009年欧洲黄酒市场分析

三、2008-2009年亚洲黄酒市场分析

四、2008-2009年日本黄酒市场分析

五、2008-2009年其他地区黄酒市场

第三章 我国黄酒行业发展现状

第一节 我国黄酒行业发展现状

一、黄酒行业品牌发展现状

二、黄酒行业消费市场现状

三、黄酒市场消费层次分析

四、我国黄酒市场走向分析

第二节 2007-2009年黄酒业发展情况分析

一、2007年黄酒行业发展情况分析

二、2008年黄酒行业发展情况分析

三、2009年黄酒行业发展特点分析

四、2009年1-5月黄酒行业发展情况

第三节 2008-2009年黄酒行业运行分析

一、2008-2009年黄酒业产销存运行分析

二、2008-2009年黄酒行业利润情况分析

三、2008-2009年黄酒行业发展周期分析

四、2009-2012年黄酒行业发展机遇分析

五、2009-2012年黄酒行业利润增速预测

第四章 我国黄酒市场发展研究

第一节 2008年我国黄酒市场发展研究

一、2008年1季度我国黄酒市场研究

二、2008年2季度我国黄酒市场研究

三、2008年3季度我国黄酒市场研究

四、2008年4季度我国黄酒市场研究

第二节 2009年我国黄酒市场情况

一、2009年1-5月我国黄酒产销情况

二、2009年1-5月我国黄酒市场价格情况

三、2009年1-5月重点城市黄酒市场发展情况

四、2009年1-5月我国黄酒市场发展情况

第三节 2009年我国黄酒市场结构和价格走势分析

一、2009年Q1我国黄酒市场结构和价格走势概述

二、2009年Q1我国黄酒市场结构分析

三、2009年Q1我国黄酒市场价格走势分析

四、2009年1-5月我国黄酒市场结构和价格走势概述

五、2009年1-5月我国黄酒市场结构分析

六、2009年1-5月我国黄酒市场价格走势分析

第四节 2009年我国黄酒业市场发展特点分析

一、2009年Q1我国黄酒市场格局特点

二、2009年Q1我国黄酒产品创新特点

三、2009年Q1我国黄酒市场服务特点

四、2009年Q1我国黄酒市场品牌特点

第五章 我国黄酒市场调查分析

第一节 2008年我国黄酒市场调查分析

一、主要观点

二、市场结构分析

三、价格走势分析

四、整体市场关注度

五、品牌关注度格局

六、产品关注度调查

七、厂商分析

第二节 2009年1季度我国黄酒市场调查分析

一、主要观点

二、市场结构分析

三、价格走势分析

四、整体市场关注度

五、品牌关注度格局

六、产品关注度调查

七、厂商分析

第三节 2009年4月份中国黄酒市场调查分析

一、主要观点

- 二、市场结构分析
- 三、价格走势分析
- 四、整体市场关注度
- 五、品牌关注度格局
- 六、产品关注度调查
- 七、厂商分析

第四节 2009年5月份中国黄酒市场调查分析

- 一、主要观点
- 二、市场结构分析
- 三、价格走势分析
- 四、整体市场关注度
- 五、品牌关注度格局
- 六、产品关注度调查
- 七、厂商分析

第六章 黄酒行业经济运行分析

第一节 2008-2009年黄酒产量分析

- 一、2008年黄酒产量分析
- 二、2009年1-5月黄酒产量分析

第二节 2008-2009年黄酒行业主要经济指标分析

- 一、销售收入前十家企业分析
- 二、2008年黄酒行业主要经济指标分析
- 三、2009年1-5月黄酒行业主要经济指标分析

第三节 2008-2009年我国黄酒行业绩效分析

- 一、2008-2009年行业产销情况
- 二、2008-2009年行业规模情况
- 三、2008-2009年行业盈利能力
- 四、2008-2009年行业经营发展能力
- 五、2008-2009年行业偿债能力分析

