

2018-2024年中国黄酒行业市场产销态势分析与未来发展趋势预测报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018-2024年中国黄酒行业市场产销态势分析与未来发展趋势预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/jiulei/310616310616.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

黄酒是中国独有的传统酿造酒，起源于商周时代，与啤酒和葡萄酒并称世界三大最古老的酒种，酒精含量一般在10~14度。黄酒市场较为分散，地产黄酒在酿造方法、口感、外观上具有差异性，主流为浙派、海派和苏派。黄酒有“液体蛋糕”之称，包含人体不能合成的8种必须氨基酸。同时10~14度的低酒精含量，适饮群体更加广泛。而且消费场景多元，既可自饮，也可聚会饮用。

1) 黄酒基本完成整合，正在成为营收增速最高的大众酒类

龙头公司具备规模优势，3家上市公司占比行业收入已近20%。行业目前约有700家公司，其中80%的年生产规模不足8吨。

行业主流品牌仅15个左右，且多数已整合到上市公司。上市公司具有丰富的品牌资源，品牌优势突出。

大多数行业主流品牌已为上市公司拥有 资料来源：公司资料整理

中国消费者能够相对容易区分黄酒的品质档次，以年份为基础的品质标准已经建立，同时辅助绍兴黄酒等核心产品的细分品类标准，形成了可以用以消费升级的价值和价格分层。而对葡萄酒这样的外来酒种，中国消费者短期内难以明确区分档次，不适应大众消费升级，销量增长主要为普及型消费，各个产品过于小众，缺乏明确的品牌分层体系。

1、黄酒形成了类似白酒的以年份为基础的统一评价标准，价格体系已经建立。口感、香气、色泽等直观表象随年份不同具有较为明显的差异，年份标准为消费者所认可。

2、黄酒规模化生产仍然能保证品质的统一，是年份概念建立的基础。

3、高端年份基酒储备，支撑年份产品放量。特别是上市公司具备充足的高品质陈年基酒资源。

2) 黄酒全国化的壁垒在快速降低，渠道商推动黄酒成长

黄酒代理正在成为经销商拓展品类新需求，连锁化酒类终端帮助黄酒全国化。成熟产品价格逐步透明，渠道商的利润水平回归正常甚至偏低，同时随着白酒毛利率水平降低，企业迫切希望通过多品类经营提升利润水平和终端服务能力。

观研天下发布的《2018-2024年中国黄酒行业市场产销态势分析与未来发展趋势预测报告》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资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。

【报告大纲】

第一章 黄酒产业相关介绍

第一节 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

第二节 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

第二章 2017年中国黄酒产业运行环境分析

第一节 2017年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、城乡居民家庭人均可支配收入

三、恩格尔系数

四、工业发展形势分析

五、存贷款利率

六、财政收支状况

第二节 2017年中国黄酒产业政策环境分析

- 一、酒类流通管理办法
- 二、食用酒精国家标准
- 三、酒类广告管理办法
- 四、出口黄酒检验规程
- 五、绍兴酒出口许可证管理规定

节 2017年中国黄酒产业社会环境分析

第三章 2017年中国黄酒行业运行态势分析

第一节 2017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

第二节 2017年中国黄酒市场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

第三节 2017年中国黄酒企业发展状况

- 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、解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

第四节 2017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、解析制约黄酒消费的瓶颈

第五节 2017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

节 2017年中国黄酒行业发展对策分析

- 一、解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 2015-2017年中国黄酒产量数据统计分析

第一节 2015-2016年中国黄酒产量数据分析

第二节 2017年中国黄酒产量数据分析

第五章 2015-2017年中国黄酒制造业主要指标监测分析

第一节 2015-2017年中国黄酒制造业数据统计与监测分析

- 一、2015-2017年中国黄酒制造业企业数量增长分析
- 二、2015-2017年中国黄酒制造业从业人数调查分析
- 三、2015-2017年中国黄酒制造业总销售收入分析
- 四、2015-2017年中国黄酒制造业利润总额分析
- 五、2015-2017年中国黄酒制造业投资资产增长性分析

第二节 2017年中国黄酒制造业最新数据统计与监测分析（定期更新）

- 一、企业数量与分布
- 二、销售收入
- 三、利润总额
- 四、从业人数

第三节 2017年中国黄酒制造业投资状况监测（定期更新）

- 一、行业资产区域分布
- 二、主要省市投资增速

第六章 2015-2017年中国黄酒行业市场（22060010）进出口数据分析

第一节 2015-2017年中国黄酒行业进出口情况分析

第二节 2015-2017年中国黄酒行业进出口特征分析

- 一、进口来源国及地区数据统计
- 二、出口国别及地区数据统计

第三节 黄酒进出口价格特征分析

第七章 中国主要地区黄酒行业及市场格局分析

第一节 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、解析绍兴黄酒生产的“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

第二节 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

第三节 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

第四节 北京

- 一、北京黄酒市场及消费状况
- 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

第五节 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

第八章 2017年中国黄酒行业市场营销战略分析

第一节 2017年中国黄酒行业营销现状

- 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

第二节 2017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

第三节 2017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解析
- 四、黄酒营销实践存在误区
- 五、黄酒营销应防范无利润“黑洞”

第四节 2017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

第九章 2017年中国黄酒产业重点企业主要竞争指标分析

第一节 浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业发展战略分析

第二节 浙江中国轻纺城集团股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业发展战略分析

第三节 上海金枫酒业股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业发展战略分析

第四节 绍兴女儿红酿酒有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业发展战略分析

第五节 浙江塔牌绍兴酒厂

- 一、企业基本情况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业发展战略分析

第六节 浙江嘉善黄酒股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业发展战略分析

第七节 江苏张家港酿酒集团公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业发展战略分析

第八节 福建南湖酒业有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业发展战略分析

第九节 浙江善好酒业集团有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业发展战略分析

第十节 中粮绍兴酒有限公司

二、企业经营情况分析

三、企业发展战略分析

第十章 2018-2024年中国黄酒行业发展前景趋势分析

第一节 2018-2024年中国黄酒行业前景预测

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、未来黄酒行业发展空间广阔

第二节 2018-2024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

第三节 2018-2024年中国黄酒市场规模预测分析

一、黄酒产量预测分析

二、黄酒需求量预测分析

三、黄酒进出口预测分析

第十一章 2018-2024年中国黄酒行业投资机会与风险分析

第一节 2018-2024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

第二节 2018-2024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

第三节 2018-2024年中国黄酒行业SWOT分析

一、优势

二、劣势

三、机遇

四、挑战

第四节 2018-2024年中国黄酒行业投资风险分析

图表目录：

图表：主要酒种营养价值及吨酒价格比较

图表：酿酒行业收入构成

图表：酿酒行业产量构成

图表：黄酒产业链条

图表：食用酒精的感官要求

图表：食用酒精的理化指标

图表：成都黄酒市场主流品牌

图表：成都消费者对黄酒了解情况

图表：黄酒营销渠道杠杆分析

(GYFSWLP)

图表详见报告正文

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随着时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiulei/310616310616.html>