

2021年中国黄酒市场分析报告- 市场供需现状与投资前景预测

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《2021年中国黄酒市场分析报告-市场供需现状与投资前景预测》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/541351541351.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

一、行业概述

黄酒是以稻米、黍米、小米、玉米、小麦、水等为主要原料，用酶制剂、酵母等糖化发酵剂酿制而成的发酵酒，一般酒精含量在14%-20%左右，属于低度酿造酒。黄酒是世界上最古老的酒类之一，源于中国，且唯中国有之，与啤酒、葡萄酒并称世界三大古酒。黄酒酒质由酵母曲种质量决定。黄酒含有丰富的营养，含有21种氨基酸，其中包括有数种未知氨基酸，而人体自身不能合成必须依靠食物摄取8种必需氨基酸黄酒都具备，故被誉为"液体蛋糕"。

从产业链来看，黄酒行业的上游的原材料主要是谷物类，南方主要是以糯米，北方则以黍米、粟及糯米(北方称江米)为原料；中游主要是黄酒生产企业，包括古越龙山、会稽山等；下游则是销售，其销售模式多以线下为主，近年来随着黄酒市场的扩大，线上销售开始升温。

黄酒行业产业链

资料来源：研观天下数据中心整理

根据观研报告网发布的《2021年中国黄酒市场分析报告-市场供需现状与投资前景预测》显示。黄酒在我国已经有将近4000年的历史，是我国最早发明的发酵酒。在先秦时期，米酒便是黄酒的雏形。到了唐宋时期，在重商主义背景下，黄酒的酿造工艺也得到了大幅度改良，直至明清时期，黄酒已成为社会大众的主流。19世纪末20世纪初，我国正处于革命抗战时期，此时国内粮食缺乏，糯米酿制的黄酒逐渐被白酒、啤酒、葡萄酒所替代。黄酒逐渐被边缘化。近年来，随着我国消费市场的升级，黄酒产业逐渐向高端化、年轻化方向发展，多家企业推出高端产品，将年轻化的理念融入产品中。

中国黄酒行业发展历程

资料来源：研观天下数据中心整理

二、我国黄酒行业市场现状

1、销量跟不上产量

近几年，我国黄酒的产量整体较为震荡。2016年到2017年产量出现上升，在2018年出现小幅下降，2019年又稍有回升，2020年又有所下降，但是从20近五年来看，我国黄酒产量总体上是呈现上升趋势。从2016-2020年数据来看，我国黄酒的销量总体呈现下降趋势，2017年我国黄酒销量为195.85万千升，到2018年降至155.97万千升，2019年略微回升至158.6万千升，到2020年又下降至132.04万千升。

2016-2020年中国黄酒产量、销量情况统计

数据来源：研观天下数据中心整理

2、营业收入下降

根据国家统计局统计数据显示，2020年我国规模以上的黄酒企业累计销售收入为134.6

8亿元，与2019年相比下降了20.18%。总体来看，近年来我国黄酒行业营收呈现下降趋势。

2016-2020年中国黄酒行业营收变化情况(规模以上企业) 数据来源：研观天下数据中心整理

3、江浙沪市场占比较高，但已逐步呈现下降趋势

从区域来看，目前我国黄酒消费89%集中于江浙沪地区。从近五年数据来看，我国主要黄酒企业在浙江沪地区的销量占比以及销售收入占比均达到80%以上，浙江沪市场为我国黄酒的主要消费市场。

然而，从2016-2020年我国主要黄酒企业在浙江沪地区的销量和销售收入数据来看，2016年销量为30.18万千升，销售收入为30.40亿元；2020年销量为23.70万千升，销售收入为24亿元。总体上，近五年我国主要黄酒企业在浙江沪地区的销量和销售收入均呈现下降趋势，浙江沪市场占比也有一定下降趋势。

2016-2020年中国主要黄酒企业浙江沪地区销量情况

数据来源：研观天下数据中心整理

2016-2020年中国主要黄酒企业浙江沪地区销售收入情况

数据来源：研观天下数据中心整理

4、形成三足鼎立的竞争格局

从企业角度来看，经过多年发展，目前我国黄酒行业已经形成了三足鼎立的竞争格局，古越龙山、会稽山、金枫酒业成为我国黄酒行业的主要上市公司。古越龙山早年收购了女儿红；金枫酒业收购了绍兴白塔等；会稽山更是陆陆续续收购嘉善、唐宋和浙江塔牌等公司。我国黄酒行业集中度提升的同时，会稽山、古越龙山和金枫酒业也成为黄酒行业的龙头企业，为主要竞争者。