第七章 我国黄酒行业进出口分析

第一节 我国黄酒进口分析

一、2008年进口总量分析

二、2008年进口结构分析

三、2008年进口区域分析

第二节 我国黄酒出口分析

一、2008年出口总量分析

二、2008年出口结构分析

三、2008年出口区域分析

第三节 我国黄酒进出口预测

一、2009年1季度进口分析

二、2009年1季度出口分析

三、2009年黄酒进口预测

四、2009年黄酒出口预测

第八章 我国黄酒主要替代产品分析

第一节 啤酒

一、2008-2009年行业产销情况分析

二、2008-2009年行业发展现状分析

三、2008-2009年市场需求情况分析

四、2008-2009年市场规模情况分析

五、2008-2009年行业竞争格局分析

六、2008-2009年消费者的偏好分析

七、2009-2012年行业发展趋势分析

第二节 葡萄酒

一、2008-2009年行业产销情况分析

二、2008-2009年行业发展现状分析

三、2008-2009年市场需求情况分析

四、2008-2009年市场规模情况分析

五、2008-2009年行业竞争格局分析

六、2008-2009年消费者的偏好分析

七、2009-2012年行业发展趋势分析

第三节 白酒

一、2008-2009年行业产销情况分析

- 二、2008-2009年行业发展现状分析
- 三、2008-2009年市场需求情况分析
- 四、2008-2009年市场规模情况分析
- 五、2008-2009年行业竞争格局分析
- 六、2008-2009年消费者的偏好分析
- 七、2009-2012年行业发展趋势分析

第四节 洋酒

- 一、2008-2009年行业产销情况分析
- 二、2008-2009年行业发展现状分析
- 三、2008-2009年市场需求情况分析
- 四、2008-2009年市场规模情况分析
- 五、2008-2009年行业竞争格局分析
- 六、2008-2009年消费者的偏好分析
- 七、2009-2012年行业发展趋势分析

第五节 保健酒

- 一、2008-2009年行业产销情况分析
- 二、2008-2009年行业发展现状分析
- 三、2008-2009年市场需求情况分析
- 四、2008-2009年市场规模情况分析
- 五、2008-2009年行业竞争格局分析
- 六、2008-2009年消费者的偏好分析
- 七、2009-2012年行业发展趋势分析

第九章 黄酒区域市场情况分析

第一节 华北地区

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析
- 四、2008-2009年行业竞争格局分析
- 五、2008-2009年消费者的偏好分析
- 六、2009-2012年行业发展趋势分析

第二节 东北地区

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析
- 四、2008-2009年行业竞争格局分析
- 五、2008-2009年消费者的偏好分析
- 六、2009-2012年行业发展趋势分析

第三节 华东地区

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析
- 四、2008-2009年行业竞争格局分析
- 五、2008-2009年消费者的偏好分析
- 六、2009-2012年行业发展趋势分析

第四节 华南地区

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析
- 四、2008-2009年行业竞争格局分析
- 五、2008-2009年消费者的偏好分析
- 六、2009-2012年行业发展趋势分析

第五节 中南地区

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析
- 四、2008-2009年行业竞争格局分析
- 五、2008-2009年消费者的偏好分析
- 六、2009-2012年行业发展趋势分析

第六节 西南地区

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析
- 四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2008-2009年消费者的偏好分析

