



艾凯咨询
ICAN Consulting

2011-2015年中国黄酒市场竞争 格局规划分析与投资方向预测研 究报告

一、调研说明

《2011-2015年中国黄酒市场竞争格局规划分析与投资方向预测研究报告》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/178783.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

黄酒是我国具有悠久历史文化背景的酒种，也是未来最有希望走向世界并占有一席之地的酒品。近年来，黄酒生产技术有了很大的提高，新原料、新菌种、新技术和新设备的融入为传统工艺的改革、新产品的开发创造了机遇，产品不断创新，酒质不断提高。

艾凯数据研究中心发布的《2011-2015年中国黄酒市场竞争格局规划分析与投资方向预测报告》共九章。首先介绍了黄酒相关概述、中国黄酒市场运行环境等，接着分析了中国黄酒市场发展的现状，然后介绍了中国黄酒重点区域市场运行形势。随后，报告对中国黄酒重点企业经营状况分析，最后分析了中国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。

第一章 黄酒相关概述

第一节 黄酒的基本介绍

一、黄酒简介

二、黄酒的起源

三、黄酒的发展

四、黄酒的名称

第二节 黄酒的分类

一、按原料和酒曲分

二、按含糖量分

第三节 黄酒的酿造

一、黄酒酿造的原料

二、传统黄酒酿造工艺

三、黄酒酿造技术

第二章 我国黄酒行业发展分析

第一节 我国黄金行业发展现状分析

一、"后危机时代"的黄酒业的发展

- 二、黄酒行业收入增速达26.59%
- 三、黄酒企业拟集体推低度酒扩充市场
- 四、黄酒消费环境有望不断改善

第二节 黄酒行业目前的不足

- 一、区域限制依然明显
- 二、产品同质化现象依然严重
- 三、环境氛围营造不足
- 四、生产规模不足

第三节 2008-2010年中国黄酒产量分析

- 一、华北地区
- 二、东北地区
- 三、华东地区
- 四、中南地区
- 五、西南地区
- 六、西北地区

第四节 高端黄酒的低成本崛起之道

第五节 黄酒业现状及发展策略

- 一、现状
- 二、策略
- 三、发展

第六节 黄酒从区域市场走向全国的策略分析

- 一、品牌力
- 二、产品力
- 三、招商力
- 四、动销力

第三章 我国黄酒区域市场分析

第一节 绍兴黄酒市场发展分析

- 一、2010年绍兴黄酒质量保持良好态势
- 二、2010年绍兴开启黄酒特色旅游业
- 三、2010年绍兴黄酒行业发展添技术支持平台
- 四、2010年绍兴黄酒市场供不应求倒逼企业纷纷发力扩能

第二节 上海黄酒市场发展分析

- 一、2010年上海黄酒市场消费分析
- 二、2010年上海拟建国内最大黄酒产业基地
- 三、上海黄酒市场加速品牌集中度和酒独占鳌

第三节 江苏黄酒市场发展分析

- 一、江苏黄酒准备靠创新拓路
- 二、江苏黄酒品牌决定市场
- 三、江苏南京黄酒市场潜力大

第四节 北京黄酒市场发展分析

- 一、北京黄酒市场现状
- 二、影响北京黄酒市场热度的问题
- 三、北京黄酒市场运行战略分析

第五节 其他地区黄酒市场发展分析

- 一、谢村黄酒的品牌建设
- 二、安徽黄酒市场与企业生存分析
- 三、宁波黄酒业发展亟需内动力
- 四、湖南黄酒市场前景分析

第四章 2008-2010年我国黄酒制造业综合运行数据分析

第一节 2008-2010年中国黄酒行业总体数据分析

- 一、2008年中国黄酒行业全部企业数据分析
- 二、2009年中国黄酒行业全部企业数据分析
- 三、2010年中国黄酒行业全部企业数据分析

第二节 2008-2010年中国黄酒行业不同规模企业数据分析

- 一、2008年中国黄酒行业不同规模企业数据分析
- 二、2009年中国黄酒行业不同规模企业数据分析
- 三、2010年中国黄酒行业不同规模企业数据分析

第三节 2008-2010年中国黄酒行业不同所有制企业数据分析

- 一、2008年中国黄酒行业不同所有制企业数据分析
- 二、2009年中国黄酒行业不同所有制企业数据分析
- 三、2010年中国黄酒行业不同所有制企业数据分析

第五章 黄酒行业营销分析

第一节 我国黄酒行业营销分析

一、中国黄酒业要“聚”