我国黄酒企业兼并与重组情况

收购方

收购时间

被收购方

金额

会稽山

2019年3月

浙江精功农业发展有限公司

9800万元

2017年11月

绍兴咸亨食品股份有限公司

7.35亿元

2017年1月

浙江塔牌绍兴酒有限公司

1.61亿元

2015年6月

乌毡帽酒业有限公司

4亿元

2015年6月

绍兴县唐宋酒业有限公司

8160万元

2015年1月

绍兴市柯桥区醉之缘酒业有限公司

3716.91万元

2005年

浙江嘉善黄酒股份有限公司

/

古越龙山

2019年8月

绍兴鉴湖酿酒有限公司

9800万元

2009年

绍兴女儿红酿酒有限公司

/

金枫酒业

2015年4月

无锡市振太酒业有限公司

3亿元

2014年4月

绍兴白塔酿酒有限公司

3696万元资料来源：研观天下数据中心整理

从龙头企业的投资建设项目上来看，三家企业均布局了中高档、高品质黄酒项目。其中古越龙山在去年投资55亿元用于建设黄酒产业园项目，该项目不仅涉及到智能化黄酒酿造的生产能力建设，还包括料酒、传统工艺黄酒工程的生产能力建设，预计将在2023年10月前完工投产。

近年来中国黄酒龙头企业投资建设项目

企业名称

项目

会稽山

2014年完成年产4万千升中高档优质绍兴黄酒项目并试产。

古越龙山

2020年投资55亿元，黄酒产业园项目正式启动建设，一期工程将打造十万吨智能化黄酒酿造，预计2021年10月完工；二期工程将建设十万吨智能化黄酒、八万吨料酒、四万吨传统工艺黄酒及22万吨的灌装生产能力，计划2023年10月前完工投产。

金枫酒业

2018年12月新增10万千升新型高品质黄酒技术改造配套项目（二期）完工并投产。资料来源：研观天下数据中心整理

观研报告网发布的资料显示，从龙头企业的市场份额、产能及业绩来看，目前我国黄酒行业市场份额占比最高的是古越龙山，占比为9.39%，实际产能22.44万千升，业务收入达到12.64亿元；其次是会稽山，市场份额占比8.14%，实际产能12万千升，业务收入为10.96亿元；然后是金枫酒业，市场份额占比为4.42%，实际产能7.11万千升，业务收入为5.96亿元，排名第三。

2020年中国黄酒行业龙头企业对比情况

指标

会稽山

古越龙山

金枫酒业

市场份额

8.14%

9.39%

4.42%

产能

实际产能（万千升）

12

22.44

7.11

设计产能（万千升）

15.5

35.75

15.4

产销

产量（万千升）

9.73

22.93

7.11

销量（万千升）

10.01

11.32

6.93

产销率（%）

103%

49%

97%

业绩

业务收入（亿元）

10.96

12.64

5.96

业务占比（%）

98.92%

97.16%

98.03%资料来源：研观天下数据中心整理

5、消费者对黄酒存有偏见，黄酒场景匮乏

从消费者角度来看，目前很多消费者对黄酒都存在着一定的偏见。据调查显示，大约有45.1%的消费者认为黄酒就是烹饪时的佐料——料酒！难登大雅之堂。此外，有39.6%的消费者把黄酒当做泡药材的酒。这在其他酒类中占比是较低的。

因为很多消费者对黄酒存有偏见，所以喝黄酒的场景也变得匮乏起来。送礼时不如白酒；与朋友聚会吃大排档时不如啤酒；与女朋友的节日约会时不如葡萄酒。一般情况下消费者们会想不起来黄酒，或者不会主动喝黄酒，通常是陪着长辈们喝或者偶尔喝长辈们的黄酒。

黄酒的食用方式占比

数据来源：研观天下数据中心整理

三、我国黄酒行业未来发展方向

相比与近年兴起的果酒、预调酒等，黄酒行业获得的关注度不高，其销售也一直不温不火，市场销路也始终未能有效打开。一方面，相比于白酒，黄酒在宣传力度是远不如白酒，而且在同等酒精度数的情况下黄酒还需要与葡萄酒进行激烈的竞争。另一方面，在商务或社交场合中，大部分年轻消费者喝酒较为豪爽，而黄酒具有后劲较大、酒后易上头的特点，这使得黄酒在年轻消费者群体中较为小众。