六、2009-2012年行业发展趋势分析

第七节 西北地区

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场需求情况分析

三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2008-2009年消费者的偏好分析

六、2009-2012年行业发展趋势分析

第十章 中国黄酒行业消费市场分析

第一节 中国黄酒消费者收入分析

一、中国人口、人民生活分析

二、2008-2009年消费者收入水平

三、2009年消费者信心指数分析

第二节 黄酒行业产品目标客户群体调查

一、不同收入水平消费者偏好调查

二、不同年龄的消费者偏好调查

三、不同地区的消费者偏好调查

第三节 黄酒市场消费需求分析

一、黄酒市场的消费需求变化

二、黄酒行业的需求情况分析

三、2009年黄酒品牌市场消费需求分析

第四节 黄酒消费市场状况分析

一、黄酒行业消费特点

二、黄酒消费者分析

三、黄酒消费结构分析

四、黄酒消费的市场变化

五、黄酒市场的消费方向

第五节 不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

五、包装的影响程度

第六节 黄酒行业产品的品牌市场调查

一、消费者对行业品牌认知度宏观调查

二、消费者对行业产品的品牌偏好调查

三、消费者对行业品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、黄酒行业品牌忠诚度调查

六、黄酒行业品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第十一章 我国黄酒行业营销策略分析

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

第二节 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

第三节 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

第四节 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

第五节 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

第六节 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

第七节 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

第八节 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

第九节 黄酒市场营销策略分析

一、增加自驱动力

二、改变经营观念

第二部分 行业竞争格局

第十二章 黄酒行业竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 中国黄酒行业竞争格局综述

一、2008年黄酒行业集中度

二、2008年黄酒行业竞争程度

三、2008年黄酒企业与品牌数量

四、2008年黄酒行业竞争格局分析

第四节 2008-2009年黄酒行业竞争格局分析

一、2008-2009年国内外黄酒竞争分析

二、2008-2009年我国黄酒市场竞争分析

三、2008-2009年我国黄酒市场集中度分析

四、2009-2012年国内主要黄酒企业动向

五、2009年国内黄酒拟在建项目分析

第十三章 黄酒企业竞争策略分析

第一节 黄酒市场竞争策略分析

一、2009年黄酒市场增长潜力分析

二、2009年黄酒主要潜力品种分析

三、现有黄酒产品竞争策略分析

四、潜力黄酒品种竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 黄酒企业竞争策略分析

一、金融危机对黄酒行业竞争格局的影响

二、金融危机后黄酒行业竞争格局的变化

三、2009-2012年我国黄酒市场竞争趋势

四、2009-2012年黄酒行业竞争格局展望

五、2009-2012年黄酒行业竞争策略分析

六、2009-2012年黄酒企业竞争策略分析

第十四章 主要黄酒企业竞争分析

第一节 浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第二节 上海金枫酒业股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第三节 湖南古越楼台生物科技发展有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第四节 浙江善好酒业集团有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第五节 中粮绍兴酒有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第六节 山东即墨黄酒厂

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第七节 浙江嘉善黄酒股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第八节 江苏张家港酿酒集团公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第三部分 行业前景预测

第十五章 黄酒行业发展趋势分析

第一节 我国黄酒行业前景与机遇分析

一、我国黄酒行业发展前景

二、我国黄酒发展机遇分析

三、2009年黄酒的发展机遇分析

四、金融危机对黄酒行业的影响分析

第二节 2009-2012年中国黄酒市场趋势分析

一、2008-2009年黄酒市场趋势总结

二、2009-2012年黄酒发展趋势分析

三、2009-2012年黄酒市场发展空间

四、2009-2012年黄酒产业政策趋向

五、2009-2012年黄酒技术革新趋势

六、2009-2012年黄酒价格走势分析

七、2009-2012年国际环境对行业的影响

第十六章 未来黄酒行业发展预测

第一节 未来黄酒需求与消费预测

一、2009-2012年黄酒产品消费预测

二、2009-2012年黄酒市场规模预测

三、2009-2012年黄酒行业总产值预测

四、2009-2012年黄酒行业销售收入预测

五、2009-2012年黄酒行业总资产预测

第二节 2009-2012年中国黄酒行业供需预测

- 一、2008-2012年中国黄酒供给预测
- 二、2009-2012年中国黄酒产量预测
- 三、2009-2012年中国黄酒需求预测
- 四、2009-2012年中国黄酒供需平衡预测
- 五、2009-2012年中国黄酒产品价格预测
- 六、2009-2012年主要黄酒产品进出口预测

第四部分 投资战略研究

第十七章 黄酒行业投资现状分析

第一节 2008年黄酒行业投资情况分析

- 一、2008年总体投资及结构
- 二、2008年投资规模情况
- 三、2008年投资增速情况
- 四、2008年分行业投资分析
- 五、2008年分地区投资分析
- 六、2008年外商投资情况

第二节 2009年1-5月黄酒行业投资情况分析

- 一、2009年1-5月总体投资及结构
- 二、2009年1-5月投资规模情况
- 三、2009年1-5月投资增速情况
- 四、2009年1-5月分行业投资分析
- 五、2009年1-5月分地区投资分析
- 六、2009年1-5月外商投资情况

第十八章 黄酒行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

- 一、2008-2009年我国宏观经济运行情况
- 二、2009-2012年我国宏观经济形势分析
- 三、2009-2012年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

- 一、2009年黄酒行业政策环境分析

二、2009年国内宏观政策对其影响

三、2009年行业产业政策对其影响

第三节 技术发展环境分析

一、国内黄酒技术现状

二、2009年黄酒技术发展分析

三、2009-2012年黄酒技术发展趋势分析

第四节 社会发展环境分析

一、国内社会环境发展现状

二、2009年社会环境发展分析

三、2009-2012年社会环境对行业的影响分析

第十九章 黄酒行业投资机会与风险

第一节 行业活力系数比较及分析

一、2009年相关产业活力系数比较

二、2007-2008行业活力系数分析

第二节 行业投资收益率比较及分析

一、2009年相关产业投资收益率比较

二、2007-2008行业投资收益率分析

第三节 黄酒行业投资效益分析

一、2008-2009年黄酒行业投资状况分析

二、2009-2012年黄酒行业投资效益分析

三、2009-2012年黄酒行业投资趋势预测

四、2009-2012年黄酒行业的投资方向

五、2009-2012年黄酒行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第四节 影响黄酒行业发展的主要因素

