



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009年中国黄酒行业市场分析及 发展前景预测报告

一、调研说明

《2009年中国黄酒行业市场分析及发展前景预测报告》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/2950/>

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

第一章 2009年中国黄酒行业运行环境分析

一、2009年中国经济发展环境分析

- (一) 2009年中国宏观经济运行情况
- (二) 全球金融危机对中国产业格局影响
- (三) 中国应对金融危机的措施

二、2009年中国黄酒行业发展政策环境分析

- (一) 行业政策分析
- (二) 相关行业政策影响分析
- (三) 黄酒出口政策分析

第二章 黄酒的相关介绍

一、黄酒的概念与用途

- (一) 黄酒的概念
- (二) 黄酒的名称
- (三) 黄酒的种类
- (四) 黄酒特点和用途

二、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) 黄酒的历史渊源

第三章 2009年中国黄酒行业运行形势分析

一、2009年中国黄酒行业发展概述

- (一) 中国黄酒市场特征
- (二) 中国黄酒发展驱动力分析
- (三) 政策扶持有利于黄酒业低成本扩张
- (四) 营养和文化是黄酒业的两大支点

二、2009年中国黄酒企业发展状况分析

- (一) 中国黄酒企业迎来发展契机
- (二) 黄酒企业纷纷发力全国市场
- (三) 黄酒企业营销不应拘泥于标准

- (四) 分析黄酒企业的盈利模式
- (五) 浅析高端黄酒企业的策略与出路
- 三、2009年中国黄酒行业存在的问题分析
 - (一) 中国黄酒市场大而不强
 - (二) 黄酒行业发展依然存在瓶颈
 - (三) 黄酒市场发存在局限性分析
 - (四) 黄酒企业亟需解决的六个问题
- 四、2009年中国黄酒行业发展对策分析
 - (一) 分析中国黄酒业走出困境的策略
 - (二) 中国黄酒企业亟需突破区域限制
 - (三) 振兴中国黄酒行业的具体措施
 - (四) 黄酒业发展需要重新整合

第四章 2006-2009年中国黄酒制造行业数据监测分析

- 一、2007-2009年中国黄酒制造行业总体数据分析
 - (一) 2007年中国黄酒制造行业全部企业数据分析
 - (二) 2009年中国黄酒制造行业全部企业数据分析
- 二、2007-2009年中国黄酒制造行业不同规模企业数据分析
 - (一) 2007年中国黄酒制造行业不同规模企业数据分析
 - (二) 2009年中国黄酒制造行业不同规模企业数据分析
- 三、2007-2009年中国黄酒制造行业不同所有制企业数据分析
 - (一) 2007年中国黄酒制造行业不同所有制企业数据分析
 - (二) 2009年中国黄酒制造行业不同所有制企业数据分析

第五章 2007-2009年中国黄酒产品产量数据统计分析

- 一、2007年中国黄酒产量数据分析
 - (一) 2007年全国黄酒产量数据分析
 - (二) 2007年黄酒重点省市数据分析
- 二、2009年中国黄酒行业产量数据分析
 - (一) 2009年全国黄酒产量数据分析
 - (二) 2009年黄酒重点省市数据分析

第六章 2009年中国黄酒行业市场营销策略分析

一、2009年中国黄酒行业营销现状分析

(一) 黄酒品牌经营迫在眉睫

(二) 黄酒行业的主要营销渠道

(三) 黄酒行业营销抢占特通渠道

二、2009年中国黄酒行业电子商务营销模式分析

(一) 黄酒业建立电子商务营销模式的优势

(二) 黄酒行业电子商务销售模式的内容

(三) 电子商务营销模式存在的风险及问题

三、2009年中国黄酒行业营销问题分析

(一) 试析黄酒行业营销中的主要问题

(二) 黄酒行业传统销售模式存在的问题

(三) 国内黄酒品牌营销误区分析

(四) 黄酒营销实践存在误区

(五) 黄酒营销应防范无利润"黑洞"

