

2017-2022年中国黄酒行业市场供需预测及投资战略研究报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2022年中国黄酒行业市场供需预测及投资战略研究报告》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：<https://www.chyxx.com/research/201703/501376.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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、报告目录及图表目录

黄酒为世界三大古酒之一，产地较广，品种也很多，与当地的文化和消费习惯有千丝万缕的联系，有着深刻而相对狭隘的区域根基。但长期以来，黄酒企业规模普遍过小，发展滞后，一直在地区性、低档酒的层面停滞不前。黄酒的产销主要集中在四省一市，即浙江、江苏、江西、福建和上海，而安徽产销量也很大；在这些省市中，黄酒消费主要集中在城市，如浙江的杭州地区和绍兴地区，江苏的苏州、无锡、常州以及福建的福州、泉州。

黄酒行业作为中国最古老的酿酒行业，已经处于行业发展的成熟阶段，由于长期以来的地缘经济和传统生产经营理念的限制，行业一度呈现出衰退迹象：1996年-2001年黄酒产量的复合增长率为1.7%，1998年到2000年产量甚至出现零增长和负增长；传统市场以外的消费几乎没有增长；行业内长期低价同质化竞争，利润水平不高；行业进入壁垒较低，缺乏产品、工艺和市场营销的创新。但从2001-2016年以来，随着黄酒逐步走出江苏、浙江、上海的地域限制，向全国市场发展，黄酒行业产量的增长率回升，在酿酒行业中仅次于葡萄酒。

政府从具体的税收政策上加以扶持，相对来说，在白酒、黄酒和啤酒三者之中，黄酒的消费税负最轻。因此，国家宏观的酒业导向政策，十分有利于黄酒业发展。黄酒的市场空间十分广阔，男女老青皆宜饮用，不同收入的城乡居民和不同档次的餐饮市场，都是黄酒潜在的消费群体。而黄酒企业也可根据不同消费需求，开发出相应的产品。

智研咨询发布的《2017-2022年中国黄酒行业市场供需预测及投资战略研究报告》共十二章。首先介绍了黄酒相关概念及发展环境，接着分析了中国黄酒规模及消费需求，然后对中国黄酒市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国黄酒面临的机遇及发展前景。您若想对中国黄酒有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您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。

报告目录：

第一章 黄酒行业相关概述

1.1 黄酒的概述

1.1.1 黄酒的定义

1.1.2 黄酒的特点

1.2 黄酒的分类

1.2.1 按原料分类

1.2.2 按照酿造工艺分类

1.2.3 按照酒精度不同分类

1.2.4 按照形态不同分类

1.3 黄酒的主要功效

1.3.1 药引子

1.3.2 调料

1.3.3 保健

1.4 黄酒行业的发展历程

第二章 2014-2016年中国黄酒行业发展环境分析

2.1 黄酒行业政治法律环境

2.1.1 行业主管部门分析

2.1.2 行业监管体制分析

2.1.3 行业主要法律法规

2.1.4 相关产业政策分析

2.1.5 行业相关发展规划

2.1.6 政策环境对行业的影响

2.2 黄酒行业经济环境分析

2.2.1 国民经济运行情况与GDP

2.2.2 消费价格指数CPI、PPI

2.2.3 固定资产投资情况

2.2.4 全国居民收入情况

2.3 黄酒行业社会环境分析

2.3.1 黄酒产业社会环境

2.3.2 社会环境对行业的影响

2.4 黄酒行业技术环境分析

2.4.1 黄酒技术分析

1、技术水平总体发展情况

2、中国黄酒行业新技术研究

2.4.2 黄酒技术发展水平

1、中国黄酒行业技术水平所处阶段

2、与国外黄酒行业的技术差距

2.4.3 行业主要技术发展趋势

2.4.4 技术环境对行业的影响

第三章 中国黄酒行业发展概述

3.1 中国黄酒行业发展状况分析

3.1.1 中国黄酒行业发展阶段

- 3.1.2 中国黄酒行业发展总体概况
- 3.1.3 中国黄酒行业发展特点分析
- 3.2 2014-2016年黄酒行业发展现状
 - 3.2.1 2014-2016年中国黄酒行业市场规模
 - 3.2.2 2014-2016年中国黄酒行业发展分析
 - 3.2.3 2014-2016年中国黄酒企业发展分析
- 3.3 2017-2022年中国黄酒行业面临的困境及对策
 - 3.3.1 中国黄酒行业面临的困境及对策
 - 1、中国黄酒行业面临困境
 - 2、中国黄酒行业对策探讨
 - 3.3.2 中国黄酒企业发展困境及策略分析
 - 1、中国黄酒企业面临的困境
 - 2、中国黄酒企业的对策探讨
 - 3.3.3 国内黄酒企业的出路分析

第四章 中国黄酒行业市场运行分析

- 4.1 2014-2016年中国黄酒行业总体规模分析
 - 4.1.1 企业数量结构分析
 - 4.1.2 人员规模状况分析
 - 4.1.3 行业资产规模分析
 - 4.1.4 行业市场规模分析
- 4.2 2014-2016年中国黄酒行业产销情况分析
 - 4.2.1 中国黄酒行业工业总产值
 - 4.2.2 中国黄酒行业工业销售产值
 - 4.2.3 中国黄酒行业产销率
- 4.3 2014-2016年中国黄酒行业市场供需分析
 - 4.3.1 中国黄酒行业供给分析
 - 4.3.2 中国黄酒行业需求分析
 - 4.3.3 中国黄酒行业供需平衡
- 4.4 2014-2016年中国黄酒行业财务指标总体分析
 - 4.4.1 行业盈利能力分析
 - 4.4.2 行业偿债能力分析
 - 4.4.3 行业营运能力分析
 - 4.4.4 行业发展能力分析