一、2009-2012年影响黄酒行业运行的有利因素分析

二、2009-2012年影响黄酒行业运行的稳定因素分析

三、2009-2012年影响黄酒行业运行的不利因素分析

四、2009-2012年我国黄酒行业发展面临的挑战分析

五、2009-2012年我国黄酒行业发展面临的机遇分析

第五节 黄酒行业投资风险及控制策略分析

- 一、2009-2012年黄酒行业市场风险及控制策略
- 二、2009-2012年黄酒行业政策风险及控制策略
- 三、2009-2012年黄酒行业经营风险及控制策略
- 四、2009-2012年黄酒行业技术风险及控制策略
- 五、2009-2012年黄酒行业同业竞争风险及控制策略
- 六、2009-2012年黄酒行业其他风险及控制策略

第二十章 黄酒行业投资战略研究

第一节 黄酒行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第二节 对我国黄酒品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、黄酒实施品牌战略的意义
- 三、黄酒企业品牌的现状分析
- 四、我国黄酒企业的品牌战略
- 五、黄酒品牌战略管理的策略

第三节 黄酒行业投资战略研究

- 一、2009年酿酒行业投资战略
- 二、2009年黄酒行业投资战略
- 三、2009-2012年黄酒行业投资战略
- 四、2009-2012年细分行业投资战略

