



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2007—2010年中国黄酒制造 行业投资价值决策咨询及行业竞 争力调查市场分析及发展趋势研

# 一、调研说明

《2007—2010年中国黄酒制造行业投资价值决策咨询及行业竞争力调查市场分析及发展趋势研》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/42626.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

黄酒是我国特有的酒种，也是我国长三角经济发达地区人们普遍喜爱的传统饮料酒，具有五千年以上的文化底蕴，随着我国经济持续稳定快速发展，人们生活质量不断改善，消费理念不断成熟，黄酒特有的低度、营养、绿色、保健优势显现。

黄酒作为上档次、高品质的饮料酒被越来越多的消费者认同，一些新科技新技术的应用，使黄酒产品科技含量不断提高；新产品新包装的开发，使黄酒产品质量档次、品位形象不断提升；黄酒龙头企业广告宣传不断加强，业内的主要品牌已从地域走向全国；企业创新意识增强，在经营管理上敢于创新、善于创新，在业内产生良好效应，黄酒绿色健康文化时尚气氛越来越浓，并正在散发其独有的魅力，黄酒业迎来了千载难逢的发展机遇。

中国黄酒从2003年以来，已经连续四年各项经济指标呈两位数增长，以2006年为例，全国黄酒产量已达到220万千升，销售收入比2005年增长26.6%，利税比上年增长25.7%。预计2007年全年我国黄酒产量将超过250万千升。

目前，黄酒行业销售收入前三位企业占据全行业销售收入的34%，行业前五大企业已获得全行业74%的利润收入，但是黄酒行业还未基本形成规模化生产，行业的集中度较低，因此，进一步培育消费市场、改变黄酒是低档烹饪料酒的消费观念是未来黄酒企业发展的立足之本。未来几年黄酒行业内竞争的加剧，设备简陋、技术落后，低质产品企业将被淘汰，少数具有优势的龙头企业和强势区域性企业将分享黄酒行业的利润。

未来几年随着黄酒行业产品结构的升级，年份酒推广力度加大，而黄酒储藏年限又较严格，在市场旺销的大氛围下黄酒的库存量将会急剧减少，因此，拥有丰富陈酒资源的企业将在未来的竞争中占先机。

### 【 目录 】

#### 第一部分 黄酒制造行业运行情况 8

#### 第一章 中国黄酒制造行业企业概况 8

第一节 企业性质分析	9
第二节 企业规模分析	10
第三节 企业区域分布	11
第二章 2005-2007年中国黄酒制造行业生产情况	12
第一节 中国黄酒制造业总产量	13
第二节 中国黄酒制造业区域特征分析	14
第三节 不同规模企业产量	15
第三章 2005-2007年中国黄酒制造行业销售情况	16
第一节 中国都制品行业销售规模变动轨迹	17
第二节 中国黄酒制造业区域特征分析	18
第三节 中国黄酒制造行业中不同规模企业销售额	19
第四章 黄酒进出口情况	20
第一节 黄酒进出口总量	21
第二节 黄酒进出口结构	22
第五章 黄酒细分产品产销情况	23
第一节 饮用黄酒	24
第二节 调味黄酒	25
第二部分 行业竞争情况分析	26
第六章 上游原料行业议价能力	26
第一节 上游原材料供应量	27
一、 2005-2007年黄酒主要原料产量	28
二、 主要原材料区域分布	31
三、 2005-2007年主要原材料进出口总量	32
第二节 原材料价格	33
一、 近年我国黄酒品的价格变动趋势	34
二、 不同地区黄酒主要原料产品价格	38
第三节 原材料供应商议价能力	43

- 一、中国黄酒制造行业主要原料产品的供求对比 44
- 二、原材料行业与黄酒制造行业的议价能力 48

## 第七章 下游行业议价能力 49

### 第一节 黄酒消费总量分析 50

- 一、2005-2007年黄酒消费总量 51
- 二、重点地区消费量分析 55
- 三、黄酒消费结构 56

### 第二节 黄酒消费影响因素 57

- 一、产品质量因素 58
- 二、产品价格因素 59
- 三、渠道因素 60
- 四、品牌因素 61
- 五、包装因素 62

### 第三节 黄酒的主要渠道分析 63

- 一、便利店 64
- 二、批发商 65
- 三、超市、大卖场 66
- 四、出口贸易 67

### 第四节 下游议价能力综述（消费者、经销商） 68

## 第八章 黄酒市场厂商竞争分析 69

### 第一节 国内黄酒市场竞争主体 70

- 一、中小黄酒生产企业 71
- 二、黄酒生产集团 72

### 第二节 黄酒企业之间的竞争程度 73

- 一、行业集中度 74
- 二、产品差异化程度 75
- 三、不同竞争主体的盈利对比 76
- 四、重点地区黄酒制造业竞争格局 77
- 五、不同种类产品竞争格局 78

