



艾凯咨询
ICAN Consulting

2006年中国黄酒行业预测报告

一、调研说明

《2006年中国黄酒行业预测报告》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/42848.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

黄酒行业特性分析 8 1.1 黄酒的定义及分类 8 1.1.1 黄酒的定义 8 1.1.2 黄酒的历史 8 1.1.3 黄酒的种类 11 1.2 黄酒特点和用途 13 1.2.1 传统的饮料酒 13 1.2.2 黄酒独特的保健功效和药用价值 13 1.2.3 黄酒的烹饪调味价值 14 1.3 2005年黄酒行业集中度分析 14 1.3.1 2005年黄酒行业企业集中度 14 1.3.2 2005年黄酒行业地区集中度 16 1.4 2005年黄酒行业盈利能力分析 19 1.4.1 黄酒企业的盈利模式 19 1.4.2 2005年黄酒业成本费用分析 22 1.5 2005年黄酒行业偿债能力分析 23

2004 -2005年中国黄酒行业发展状况分析 25 2.1 2005年黄酒业总体发展状况分析 25 2.2 黄酒行业市场特征分析 26 2.2.1 黄酒业产销规模分析 26 2.2.2 黄酒业“地缘经济”特征显著 28 2.2.3 企业生产规模集中度较低，低价同质化竞争 29 2.3 黄酒行业生命周期分析 31 2.3.1 成熟期的黄酒行业再度呈现生机 31 2.3.2 黄酒消费：收入效应 > 替代效应 33 2.3.3 黄酒高档化和时尚化 35 2.3.4 黄酒差异化和品牌化分析 37 2.3.5 黄酒对其他酒的消费替代 38 2.3.6 消费升级消费替代：黄酒市场增长空间巨大 39 2.4 2005年黄酒业发展状况分析 39 黄酒业营销分析 41 3.1 全国性营销：黄酒行业成长的催化剂 41 3.1.1 传统黄酒营销分析 41 3.1.2 催化剂事件——2004年黄酒广告投标央视 43 3.1.3 黄酒的全国性营销将加剧行业优胜劣汰 44 3.2 2004年黄酒平面广告投放情况 44 3.2.1 2004年食品饮料行业广告总体投放情况 44 3.2.2 2004年黄酒业平面广告投放情况 46 3.3 黄酒营销案例：某品牌黄酒杭州市场推广策略 46 3.4 黄酒市场营销策略 51

中国黄酒市场竞争分析 53 4.1 黄酒业总体竞争状况分析 53 4.1.1 诸侯割据 53 4.1.2 黄酒中短期内仍以区域性生产，全国化市场为主 54 4.1.3 黄酒龙头企业的竞争优势分析 56 4.2 2005年中国黄酒行业企业竞争情况分析 58 4.2.1 2003-2005前10名黄酒企业市场份额 58 4.2.2 2005中国101家规模以上黄酒企业总资产排名 58 4.2.3 2005中国101家规模以上黄酒企业销售额排名 61 4.2.4 2005中国101家规模以上黄酒企业利润排名 63 4.3 黄酒业SWOT分析 66 4.4 主要区域黄酒市场状况 68 4.4.1 上海市场情况 68 4.4.2 广东黄酒市场 69 4.4.3 北京黄酒市场 70 4.4.4 浙江黄酒市场 72 4.4.5 成都黄酒市场 74 主要黄酒业上市公司分析 76 5.1 古越龙山（600059）76 5.1.1 公司简介 76 5.1.2 2004-2005年古越龙山经营状况 76 5.2 第一食品（600616）81 5.2.1 2004-2005年第一食品股份有限公司经营状况 81 5.3 轻纺城（600790）84 5.3.1 2004-2005年轻纺城集团公司经营状况 84 5.4 三大上市公司关于黄酒类业务比较 89 中国主要黄酒企业经营分析 92 6.1 中国绍兴黄酒集团有限公司 93 6.1.1 企业整体发展状况 93 6.1.2 企业偿债能力分析 93 6.1.3 企业产品成本费用分析 93 6.2 上海金枫酿酒公司 94 6.2.1 企业整体发展状况 94 6.2.2 企业偿债能力分析 94 6.2.3 企业产品成本费用分析 94 6.3 绍兴东风酒厂 95 6.3.1 企业整体发展状况 95 6.3.2 企业偿债能力分析 95 6.3.3 企业产品成本费用分析 95 6.4 上海冠生园华光酿酒药业有限公司 96 6.4.1 企业整体发展状况 96 6.4.2 企业偿债能力分析 96 6.4.3 企业产品成本费用分析 96 6.5 浙