第四节 中国黄酒企业投资建议

- 一、产品创新建议
- 二、营销手法创新建议
- 三、渠道创新建议

图表目录

图表：黄酒产业链分析

图表：国际黄酒市场规模

图表：国际黄酒生命周期

图表：2003-2008年中国黄酒行业市场规模

图表：2002-2008年全球黄酒产业市场规模

图表：2006-2008年黄酒重要数据指标比较

图表：2003-2008年中国黄酒行业销售情况分析

图表：2003-2008年中国黄酒行业利润情况分析

图表：2003-2008年中国黄酒行业资产情况分析

图表：2008-2009年中国黄酒发展能力分析

图表：2008-2009年中国黄酒竞争力分析

图表：2009-2012年中国黄酒产能预测

图表：2009-2012年中国黄酒消费量预测

图表：2009-2012年中国黄酒市场前景预测

图表：2009-2012年中国黄酒市场价格走势预测

图表：2009-2012年中国黄酒发展前景预测

图表：2008年1-12月黄酒产量全国合计

图表：2008年1-12月黄酒产量北京市合计

图表：2008年1-12月黄酒产量天津市合计

图表：2008年1-12月黄酒产量河北省合计

图表：2008年1-12月黄酒产量山西省合计

图表：2008年1-12月黄酒产量辽宁省合计

图表：2008年1-12月黄酒产量吉林省合计

图表：2008年1-12月黄酒产量黑龙江合计

图表：2008年1-12月黄酒产量上海市合计

图表：2008年1-12月黄酒产量江苏省合计

图表：2008年1-12月黄酒产量浙江省合计

图表：2008年1-12月黄酒产量安徽省合计

图表：2008年1-12月黄酒产量福建省合计

图表：2008年1-12月黄酒产量江西省合计

图表：2008年1-12月黄酒产量山东省合计

图表：2008年1-12月黄酒产量河南省合计

图表：2008年1-12月黄酒产量湖北省合计

图表：2008年1-12月黄酒产量湖南省合计

图表：2008年1-12月黄酒产量广东省合计

图表：2008年1-12月黄酒产量广西区合计

图表：2008年1-12月黄酒产量海南省合计

图表：2008年1-12月黄酒产量重庆市合计

图表：2008年1-12月黄酒产量四川省合计

图表：2008年1-12月黄酒产量贵州省合计

图表：2008年1-12月黄酒产量云南省合计

图表：2008年1-12月黄酒产量陕西省合计

图表：2008年1-12月黄酒产量甘肃省合计

图表：2008年1-12月黄酒产量新疆区合计

图表：2008年1-12月黄酒产量内蒙古合计

图表：2009年1-5月黄酒产量全国合计

图表：2009年1-5月黄酒产量北京市合计

图表：2009年1-5月黄酒产量天津市合计

图表：2009年1-5月黄酒产量河北省合计

图表：2009年1-5月黄酒产量山西省合计

图表：2009年1-5月黄酒产量辽宁省合计

图表：2009年1-5月黄酒产量吉林省合计

图表：2009年1-5月黄酒产量黑龙江合计

图表：2009年1-5月黄酒产量上海市合计

图表：2009年1-5月黄酒产量江苏省合计

图表：2009年1-5月黄酒产量浙江省合计

图表：2009年1-5月黄酒产量安徽省合计

图表：2009年1-5月黄酒产量福建省合计

图表：2009年1-5月黄酒产量江西省合计

图表：2009年1-5月黄酒产量山东省合计

图表：2009年1-5月黄酒产量河南省合计

图表：2009年1-5月黄酒产量湖北省合计

图表：2009年1-5月黄酒产量湖南省合计

图表：2009年1-5月黄酒产量广东省合计

图表：2009年1-5月黄酒产量广西区合计

图表：2009年1-5月黄酒产量海南省合计

图表：2009年1-5月黄酒产量重庆市合计

图表：2009年1-5月黄酒产量四川省合计

图表：2009年1-5月黄酒产量贵州省合计

图表：2009年1-5月黄酒产量云南省合计

图表：2009年1-5月黄酒产量陕西省合计

图表：2009年1-5月黄酒产量甘肃省合计

图表：2009年1-5月黄酒产量新疆区合计

图表：2009年1-5月黄酒产量内蒙古合计

图表：2008年1-12月黄酒行业经济指标全国合计

图表：2008年1-12月黄酒行业经济指标北京市合计

图表：2008年1-12月黄酒行业经济指标天津市合计

图表：2008年1-12月黄酒行业经济指标河北省合计

图表：2008年1-12月黄酒行业经济指标山西省合计

图表：2008年1-12月黄酒行业经济指标内蒙古合计

图表：2008年1-12月黄酒行业经济指标辽宁省合计

图表：2008年1-12月黄酒行业经济指标吉林省合计

图表：2008年1-12月黄酒行业经济指标黑龙江合计

图表：2008年1-12月黄酒行业经济指标上海市合计

图表：2008年1-12月黄酒行业经济指标江苏省合计

图表：2008年1-12月黄酒行业经济指标浙江省合计

图表：2008年1-12月黄酒行业经济指标安徽省合计

图表：2008年1-12月黄酒行业经济指标福建省合计

图表：2008年1-12月黄酒行业经济指标江西省合计

图表：2008年1-12月黄酒行业经济指标山东省合计

图表：2008年1-12月黄酒行业经济指标河南省合计

图表：2008年1-12月黄酒行业经济指标湖北省合计

图表：2008年1-12月黄酒行业经济指标湖南省合计

图表：2008年1-12月黄酒行业经济指标广东省合计

图表：2008年1-12月黄酒行业经济指标广西区合计

图表：2008年1-12月黄酒行业经济指标海南省合计

图表：2008年1-12月黄酒行业经济指标重庆市合计

图表：2008年1-12月黄酒行业经济指标四川省合计

图表：2008年1-12月黄酒行业经济指标贵州省合计

图表：2008年1-12月黄酒行业经济指标云南省合计

图表：2008年1-12月黄酒行业经济指标陕西省合计

图表：2008年1-12月黄酒行业经济指标甘肃省合计

图表：2008年1-12月黄酒行业经济指标青海省合计

图表：2008年1-12月黄酒行业经济指标宁夏区合计

图表：2008年1-12月黄酒行业经济指标新疆区合计

图表：2009年1-5月黄酒行业经济指标全国合计

