



艾凯咨询
ICAN Consulting

2005-2006年黄酒行业市场市场 分析及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2005-2006年黄酒行业市场分析及发展趋势研究报告》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/42834.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

2005年城乡居民收入继续保持较快增长。全年城镇居民人均可支配收入10493元，扣除价格因素，实际增长9.6%，增幅比上年提高1.9个百分点；农民人均纯收入3255元，实际增长6.2%，增幅回落0.6个百分点。国内市场销售增长迅猛。全年社会消费品零售总额67177亿元，比上年增长12.9%，扣除价格因素，实际增长12.0%，实际增速比上年加快1.8个百分点（12月份6850亿元，增长12.5%）。其中，城市消费品零售总额增长13.6%；县及县以下消费品零售总额增长11.5%。批发零售贸易业零售额增长12.6%，餐饮业零售额增长17.7%。在经济增长、总体消费水平提高的情况下，黄酒市场发展加快，在消费刺激下，中高档黄酒产品不断涌现。目前,我国产业政策积极扶持黄酒行业发展。国家的酿酒行业政策是：贯彻“优质、低度、多品种、低消耗”的方针，积极实施“四个转变”，重点发展葡萄酒、水果酒，积极发展黄酒，稳步发展啤酒，控制白酒总量。显而易见，国家政策对于黄酒的发展来说是有促进作用的。目前国内年度黄酒人均消费为1.4升、年度白酒人均消费为2.6升、年度啤酒人均消费为21升,与白酒、啤酒相比，黄酒的年度人均消费仍存在较大的差距。近年来白酒产量的下降为黄酒发展预留了更多市场空间，在国家政策的影响下，黄酒企业发展环境趋好，加上消费习惯的逐渐形成，黄酒在未来有着更加广阔的空间。有统计数据显示，从2001年以来，黄酒产量的增长率回升，2003年和2004年分别达到7.1%和20%，2005年黄酒产量突破200万吨。2004年全行业销售收入..... 我国目前有约700家黄酒生产企业，大致分布在浙江、江苏、上海、江西、福建、安徽、甘肃、山东、北京、东北、华北等地。我国黄酒生产企业主要集中于江浙沪一带，浙江黄酒产量一度占据中国黄酒产量的70-80%。近两年在上海的新生代黄酒企业..... 2005年我国黄酒年消费总量近200万吨，销售量与白酒和啤酒存在很大差距，仅占饮料酒总量的4-5%。黄酒产品消费群体以中老年为主的格局依旧存在，但在很大程度上得到了改观.....

第一部分 行业篇 第一章：经济环境对行业的影响分析 一、我国经济形势良好 二、消费增长拉动黄酒销售 第二章：产业政策对行业的影响分析 一、酿酒政策优化黄酒发展大环境 二、税收政策扶持黄酒发展 二、原产地保护提升行业竞争力 第三章：黄酒的定义与分类 第一节 黄酒的定义和历史 第二节 黄酒的分类 一、常见传统分类法 二、最新国家标准中黄酒的分类法 三、按酿造方法进行分类 第四章：黄酒生产状况分析 第一节 供应状况分析 一、产量基数小，近年逐年增长 二、生产企业地区分布集中 三、企业规模普遍较小 第二节 需求状况分析 一、消费群体及消费区域局限性 二、国内消费潜力巨大 第三节 竞品分析 一、我国酒类产品结构 2004年酿酒行业产量构成 2004年酿酒行业收入构成 二、黄酒及竞品的优劣势分析

第二部分 市场篇 第四章：黄酒市场状况分析 第一节 黄酒市场状况概述 一、市场发展良好，覆盖面不断增大 二、行业整体档次较低 三、外界资本关注度提高 第二节 黄酒市场结构

分析一、黄酒市场集中度分析二、黄酒产销分布分析1、2004年地区黄酒效益情况排序前10名2、黄酒行业产量地区分布3、黄酒消费量的地区分布 第二节 市场特性分析一、品牌辐射范围狭窄二、缺乏强势领导性品牌三、时尚、高档市场趋势显现 第五章：行业区域市场分析 第一节 主要产区分析一、浙江产区二、上海产区三、江苏产区四、福建产区 第二节 重点区域市场分析一、浙江市场分析二、上海市场分析三、江苏市场分析四、北京市场分析五、广州市场分析六、成都市场分析 第六章：消费者分析 第一节 消费者需求分析一、健康饮酒理念促进消费者需求二、消费者需求差异化分析 第二节 消费者购买行为分析 第三部分：竞争篇 第七章 行业竞争状况分析 第一节 行业竞争格局分析一、众多企业混战，胜者为王二、新兴市场发展迅速三、企业营销意识增强，行业盈利能力减弱 第二节 行业竞争趋势发展一、诸侯纷争，外围市场争夺更加激烈二、1-2个全国品牌和地方强势品牌分享利润 第四部分：企业篇 第八章：主要企业状况分析 第一节 浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司一、经营现状 2005年1-9月财务报表二、产品结构三、销售市场分布四、最近动态五、发展目标及趋势 第二节 上海市第一食品股份有限公司一、经营现状 2005年上半年财务报表二、产品结构三、销售市场分布四、最近动态五、发展目标及趋势 第三节 浙江中国轻纺城集团股份有限公司一、经营现状 2005年1-9月财务报表二、产品结构三、销售市场分布四、近期动态五、发展目标及趋势 第五部分：营销篇 第九章：行业营销状况分析 第一节 广告投放分析 第二节 公关促销分析一、公关促销的必要性二、05年公关促销活动分析 第三节 渠道分析一、商超渠道增量有限二、餐饮酒楼中档黄酒有空档三、夜场渠道大有机会 第十章：新品分析 第一节 黄酒新品的研制与开发方向一、酒精低度口味淡化二、包装创新分析 第二节 2005年黄酒主要新品分析一、2005年新品开发中高档为主二、三大特色新品分析 第十一章 黄酒行业发展趋势预测一、黄酒企业宣传规模日益扩大二、黄酒销售网点逐步健全三、高档黄酒产品依然是开发重点四、行业强势品牌优势更加明显 附图表（7个）：表1：2005年12月份全国黄酒企业亏损情况表2：2005年7月份全国黄酒企业亏损情况表表3：2005年7月黄酒产成品及销售收入情况表表4：2005年7月黄酒利润、税金总额情况表……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42834.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。