黄酒作为中国民俗文化的代表，在我国消费升级的加速和健康消费观念形成的背景下，长远来看，未来我国黄酒仍然有着良好的发展前景。

2021年，《中国酒业“十四五”发展指导意见》发布，明确了黄酒发展的路径、方向，提出了“高端化、年轻化、时尚化”的产业发展方向。《指导意见》指出我国黄酒行业未来五年需要以传承创新发展为主线，实现黄酒的价值回归。坚持从市场导向、消费导向、健康与风味导向出发，把握黄酒多样化趋势，紧抓机遇，发展中高端品质黄酒。

1、年轻化

当前“微醺饮酒”在年轻消费者倍受欢迎，低浓度的果酒和预调酒成为天猫增长最快的酒品类，2020年获得约300%的高速增长，越来越多的年轻人迷恋上了微醺。而且从京东、天猫等电商平台的销售数据来看，黄酒消费群体中90后及00后年轻用户占比逐年上升。

黄酒相比白酒，其酒精度数更低，且近些年，各大黄酒企业加速对产品进行适饮度的提升，并受到了年轻消费者的欢迎。比如，今年，古越龙山旗下的五大品牌之一状元红，推出了三款新品，分别是状元至尊（12度半干型黄酒）、状元及第（12度半甜型黄酒）和状元红气氛（18度香雪黄酒），打造年轻人的第一口黄酒。这三款产品均以糯米为原料，汲取鉴湖水，在祛除酒糟杂味上进行改良，使得其口感清爽纯净、层次丰富，非常适合年轻人的口味以及轻松饮酒的文化理念。

2、时尚化

黄酒作为世界上最古老的酒之一，在当今21世纪，可以走时尚化道路，实现经典与流行的融合！

我国黄酒应当保持自身的历史自信、文化自信、品质自信的同时，注重其内涵的厚实度，从人文精神、情怀等层面真正撼动消费者的内心，可以结合一些经典的民俗故事作为品牌形象的宣传，打破消费者对黄酒“低端”和烹饪时佐料的认知。再以年轻消费者为基点，以保健健康功效为契机，将黄酒与其他流行类型的食品或饮品相结合，发展多场景饮用。可以以黄酒做基酒，开发清爽化的新型饮品，将黄酒与年轻人喜欢的雪糕、奶茶、甜品混搭在一起，创新发展新鲜口味，能帮助黄酒重回大众视野，实现全国化不同年龄不同层次消费者的突破。（LQM）

《2021年中国黄酒市场分析报告-市场供需现状与投资前景预测》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。

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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国黄酒行业发展概述

第一节 黄酒行业发展情况概述

- 一、黄酒行业相关定义
- 二、黄酒行业基本情况介绍
- 三、黄酒行业发展特点分析
- 四、黄酒行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、黄酒行业需求主体分析

第二节 中国黄酒行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、黄酒行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - 1、沟通协调机制
 - 2、风险分配机制
 - 3、竞争协调机制
- 四、中国黄酒行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国黄酒行业生命周期分析

一、黄酒行业生命周期理论概述

二、黄酒行业所属的生命周期分析

第四节 黄酒行业经济指标分析

一、黄酒行业的赢利性分析

二、黄酒行业的经济周期分析

三、黄酒行业附加值的提升空间分析

第五节 中国黄酒行业进入壁垒分析

一、黄酒行业资金壁垒分析

二、黄酒行业技术壁垒分析

三、黄酒行业人才壁垒分析

四、黄酒行业品牌壁垒分析

五、黄酒行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球黄酒行业市场发展现状分析

第一节 全球黄酒行业发展历程回顾

第二节 全球黄酒行业市场区域分布情况

第三节 亚洲黄酒行业地区市场分析

一、亚洲黄酒行业市场现状分析

二、亚洲黄酒行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲黄酒行业市场前景分析

第四节 北美黄酒行业地区市场分析

一、北美黄酒行业市场现状分析

二、北美黄酒行业市场规模与市场需求分析

三、北美黄酒行业市场前景分析

第五节 欧洲黄酒行业地区市场分析

一、欧洲黄酒行业市场现状分析

二、欧洲黄酒行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲黄酒行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界黄酒行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球黄酒行业市场规模预测