图表：2009年1-5月黄酒行业经济指标北京市合计

图表：2009年1-5月黄酒行业经济指标天津市合计

图表：2009年1-5月黄酒行业经济指标河北省合计

图表：2009年1-5月黄酒行业经济指标山西省合计

图表：2009年1-5月黄酒行业经济指标内蒙古合计

图表：2009年1-5月黄酒行业经济指标辽宁省合计

图表：2009年1-5月黄酒行业经济指标吉林省合计

图表：2009年1-5月黄酒行业经济指标黑龙江合计

图表：2009年1-5月黄酒行业经济指标上海市合计

图表：2009年1-5月黄酒行业经济指标江苏省合计

图表：2009年1-5月黄酒行业经济指标浙江省合计

图表：2009年1-5月黄酒行业经济指标安徽省合计

图表：2009年1-5月黄酒行业经济指标福建省合计

图表：2009年1-5月黄酒行业经济指标江西省合计

图表：2009年1-5月黄酒行业经济指标山东省合计

图表：2009年1-5月黄酒行业经济指标河南省合计

图表：2009年1-5月黄酒行业经济指标湖北省合计

图表：2009年1-5月黄酒行业经济指标湖南省合计

图表：2009年1-5月黄酒行业经济指标广东省合计

图表：2009年1-5月黄酒行业经济指标广西区合计

图表：2009年1-5月黄酒行业经济指标海南省合计

图表：2009年1-5月黄酒行业经济指标重庆市合计

图表：2009年1-5月黄酒行业经济指标四川省合计

图表：2009年1-5月黄酒行业经济指标贵州省合计

图表：2009年1-5月黄酒行业经济指标云南省合计

图表：2009年1-5月黄酒行业经济指标陕西省合计

图表：2009年1-5月黄酒行业经济指标甘肃省合计

图表：2009年1-5月黄酒行业经济指标青海省合计

图表：2009年1-5月黄酒行业经济指标宁夏区合计

图表：2009年1-5月黄酒行业经济指标新疆区合计

图表：2008年1-12月黄酒进口数据

图表：2008年1季度黄酒进口数据

图表：2008年1月黄酒进口数据

图表：2008年2月黄酒进口数据

图表：2008年3月黄酒进口数据

图表：2008年2季度黄酒进口数据

图表：2008年4月黄酒进口数据

图表：2008年5月黄酒进口数据

图表：2008年6月黄酒进口数据

图表：2008年3季度黄酒进口数据

图表：2008年7月黄酒进口数据

图表：2008年8月黄酒进口数据

图表：2008年9月黄酒进口数据

图表：2008年4季度黄酒进口数据

图表：2008年10月黄酒进口数据

图表：2008年11月黄酒进口数据

图表：2008年12月黄酒进口数据

图表：2008年1-12月黄酒出口数据

图表：2008年1季度黄酒出口数据

图表：2008年1月黄酒出口数据

图表：2008年2月黄酒出口数据

图表：2008年3月黄酒出口数据

图表：2008年2季度黄酒出口数据

图表：2008年4月黄酒出口数据

图表：2008年5月黄酒出口数据

图表：2008年6月黄酒出口数据

图表：2008年3季度黄酒出口数据

图表：2008年7月黄酒出口数据

图表：2008年8月黄酒出口数据

图表：2008年9月黄酒出口数据

图表：2008年4季度黄酒出口数据

图表：2008年10月黄酒出口数据

图表：2008年11月黄酒出口数据

图表：2008年12月黄酒出口数据

图表：2009年1-5月黄酒进口数据

图表：2009年1季度黄酒进口数据

图表：2009年1月黄酒进口数据

图表：2009年2月黄酒进口数据

图表：2009年3月黄酒进口数据

图表：2009年2季度黄酒进口数据

图表：2009年4月黄酒进口数据

图表：2009年5月黄酒进口数据

图表：2009年1-5月黄酒出口数据

图表：2009年1季度黄酒出口数据

图表：2009年1月黄酒出口数据

图表：2009年2月黄酒出口数据

图表：2009年3月黄酒出口数据

图表：2009年2季度黄酒出口数据

图表：2009年4月黄酒出口数据

图表：2009年5月黄酒出口数据

图表：黄酒市场调查对象情况分析

图表：黄酒消费者消费习惯调查

图表：消费者对黄酒产品价格认同情况调查分析

图表：消费者购买渠道情况调查分析

图表：黄酒消费者品牌状况调查分析

图表：2008-2009年中国消费者黄酒品牌构成

图表：黄酒消费者性别比例

图表：黄酒消费者年龄分布

图表：黄酒消费者购买频率分析

图表：黄酒消费者购买黄酒的规格

图表：黄酒消费者购买黄酒消费金额

图表：消费者黄酒功能关注度调查分析

图表：影响消费者购买的因素调查分析

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/128058.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；
各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；
行业资深专家公开发表的观点；
对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；
中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>
中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>
中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>
中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>
中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>
中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>
世界贸易组织 <https://www.wto.org>
联合国统计司 <http://unstats.un.org>
联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度, 众多新老客户。