江嘉善黄酒股份有限公司 97 6.5.1 企业整体发展状况 97 6.5.2 企业偿债能力分析 97 6.5.3 企业产品成本费用分析 97 6.6 平原三和食品有限公司 98 6.6.1 企业整体发展状况 98 6.6.2 企业偿债能力分析 98 6.6.3 企业产品成本费用分析 98 6.7 浙江塔牌绍兴酒厂 99 6.7.1 企业整体发展状况 99 6.7.2 企业偿债能力分析 99 6.7.3 企业产品成本费用分析 99 6.8 江苏张家港酿酒集团公司 100 6.8.1 企业整体发展状况 100 6.8.2 企业偿债能力分析 100 6.8.3 企业产品成本费用分析 100 6.9 绍兴女儿红酿酒有限责任公司 101 6.9.1 企业整体发展状况 101 6.9.2 企业偿债能力分析 101 6.9.3 企业产品成本费用分析 101 6.10 浙江善好酒业集团有限公司 102 6.10.1 企业整体发展状况 102 6.10.2 企业偿债能力分析 102 6.10.3 企业产品成本费用分析 102 6.11 深晖饮料(汕头)有限公司 103 6.11.1 企业整体发展状况 103 6.11.2 企业偿债能力分析 103 6.11.3 企业产品成本费用分析 103 6.12 T.C.C宁波佳酿有限公司 104 6.12.1 企业整体发展状况 104 6.12.2 企业偿债能力分析 104 6.12.3 企业产品成本费用分析 104 6.13 中粮绍兴酒业有限公司 105 6.13.1 企业整体发展状况 105 6.13.2 企业偿债能力分析 105 6.13.3 企业产品成本费用分析 105 中国黄酒行业发展趋势分析 106 7.1 政策积极扶持，有望提前实现增长目标 106 7.2 2006年黄酒企业的策略与出路 107 7.3 黄酒业的发展机遇 109 7.4 黄酒业的营销趋势 111 7.4.1 黄酒需求潜力 111 7.4.2 黄酒业渠道趋势 112 7.4.3 黄酒市场营销策略 113 7.4.4 挖掘黄酒历史文化内涵，倡导时尚黄酒 114 图表目录 图表 1 2005年规模以上黄酒企业总体状况 15 图表 2 2005年不同企业规模的黄酒企业所占市场份额 16 图表 3 2005年不同企业规模的黄酒企业利润分布情况 16 图表 4 2005年不同性质黄酒企业所占市场份额比较 16 图表 5 2005年不同企业性质黄酒企业所占市场份额比较 17 图表 6 2005年白酒行业企业各大区分布 17 图表 7 2005年黄酒行业前5省区销售排名 18 图表 8 2005年黄酒行业前5省销售收入占全行业销售收入比例 18 图表 9 2005年浙江省企业销售收入占全行业的销售比例 19 图表 10 2005年大中型黄酒企业分布地区情况 19 图表 11 白酒、啤酒、葡萄酒、黄酒价值基因分析 20 图表 12 黄酒业的产业格局 21 图表 13 2005年黄酒行业成本费用统计(千元) 23 图表 14 2003-2005年黄酒业成本费用利润率 23 图表 15 2005黄酒、啤酒、葡萄酒、白酒成本费用利润率比较 24 图表 16 2005年黄酒行业资产负债状况 25 图表 17 2003-2005年黄酒行业资产负债率比较 25 图表 18 2005黄酒、啤酒、葡萄酒、白酒资产负债率比较 25 图表 19 1998-2005年黄酒产量变化趋势 27 图表 20 2003-2005年黄酒业销售状况 27 图表 21 2003-2005年黄酒业利润总额 27 图表 22 2005年酿酒行业销售收入构成 28 图表 23 2005年酿酒行业产量构成 28 图表 24 2005年酿酒行业主要子行业产量 29 图表 25 黄酒行业产量的地区分布 29 图表 26 黄酒消费量的地区分布 30 图表 27 2004年酿酒子行业集中度比较 31 图表 28 1999-2004年酿酒子行业毛利率比较 31 图表 29 2004年主要酒类吨酒价格 32 图表 30 1992-2007E 黄酒产销量增长 33 图表 31 1998-2004年黄酒行业收入和利润增长 33 图表 32 2001-2007年酿酒行业子行业复合增长率 34 图表 33 黄酒行业的生命周期图 34 图表 34 2003年全国和长三角地