二、中国黄酒业要“变”

第二节 我国黄酒网络营销分析

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 中国黄酒业营销策略分析

一、黄酒市场淡季营销策略

二、黄酒行业终端营销对策建议

三、黄酒市场营销策略分析

第六章 黄酒行业市场竞争分析

第一节 中国黄酒市场竞争现状分析

- 一、中国黄酒市场已呈现“三分天下”之势
- 二、2010年黄酒市场形成两大对垒阵营
- 三、黄酒行业处于品类竞争阶段

第二节 未来黄酒市场的竞争力

- 一、价值归位
- 二、品牌提升
- 三、历史传承

第三节 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

第四节 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

第七章 我国部分重点企业分析

第一节 浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司

- 一、公司简介
- 二、2009-2010年财务分析
- 三、进入经营转折期
- 四、公司未来发展展望

第二节 上海金枫酒业股份有限公司

- 一、公司简介
- 二、2009-2010年财务分析
- 三、金枫酒业有意拓展江浙市场
- 四、借世博会提升品牌 积极开拓新市场
- 五、公司未来发展展望

第三节 会稽山绍兴酒股份有限公司

一、公司简介

二、2010年一季度税收创新高

三、“会稽山”中国黄酒产业基地一期年产4万吨黄酒项目

第四节 山东即墨黄酒厂

一、公司简介

二、即墨老酒品牌营销战略分析

第五节 浙江嘉善黄酒股份有限公司

一、公司简介

二、嘉善黄酒全面提升品牌形象

三、嘉善黄酒品牌酿出大市场

第六节 湖南古越楼台生物科技发展有限公司

一、公司简介

二、营销新突破与新调整

三、实施酒吧连锁营销的战略

第七节 中粮绍兴酒有限公司

一、公司简介

二、营销分析

第八节 其他

一、江苏张家港酿酒集团公司

二、浙江善好酒业集团有限公司

三、苏州市百花漾酿造有限公司

四、无锡市振太酒业有限公司

五、福建南湖酒业有限公司

第八章 2011-2015年我国黄酒行业投资分析

第一节 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 黄酒行业SWOT分析

- 一、优势
- 二、劣势
- 三、机会
- 四、威胁

第三节 黄酒行业投资机会分析

- 一、黄酒行业面临着极大的发展空间
- 二、陈年黄酒成投资新宠
- 三、酿酒行业发展趋向乐观

第四节 黄酒行业投资策略分析

第九章 2011-2015年我国黄酒行业发展趋势及策略分析

第一节 我国黄酒行业发展趋势分析

- 一、培育市场是根本、酒资源充足占先机
- 二、产品高档化趋势仍将继续
- 三、积极开拓终端渠道
- 四、扩大品牌影响力是关键

第二节 黄酒的现状和出路

- 一、黄酒的状态和地域趋势
- 二、黄酒行业存在的问题
- 三、黄酒的出路

第三节 中国黄酒品牌发展战略及发展趋势

- 一、品牌格局
- 二、品牌发展战略
- 三、品牌发展趋势

第四节 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

第五节 黄酒异地扩张模式新策略

- 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

第六节 黄酒企业发展高端市场的策略

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

附录：相关政策法规

附录一：酒类流通管理办法

附录二：发酵酒卫生标准

图表目录（部分）：

图表 2005-2011年一季度国内生产总值

图表 2005-2011一季度年居民消费价格涨跌幅度

图表 2011年一季度居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表 2005-2011年一季度国家外汇储备

图表 2005-2011年一季度财政收入

图表 2005-2011年一季度全社会固定资产投资

图表 2011年一季度分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表 2011年一季度固定资产投资新增主要生产能力

