

中国黄酒市场深度调研与盈利空间预测报告（2013-2017）

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《中国黄酒市场深度调研与盈利空间预测报告（2013-2017）》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/161181161181.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

黄酒是以稻米、黍米等为主要原料，经加曲、酵母等糖化发酵剂酿制而成的发酵酒的总称，由于色泽多呈黄色，故称“黄酒”。黄酒因其悠久的历史与葡萄酒、啤酒并世界三大发酵古酒，并成为代表中国历史文化和民族性的“国酒”黄酒发源并发展于我国，为我国民族特有酒类，其酿造和饮用历史悠久。据《吕氏春秋·顺民篇》记载，越王勾践出师伐吴时，百姓向其献酒，勾践将酒倒在河的上流，与将士们一起迎流共饮，于是士气大振，史称“箪醪劳师”。此处的“醪”即是今天黄酒的前身。黄酒在中国影响力巨大，历史上一度成为“酒”的默认。

根据国家标准，黄酒按风格分为传统型黄酒、清爽型黄酒和特型黄酒三大类，后两者也被称为新型黄酒。传统型黄酒与新型黄酒由于工艺及原料配方的不同，其口感更为醇厚。

与发展成熟的啤酒和高端白酒市场相比，黄酒行业集中度偏低。目前黄酒行业大中型企业仅为10家，其余为60余家小型企业，而黄酒行业专家预计全行业大约有900家企业。企业地域性分布很明显，江浙沪传统区域集中了众多大中小型黄酒企业。其中，浙江省集中了中国黄酒的主要生产企业，如古越龙山、会稽山、塔牌等；上海本地黄酒企业以金枫酒业为代表。

从营养学角度分析，黄酒含有丰富的氨基酸、维生素、矿物质和微量元素，如硒、锌等，是一种适当饮用有益健康的酒种。近年来，随着居民收入水平的提高和消费结构升级、人们对健康重视程度的提升，消费者倾向于选择低酒精度、保健养生的酒类产品。而黄酒的特性恰恰顺应了这一趋势。

此外，自2000年至今，中央各部委先后出台多项政策支持黄酒行业发展，包含产品线调整、生产结构优化、限制外国投资、税收优惠等多个方面。随着酒类企业的盈利状况日益改善，地方政府也在产业发展、资源整合、土地出让等方面给予大力支持。

近年来，黄酒龙头企业，如古越龙山、会稽山、金枫酒业等纷纷加大市场投入力度，推出迎合现代时尚消费观的黄酒新品，细分消费人群，扩张消费区域。我们认为，黄酒全国化的有利因素正在不断积累，未来有望由量变发展到质变，并迎来一轮快速增长期。

中国报告网发布的《中国黄酒市场深度调研与盈利空间预测报告（2013-2017）》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、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研究分析。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。

第一章 中国黄酒行业发展概述

第一节 黄酒行业概述

一、黄酒的定义

二、黄酒的特点

第二节 黄酒上下游产业链分析

一、产业链模型介绍

二、黄酒行业产业链分析

第三节 黄酒行业生命周期分析

一、行业生命周期概述

二、黄酒行业所属的生命周期

第四节 行业经济指标分析

一、赢利性

二、附加值的提升空间

三、进入壁垒 / 退出机制

四、行业周期

第二章 2013年世界黄酒市场运行形势分析

第一节 2012年全球黄酒行业发展回顾

第二节 亚洲地区主要市场概况

第三节 欧盟主要国家市场概况

第四节 北美地区主要市场概况

第五节 2013-2017年世界黄酒发展走势预测

第三章 2013年中国黄酒产业发展环境分析

第一节 2013年中国宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2013年中国宏观经济发展预测分析