### 第三节 黄酒企业竞争因素分析 79

一、	原料采购与制造	80
二、	市场营销	81
三、	品牌竞争	82
第四节 黄酒企业竞争行为总结		83

## 第九章 黄酒行业潜在进入者威胁 84

### 第一节 黄酒制造行业进入壁垒 85

一、	市场准入机制	86
二、	原料竞争状况	87
三、	市场竞争状况	88
四、	渠道资源问题	89

### 第二节 新进入者主要群体竞争力 90

一、	中小黄酒生产企业	91
二、	黄酒生产集团	92

### 第三节 新进入者将对市场的影响 93

一、	供求关系	94
二、	竞争激烈程度	95

## 第十章 黄酒替代产品的发展 96

### 第一节 黄酒的替代品发展 97

一、	葡萄酒	98
二、	啤酒	99
三、	其他调味品	100

### 第二节 替代品发展对黄酒市场的影响 101

### 第三节 针对替代品影响提出的改进策略 102

## 第三部分 行业内重点品牌分析 103

### 第十一章 古越龙山 104

#### 第一节 公司基本概况 104

一、	企业组织结构	104
二、	企业业务结构	105
三、	企业经营策略	106

第二节 公司经营情况	107
一、2005-2007年公司产销情况	107
二、公司财务指标分析	108
第三节 公司未来发展规划及发展前景分析	109
一、企业发展战略规划	109
二、企业发展前景	110

## 第十二章 丹阳 111

第一节 公司基本概况	111
一、企业组织结构	111
二、企业业务结构	112
三、企业经营策略	113
第二节 公司经营情况	114
一、2005-2007年公司产销情况	114
二、公司财务指标分析	115
第三节 公司未来发展规划及发展前景分析	116
一、企业发展战略规划	116
二、企业发展前景	117

## 第十三章 莫干山 118

第一节 公司基本概况	118
一、企业组织结构	118
二、企业业务结构	119
三、企业经营策略	120
第二节 公司经营情况	121
一、2005-2007年公司产销情况	121
二、公司财务指标分析	122
第三节 公司未来发展规划及发展前景分析	123
一、企业发展战略规划	123
二、企业发展前景	124

## 第十四章 河套 125

第一节 公司基本情况	125
一、企业组织结构	125
二、企业业务结构	126
三、企业经营策略	127
第二节 公司经营情况	128
一、2005-2007年公司产销情况	128
二、公司财务指标分析	129
第三节 公司未来发展规划及发展前景分析	130
一、企业发展战略规划	130
二、企业发展前景	131

## 第十五章 天目山 132

第一节 公司基本情况	132
一、企业组织结构	132
二、企业业务结构	133
三、企业经验策略	134
第二节 公司经营情况	135
一、2005-2007年公司产销情况	135
二、公司财务指标分析	136
第三节 公司未来发展规划及发展前景分析	137
一、企业发展战略规划	137
二、企业发展前景	138

## 第十六章 金利府 139

第一节 公司基本情况	139
一、企业组织结构	139
二、企业业务结构	140
三、企业经营策略	141
第二节 公司经营情况	142
一、2005-2007年公司产销情况	142
二、公司财务指标分析	143
第三节 公司未来发展规划及发展前景分析	144



一、	企业发展战略规划	144
二、	企业发展前景	145
第四部分 行业发展前景分析 146		
第十七章 黄酒制造行业发展外部环境分析 147		
第一节 中国黄酒行业所处的政策环境 148		
一、	政府支持黄酒企业发展（税收、产业）	149
二、	中国黄酒行业标准建设	150
第二节 中国黄酒行业所处的经济环境 151		
一、	2008年中国经济走势	152
二、	居民食品消费支出	153
第十八章 黄酒制造行业发展趋势预测 154		
第一节 黄酒市场预测 155		
一、	2008-2010年中国黄酒生产规模预测	156
二、	2008-2010年中国黄酒销售规模预测	157
三、	黄酒产品结构预测	158
四、	2008-2010年黄酒贸易情况	159
第二节 黄酒制造行业发展趋势预测 160		
一、	黄酒消费需求动向	161
二、	黄酒行业生命周期分析	162
三、	黄酒制造技术动向	163
四、	黄酒品牌发展趋势	164
五、	黄酒行业竞争趋势分析	165
第十九章 黄酒企业经营策略及报告总结 166		
第一节 黄酒企业经营策略 167		
一、	品牌策略	168
二、	营销策略	169
三、	产品策略	170
第二节 报告总结 171		

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42626.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](http://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。