图表 2009-2010年中国黄酒产量同比增速情况

图表 2010年中国黄酒产量统计数据表

图表 2010年北京市黄酒产量统计数据表

图表 2010年天津市黄酒产量统计数据表

图表 2010年河北省黄酒产量统计数据表

图表 2010年内蒙古黄酒产量统计数据表

图表 2010年吉林省黄酒产量统计数据表

图表 2010年上海市黄酒产量统计数据表

图表 2010年江苏省黄酒产量统计数据表

图表 2010年浙江省黄酒产量统计数据表

图表 2010年安徽省黄酒产量统计数据表

图表 2010年福建省黄酒产量统计数据表

图表 2010年江西省黄酒产量统计数据表

图表 2010年山东省黄酒产量统计数据表

图表 2010年河南省黄酒产量统计数据表

图表 2010年湖北省黄酒产量统计数据表

图表 2010年湖南省黄酒产量统计数据表

图表 2010年广东省黄酒产量统计数据表

图表 2010年广西黄酒产量统计数据表

图表 2010年海南省黄酒产量统计数据表

图表 2010年四川省黄酒产量统计数据表

图表 2010年贵州省黄酒产量统计数据表

图表 2010年云南省黄酒产量统计数据表

图表 2010年陕西省黄酒产量统计数据表

图表 2010年甘肃省黄酒产量统计数据表

图表 2010年宁夏黄酒产量统计数据表

图表 2008-2010年中国黄酒制造业累计产成品

图表 2008-2010年中国黄酒制造业累计工业总产值

图表 2008-2010年中国黄酒制造业主营业务利润

图表 2008-2010年中国黄酒制造业累计产品销售收入

图表 2008-2010年中国黄酒制造业累计财务费用

图表 2008-2010年中国黄酒制造业累计管理费用

图表 2008-2010年中国黄酒制造业累计产品销售费用

图表 2008-2010年中国黄酒制造业累计产品销售成本

图表 2008-2010年中国黄酒制造业累计产品销售税金及附加

图表 2008-2010年中国黄酒制造业管理费用率

图表 2008-2010年中国黄酒制造业财务费用率

图表 2008-2010年中国黄酒制造业累计资产总计

图表 2008-2010年中国黄酒制造业累计负债合计

图表 2008-2010年中国黄酒制造业税前利润率

图表 2008-2010年中国黄酒制造业资产负债率

图表 2008-2010年中国黄酒制造业流动资产平均余额

图表 2008-2010年中国黄酒制造业累计企业单位数

图表 2008-2010年中国黄酒制造业累计企业单位数

图表 2008-2010年中国黄酒制造业累计利润总额

图表 2008-2010年中国黄酒制造业利润总额增长率

图表 2008-2010年中国黄酒制造业收入增长率

图表 2008-2010年中国黄酒制造业毛利率

图表 2008-2010年中国黄酒制造业营业费用率

图表 2006-2010年浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司成长性分析

图表 2006-2010年浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司经营能力分析

图表 2006-2010年浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司盈利能力分析

图表 2006-2010年浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司偿债能力分析

图表 2006-2010年浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司现金流分析

图表 2009-2010年浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司财务指标

图表 2009-2010年浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司利润表

图表 2009-2010年浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司资产负债表

图表 2010年古越龙山主营收入和营业利润

图表 2010年古越龙山净利润和每股收益

图表 2010年古越龙山股东权益和未分配利润

图表 2010年古越龙山总资产和负债

图表 2006-2010年上海金枫酒业股份有限公司成长性分析

图表 2006-2010年上海金枫酒业股份有限公司经营能力分析

图表 2006-2010年上海金枫酒业股份有限公司盈利能力分析

图表 2006-2010年上海金枫酒业股份有限公司偿债能力分析

图表 2006-2010年上海金枫酒业股份有限公司现金流分析

图表 2009-2010年上海金枫酒业股份有限公司财务指标

图表 2009-2010年上海金枫酒业股份有限公司利润表

图表 2009-2010年上海金枫酒业股份有限公司资产负债表

图表 2010年上海金枫酒业股份有限公司主营收入和营业利润

图表 2010年上海金枫酒业股份有限公司净利润和每股收益

图表 2010年上海金枫酒业股份有限公司股东权益和未分配利润

图表 2010年上海金枫酒业股份有限公司总资产和负债

图表 发酵酒理化指标

图表 发酵酒细菌指标

图表：……

通过《2011-2015年中国黄酒市场竞争格局规划分析与投资方向预测研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业的发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/178783.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。