四、2009年中国黄酒行业营销对策分析

(一) 黄酒营销背后对策分析

(二) 黄酒市场的基本营销策略

(三) 黄酒破局营销的途径分析

(四) 黄酒行业营销创新须九大转变

(五) 黄酒业走出酒店终端营销困境的措施

第七章 2009年中国黄酒市场消费能力调查分析

一、2009年中国黄酒市场消费能力分析

(一) 中国黄酒产品购买要素构成分析

(二) 黄酒产品替代产品威胁分析

(三) 主要消费领域消费能力对比分析

(四) 中国黄酒市场区域消费能力对比分析

二、2009年影响中国黄酒市场消费能力主要因素分析

(一) 购买者的购买目的及主要用途

(二) 购买者的购买次数及地点选择

(三) 购买者所处的消费环境

三、2009年中国黄酒市场消费行为分析

- (一) 国内黄酒消费市场的分布
- (二) 中国黄酒市场消费现状分析
- (三) 消费升级影响黄酒业发展
- (四) 分析制约黄酒消费的瓶颈

第八章 2009年中国黄酒行业市场竞争态势分析

一、2009年中国黄酒品牌及竞争状况分析

- (一) 黄酒市场在和谐竞争中发展
- (二) 黄酒行业酝酿竞争格局变化
- (三) 黄酒行业迈入品牌竞争时期
- (四) 提升黄酒市场竞争力的策略分析
- (五) 未来黄酒市场的竞争核心是品牌

二、2009年中国黄酒企业竞争态势与行为分析

三、2009年中国黄酒市场竞争存在的问题分析

第九章 2009年中国黄酒主要地区市场运营格局分析

一、绍兴

- (一) 绍兴黄酒行业发展状况
- (二) 绍兴黄酒业用品质说话
- (三) 分析绍兴黄酒生产的"精准控制"
- (四) 浅析绍兴黄酒业营销的核心症结
- (五) 绍兴黄酒市场繁荣依旧

二、上海

- (一) 上海黄酒品牌发展的格局
- (二) 上海黄酒市场产销分析
- (三) 上海市场黄酒销量增长迅速
- (四) 上海黄酒市场竞争激烈

三、江苏

- (一) 江苏黄酒行业发展状况
- (二) 苏派黄酒企业发展面临困境
- (三) 苏派黄酒企业发展的出路

四、北京

(一) 北京黄酒市场规模及消费状况

(二) 北京黄酒市场环境分析

(三) 北京黄酒市场品牌格局分析

(四) 北京黄酒市场的拓展方略

五、其他地区

(一) 广东黄酒市场的品牌格局

(二) 福建黄酒业机遇与挑战并存

(三) 杭州黄酒市场发展状况

(四) 成都黄酒市场的发展态势

第十章 中国黄酒行业重点企业分析

一、浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司

(一) 企业基本概况

(二) 企业经营状况分析

二、浙江中国轻纺城集团股份有限公司

(一) 企业基本概况

(二) 企业经营状况分析

三、上海市第一食品股份有限公司

(一) 企业基本概况

(二) 企业经营状况分析

四、中国绍兴黄酒集团有限公司

(一) 企业基本概况

(二) 企业经营状况分析

五、浙江塔牌绍兴酒厂

(一) 企业基本概况

(二) 企业经营状况分析

六、浙江嘉善黄酒股份有限公司

(一) 企业基本概况

(二) 企业经营状况分析

七、江苏张家港酿酒集团公司

(一) 企业基本概况

(二) 企业经营状况分析

八、绍兴女儿红酿酒有限公司

(一) 企业基本概况

(二) 企业经营状况分析

第十一章 2009-2012年中国黄酒行业发展及投资前景分析

一、2009-2012年中国黄酒行业前景预测分析

(一) 未来黄酒市场的需求潜力大

(二) 黄酒行业发展前景展望

(三) 中国黄酒市场规模预测

(四) 未来黄酒行业发展空间广阔

二、2009-2012年中国黄酒行业发展趋势分析

(一) 浅析黄酒行业的主要发展趋势

(二) 未来黄酒市场发展趋势良好

(三) 功能性低度黄酒发展前途无限

三、2009-2012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

四、2009-2012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) 黄酒对其它酒种产生明显替代效应

(三) 高档黄酒具有发展空间

(四) 陈年黄酒受投资者青睐

五、2009-2012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

六、2009-2012年中国黄酒行业投资建议分析

附录

附录一：酒类流通管理办法
附录二：食用酒精国家标准
附录三：酒类广告管理办法
附录四：酒类卫生管理办法
附录五：出口黄酒检验规程
附录六：绍兴酒出口许可证管理规定

图表目录（部分）：

图表：2008年中国GDP增长情况
图表：2001-2009年中国工业增加值与发电量
图表：2005-2009年中国投资、消费、出口走势
图表：2001-2009年中国CPI、PPI走势
图表：2001-2009年中国进出口走势
图表：2001-2009年中国失业率走势
图表：2007-2009年中国货币供应量
图表：2008年1-9月份我国部分行业调整变化（同比增长率%）
图表：2008年1-9月份我国周期性行业调整变化（同比增长率%）
图表：2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长（同比增长率%）
图表：近期公布的刺激经济的政策一览表
图表：提高出口退税率的商品清单
图表：略……
更多图表见报告正文

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/2950/>

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。