第二节 黄酒行业主管部门、行业监管体

第三节 中国黄酒行业政策环境分析

第四节 2013年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 2013年中国黄酒产业运行情况

第一节 中国黄酒行业发展状况

一、黄酒行业市场供给情况

二、黄酒行业市场需求情况

三、黄酒行业市场容量

第二节 中国黄酒行业价格走势分析

一、黄酒行业价格影响因素分析

二、2012年黄酒行业价格走势回顾

三、2013-2017年黄酒行业价格走势预测

第三节 中国黄酒行业技术发展分析

第四节 黄酒行业未来发展趋势预测

第五章 中国黄酒市场发展分析

第一节 中国黄酒行业竞争现状

第二节 中国黄酒行业集中度分析

一、市场集中度

二、企业集中度

三、区域集中度

第三节 黄酒行业品牌现状分析

第四节 中国黄酒行业存在的问题

第五节 中国黄酒行业国际竞争力分析

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

第六章 2013年中国黄酒行业竞争情况

第二节 行业竞争结构分析

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

第三节 黄酒行业SWOT分析

一、优势

二、劣势

三、机会

四、威胁

第四节 中国黄酒产品竞争力优势分析

一、整体产品竞争力评价

二、产品竞争力评价结果分析

三、竞争优势评价及构建建议

第七章2010-2012中国黄酒所属行业主要数据监测分析

第一节 2010-2012中国黄酒所属行业总体数据分析

一、2010年中国黄酒所属行业全部企业数据分析

二、2011年中国黄酒所属行业全部企业数据分析

三、2012年中国黄酒所属行业全部企业数据分析

第二节 2010-2012中国黄酒所属行业不同规模企业数据分析

一、2010年中国黄酒所属行业不同规模企业数据分析

二、2011年中国黄酒所属行业不同规模企业数据分析

三、2012年中国黄酒所属行业不同规模企业数据分析

第三节 2010-2012中国黄酒所属行业不同所有制企业数据分析

一、2010年中国黄酒所属行业不同所有制企业数据分析

一、2011年中国黄酒所属行业不同所有制企业数据分析

一、2012年中国黄酒所属行业不同所有制企业数据分析

第八章 2013年黄酒行业重点生产企业分析

第一节 企业一

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 企业二

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 企业三

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第四节 企业四

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

• • • • •

第九章 2013-2017年黄酒行业发展预测

第一节 2013-2017年中国黄酒行业未来发展前景分析

- 一、2013-2017年中国黄酒市场发展环境分析
- 二、2013-2017年中国黄酒行业市场规模预测
- 三、2013-2017年中国黄酒行业市场发展趋势分析

第二节 2013-2017年中国黄酒行业市场供需预测

- 一、2013-2017年中国黄酒行业供给预测
- 二、2013-2017年中国黄酒市场需求预测

第三节 2013-2017年中国黄酒行业盈利走势预测

第十章 2013-2017年中国黄酒行业投资风险与营销分析

第一节 2013-2017年黄酒行业进入壁垒分析

第二节 2013-2017年中国黄酒行业投资环境分析

第三节 中国黄酒行业投资风险

- 一、政策风险
- 二、技术风险
- 三、竞争风险
- 四、原材料风险
- 五、其他风险

第四节 中国黄酒行业营销分析

- 一、渠道构成

二、销售贡献比率

三、覆盖率

四、销售渠道效果

五、价值流程结构

第十一章 2013-2017年中国黄酒行业发展策略及投资建议

第一节 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 观研天下投资建议

一、重点投资区域建议

二、重点投资产品建议

图表目录（部分）：

图表：2008-2012国内生产总值

图表：2008-2012居民消费价格涨跌幅度

图表：2010年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2008-2012年末国家外汇储备

图表：2008-2012财政收入

图表：2008-2012全社会固定资产投资

图表：2013年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2013年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2013年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：黄酒行业产业链

图表：2008-2012黄酒行业市场供给

图表：2008-2012黄酒行业市场需求

图表：2008-2012黄酒行业市场规模

图表：2010年中国黄酒所属行业全部企业数据分析

图表：2011年中国黄酒所属行业全部企业数据分析

图表：2012年中国黄酒所属行业全部企业数据分析

图表：2010年中国黄酒所属行业不同规模企业数据分析

图表：2011年中国黄酒所属行业不同规模企业数据分析

图表：2012年中国黄酒所属行业不同规模企业数据分析

图表：2010年中国黄酒所属行业不同所有制企业数据分析

图表：2011年中国黄酒所属行业不同所有制企业数据分析

图表：2012年中国黄酒所属行业不同所有制企业数据分析

图表：黄酒所属行业生命周期判断

图表：黄酒所属行业区域市场分布情况

图表：2013-2017年中国黄酒行业市场规模预测

图表：2013-2017年中国黄酒行业供给预测

图表：2013-2017年中国黄酒行业需求预测

图表：2013-2017年中国黄酒行业价格指数预测

图表：.....

更多图表详见正文.....

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiulei/161181161181.html>