区人均消费水平（单位：元）35 图表 35 2003 年人均消费水平（单位：元）35 图表 36 黄酒产业链条图 36 图表 37 上海市场中高档黄酒价格 37 图表 38 上海市场低价位黄酒价格 37 图表 39 1998-2004 年黄酒吨酒价格变化趋势 38 图表 40 上海金枫酿酒公司金字塔产品结构 39 图表 41 黄酒消费市场分析图 40 图表 42 2005 年一季度黄酒行业销售和利润指标 41 图表 43 1998-2004 年酿酒行业子行业销售费用率 42 图表 44 1998-2004 年不同子行业销售费用占酿酒行业整体销售费用的比重 43 图表 45 2002 年黄酒行业主要企业广告费用构成 43 图表 46 2002 年黄酒行业广告投向地区 44 图表 47 黄酒行业销售费用增长情况 44 图表 48 2004 年食品产业广告投放总量以及区域分布 46 图表 49 2004 年食品产业广告投放区域投放 46 图表 50 2004 年白酒、啤酒、葡萄酒、黄酒、果酒平面广告投放统计 47 图表 51 2004 年主要酒类平面广告投放对比图 47 图表 52 2004 年销售收入千万元以上黄酒企业分布 56 图表 53 2004 年黄酒销售额快速增长的省市 56 图表 54 2004 年黄酒行业集中度 57 图表 55 黄酒行业龙头企业平均利润率 57 图表 56 黄酒行业企业数量和利润 58 图表 57 黄酒行业厂商格局变化分析 58 图表 58 2005 年前 10 名黄酒企业市场份额 59 图表 59 2005 年 101 家规模以上黄酒企业总资产排名（单位：千元）59 图表 60 2005 年 101 家规模以上黄酒企业销售额排名（单位：千元）62 图表 61 2005 年 101 家规模以上黄酒企业利润排名表 64 图表 62 黄酒行业 SWOT 分析图 69 图表 63 浙江省 49 家规模以上黄酒企业销售收入排名 73 图表 64 浙江省 49 家规模以上黄酒企业利润排名 74 图表 65 古越龙山产权关系图 78 图表 66 古越龙山前 10 名股东持股情况 78 图表 67 2005 年浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司主要利润指标（元）79 图表 68 2002-2005 年浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司主要财务指标 79 图表 69 2005 年古越龙山绍兴酒股份有限公司主营业务收入分产品情况表（万元）79 图表 70 2005 年古越龙山绍兴酒股份有限公司主营业务分地区情况表（万元）80 图表 71 2005 年古越龙山主要控股公司的经营情况及业绩 80 图表 72 2005 年一季度公司财务主要数据 81 图表 73 2005 年一季度公司主要产品销售状况 81 图表 74 上海第一食品股份公司产权关系图 82 图表 75 2005 年上海第一食品股份有限公司主要利润指标情况（元）83 图表 76 2002-2005 年上海第一食品股份有限公司主要财务指标（元）83 图表 77 2005 年上海第一食品股份有限公司主营业务行业构成情况 83 图表 78 2005-2007 第一食品盈利预测 85 图表 79 轻纺城集团公司公司产权关系图 86 图表 80 2005 年轻纺城集团公司主要利润指标 87 图表 81 2002-2005 年轻纺城集团公司主要财务指标 87 图表 82 2005 年轻纺城集团公司主营业务分行业经营情况表 88 图表 83 2005 年轻纺城集团公司主营业务分地区经营情况表 88 图表 84 2005 年轻纺城集团公司占主营业务收入 10% 以上的产品 88 图表 85 2005 年轻纺城集团公司主要控股公司的经营情况及业绩 89 图表 86 2005 年三大黄酒厂商产销量比较 90 图表 87 黄酒业三大酒厂比较 90 图表 88 2001-2005 古越龙山酒类业务收入利润情况 91 图表 89 2001-2005 第一食品金枫酒厂收入与利润情况 91 图表 90 2001-2005 年轻纺城东风酒厂销售收入、净利润 92 图表 91 龙头黄酒