第三章 中国黄酒产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品黄酒总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国黄酒行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国黄酒产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国黄酒行业运行情况

第一节 中国黄酒行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国黄酒行业市场规模分析

第三节 中国黄酒行业供应情况分析

第四节 中国黄酒行业需求情况分析

第五节 我国黄酒行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

三、其它细分市场

第六节 中国黄酒行业供需平衡分析

第七节 中国黄酒行业发展趋势分析

第五章 中国黄酒所属行业运行数据监测

第一节 中国黄酒所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国黄酒所属行业产销与费用分析

- 一、流动资产
- 二、销售收入分析
- 三、负债分析
- 四、利润规模分析
- 五、产值分析

第三节 中国黄酒所属行业财务指标分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国黄酒市场格局分析

第一节 中国黄酒行业竞争现状分析

- 一、中国黄酒行业竞争情况分析
- 二、中国黄酒行业主要品牌分析

第二节 中国黄酒行业集中度分析

- 一、中国黄酒行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国黄酒行业市场集中度分析

第三节 中国黄酒行业存在的问题

第四节 中国黄酒行业解决问题的策略分析

第五节 中国黄酒行业钻石模型分析

- 一、生产要素
- 二、需求条件
- 三、支援与相关产业
- 四、企业战略、结构与竞争状态
- 五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国黄酒行业需求特点与动态分析

第一节 中国黄酒行业消费市场动态情况

第二节 中国黄酒行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节 黄酒行业成本结构分析

第四节 黄酒行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、渠道因素
- 四、其他因素

第五节 中国黄酒行业价格现状分析

第六节 中国黄酒行业平均价格走势预测

- 一、中国黄酒行业价格影响因素
- 二、中国黄酒行业平均价格走势预测
- 三、中国黄酒行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国黄酒行业区域市场现状分析

第一节 中国黄酒行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区黄酒市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区黄酒市场规模分析
- 四、华东地区黄酒市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区黄酒市场规模分析
- 四、华中地区黄酒市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区黄酒市场规模分析
- 四、华南地区黄酒市场规模预测

第九章 2017-2020年中国黄酒行业竞争情况

第一节 中国黄酒行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国黄酒行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国黄酒行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 黄酒行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国黄酒行业发展前景分析与预测

第一节 中国黄酒行业未来发展前景分析

一、黄酒行业国内投资环境分析

二、中国黄酒行业市场机会分析

三、中国黄酒行业投资增速预测

第二节 中国黄酒行业未来发展趋势预测

第三节 中国黄酒行业市场发展预测

一、中国黄酒行业市场规模预测

二、中国黄酒行业市场规模增速预测

三、中国黄酒行业产值规模预测

四、中国黄酒行业产值增速预测

五、中国黄酒行业供需情况预测

第四节 中国黄酒行业盈利走势预测

一、中国黄酒行业毛利润同比增速预测

二、中国黄酒行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国黄酒行业投资风险与营销分析

第一节 黄酒行业投资风险分析

一、黄酒行业政策风险分析

二、黄酒行业技术风险分析

三、黄酒行业竞争风险分析

四、黄酒行业其他风险分析

第二节 黄酒行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国黄酒行业发展战略及规划建议

第一节 中国黄酒行业品牌战略分析

- 一、黄酒企业品牌的重要性
- 二、黄酒企业实施品牌战略的意义
- 三、黄酒企业品牌的现状分析
- 四、黄酒企业的品牌战略
- 五、黄酒品牌战略管理的策略

第二节 中国黄酒行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国黄酒行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第四节 黄酒行业竞争力提升策略

- 一、黄酒行业产品差异性策略
- 二、黄酒行业个性化服务策略
- 三、黄酒行业的促销宣传策略
- 四、黄酒行业信息智能化策略
- 五、黄酒行业品牌化建设策略
- 六、黄酒行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国黄酒行业发展策略及投资建议

第一节 中国黄酒行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国黄酒行业营销渠道策略

一、黄酒行业渠道选择策略

二、黄酒行业营销策略

第三节 中国黄酒行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国黄酒行业重点投资区域分析

二、中国黄酒行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiulei/541351541351.html>