企业酒类业务销售收入 92 图表 92 2005年中国绍兴黄酒集团有限公司经营状况 94 图表 93 2005年中国绍兴黄酒集团有限公司资产负债状况 94 图表 94 2005年中国绍兴黄酒集团有限公司资产负债率 94 图表 95 2005年中国绍兴黄酒集团有限公司成本费用 94 图表 96 2005年中国绍兴黄酒集团有限公司成本费用利润率 94 图表 97 2005年上海金枫酿酒公司经营状况 95 图表 98 2005年上海金枫酿酒公司资产负债状况 95 图表 99 2005年上海金枫酿酒公司资产负债率 95 图表 100 2005年上海金枫酿酒公司成本费用 95 图表 101 2005年上海金枫酿酒公司成本费用利润率 95 图表 102 2005年绍兴东风酒厂经营状况 96 图表 103 2005年绍兴东风酒厂资产负债状况 96 图表 104 2005年绍兴东风酒厂资产负债率 96 图表 105 2005年绍兴东风酒厂成本费用 96 图表 106 2005年绍兴东风酒厂成本费用利润率 96 图表 107 2005年上海冠生园华光酿酒药业有限公司经营状况 97 图表 108 2005年上海冠生园华光酿酒药业有限公司资产负债状况 97 图表 109 2005年上海冠生园华光酿酒药业有限公司资产负债率 97 图表 110 2005年上海冠生园华光酿酒药业有限公司成本费用 97 图表 111 2005年上海冠生园华光酿酒药业有限公司成本费用利润率 97 图表 112 2005年浙江嘉善黄酒股份有限公司经营状况 98 图表 113 2005年浙江嘉善黄酒股份有限公司资产负债状况 98 图表 114 2005年浙江嘉善黄酒股份有限公司资产负债率 98 图表 115 2005年浙江嘉善黄酒股份有限公司成本费用 98 图表 116 2005年浙江嘉善黄酒股份有限公司成本费用利润率 98 图表 117 2005年平原三和食品有限公司经营状况 99 图表 118 2005年平原三和食品有限公司资产负债状况 99 图表 119 2005年平原三和食品有限公司资产负债率 99 图表 120 2005年平原三和食品有限公司成本费用 99 图表 121 2005年平原三和食品有限公司成本费用利润率 99 图表 122 2005年浙江塔牌绍兴酒厂经营状况 100 图表 123 2005年浙江塔牌绍兴酒厂资产负债状况 100 图表 124 2005年浙江塔牌绍兴酒厂资产负债率 100 图表 125 2005年浙江塔牌绍兴酒厂成本费用 100 图表 126 2005年浙江塔牌绍兴酒厂成本费用利润率 100 图表 127 2005年江苏张家港酿酒集团公司经营状况 101 图表 128 2005年江苏张家港酿酒集团公司资产负债状况 101 图表 129 2005年江苏张家港酿酒集团公司资产负债率 101 图表 130 2005年江苏张家港酿酒集团公司成本费用 101 图表 131 2005年江苏张家港酿酒集团公司成本费用利润率 101 图表 132 2005年绍兴女儿红酿酒有限责任公司经营状况 102 图表 133 2005年绍兴女儿红酿酒有限责任公司资产负债状况 102 图表 134 2005年绍兴女儿红酿酒有限责任公司资产负债率 102 图表 135 2005年绍兴女儿红酿酒有限责任公司成本费用 102 图表 136 2005年绍兴女儿红酿酒有限责任公司成本费用利润率 102 图表 137 2005年浙江善好酒业集团有限公司经营状况 103 图表 138 2005年浙江善好酒业集团有限公司资产负债状况 103 图表 139 2005年浙江善好酒业集团有限公司资产负债率 103 图表 140 2005年浙江善好酒业集团有限公司成本费用 103 图表 141 2005年浙江善好酒业集团有限公司成本费用利润率 103 图表 142 2005年深晖饮料(汕头)有限公司经营状况 104 图表 143 2005年深晖饮料(汕头)有限公司资产负债状况 104 图表 144 2005年深晖饮料(汕头)有限

公司资产负债率 104 图表 145 2005年深晖饮料(汕头)有限公司成本费用 104 图表 146 2005年深晖饮料(汕头)有限公司成本费用利润率 104 图表 147 2005年T.C.C宁波佳酿有限公司经营状况 105 图表 148 2005年T.C.C宁波佳酿有限公司资产负债状况 105 图表 149 2005年T.C.C宁波佳酿有限公司资产负债率 105 图表 150 2005年T.C.C宁波佳酿有限公司成本费用 105 图表 151 2005年T.C.C宁波佳酿有限公司成本费用利润率 105 图表 152 2005年中粮绍兴酒业有限公司经营状况 106 图表 153 2005年中粮绍兴酒业有限公司资产负债状况 106 图表 154 2005年中粮绍兴酒业有限公司资产负债率 106 图表 155 2005年中粮绍兴酒业有限公司成本费用 106 图表 156 2005年中粮绍兴酒业有限公司成本费用利润率 106 图表 157 酿酒行业消费税政策 108 图表 158 2005-2015黄酒行业年产量增长预测 108 图表 159 人体所必需 8 种氨基酸比较 (毫克 / 升) 111

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42848.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提供投资咨询报告、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。