第五章 黄酒行业主要产品分析

5.1 行业主要产品结构特征

5.2 行业主要产品市场分析

5.2.1 不同档次黄酒产品的市场分析

1、高端黄酒产品市场分析

2、中低端黄酒产品市场分析

5.2.2 不同产区黄酒产品的市场分析

1、越派黄酒产品市场分析

2、海派黄酒产品市场分析

3、湘（新）派黄酒产品市场分析

4、闽派黄酒产品市场分析

5.3 黄酒产品的营销渠道发展分析

5.3.1 黄酒产品的营销渠道发展现状

5.3.2 典型黄酒企业营销渠道发展情况

5.4 黄酒产品的营销推广发展分析

5.4.1 黄酒产品营销推广现状

5.4.2 主要黄酒企业的营销推广策略

5.4.3 黄酒企业营销推广的主要问题

第六章 中国黄酒行业上、下游产业链分析

6.1 黄酒行业产业链概述

6.1.1 产业链定义

6.1.2 黄酒行业产业链

6.2 黄酒行业主要上游产业发展分析

6.2.1 大米供需与价格走势

1、大米供给情况分析

2、大米主产区域分析

3、大米需求情况分析

4、大米进出口情况分析

5、大米价格走势分析

6、大米市场对黄酒影响分析

6.2.2 小麦供需与价格走势

1、小麦供给情况分析

2、小麦需求情况分析

3、小麦价格走势分析

4、小麦市场对黄酒影响分析

6.2.3 玻璃包装行业发展分析

6.3 黄酒行业主要下游产业发展分析

6.3.1 中国居民酒类消费支出分析

6.3.2 中国酒饮行业发展分析

6.3.3 中国零售市场发展分析

第七章 中国黄酒行业市场竞争格局分析

7.1 中国黄酒行业竞争格局分析

7.1.1 国内黄酒行业竞争现状分析

1、行业外部竞争分析

2、行业内部竞争分析

7.2 中国黄酒行业竞争五力分析

7.2.1 黄酒行业上游议价能力

7.2.2 黄酒行业下游议价能力

7.2.3 黄酒行业新进入者威胁

7.2.4 黄酒行业替代产品威胁

7.2.5 黄酒行业现有企业竞争

7.3 中国黄酒行业竞争SWOT分析

7.3.1 黄酒行业优势分析

7.3.2 黄酒行业劣势分析

7.3.3 黄酒行业机会分析

7.3.4 黄酒行业威胁分析

第八章 中国黄酒行业领先企业竞争力分析

8.1 会稽山绍兴酒股份有限公司

8.1.1 企业发展基本情况

8.1.2 企业主要产品分析

8.1.3 企业竞争优势分析

8.1.4 企业经营状况分析

8.1.5 企业最新发展动态

8.1.6 企业发展战略分析

8.2 浙江塔牌绍兴酒有限公司

8.2.1 企业发展基本情况

8.2.2 企业主要产品分析

8.2.3 企业竞争优势分析

8.2.4 企业经营状况分析

8.2.5 企业最新发展动态

8.2.6 企业发展战略分析

8.3 浙江嘉善黄酒股份有限公司

8.3.1 企业发展基本情况

8.3.2 企业主要产品分析

8.3.3 企业竞争优势分析

8.3.4 企业经营状况分析

8.3.5 企业最新发展动态

8.3.6 企业发展战略分析

8.4 新华锦（青岛）即墨老酒有限公司

8.4.1 企业发展基本情况

8.4.2 企业主要产品分析

8.4.3 企业竞争优势分析

8.4.4 企业经营状况分析

8.4.5 企业最新发展动态

8.4.6 企业发展战略分析

8.5 江苏张家港酿酒集团公司

8.5.1 企业发展基本情况

8.5.2 企业主要产品分析

8.5.3 企业竞争优势分析

8.5.4 企业经营状况分析

8.5.5 企业最新发展动态

8.5.6 企业发展战略分析

8.6 绍兴女儿红酿酒有限公司

8.6.1 企业发展基本情况

8.6.2 企业主要产品分析

8.6.3 企业竞争优势分析

8.6.4 企业经营状况分析

8.6.5 企业最新发展动态

8.6.6 企业发展战略分析

8.7 安徽省古南丰酒业有限公司

8.7.1 企业发展基本情况

8.7.2 企业主要产品分析

8.7.3 企业竞争优势分析

8.7.4 企业经营状况分析

8.7.5 企业最新发展动态

8.7.6 企业发展战略分析

8.8 善好酒业集团有限公司

8.8.1 企业发展基本情况

8.8.2 企业主要产品分析

8.8.3 企业竞争优势分析

8.8.4 企业经营状况分析

8.8.5 企业最新发展动态

8.8.6 企业发展战略分析

8.9 南通白蒲黄酒有限公司

8.9.1 企业发展基本情况

8.9.2 企业主要产品分析

8.9.3 企业竞争优势分析

8.9.4 企业经营状况分析

8.9.5 企业最新发展动态

8.9.6 企业发展战略分析

8.10 无锡市振太酒业有限公司

8.10.1 企业发展基本情况

8.10.2 企业主要产品分析

8.10.3 企业竞争优势分析

8.10.4 企业经营状况分析

8.10.5 企业最新发展动态

8.10.6 企业发展战略分析

第九章 2017-2022年中国黄酒行业发展趋势与前景分析

9.1 2017-2022年中国黄酒市场发展前景

9.1.1 2017-2022年黄酒市场发展潜力

9.1.2 2017-2022年黄酒市场发展前景展望

9.1.3 2017-2022年黄酒细分行业发展前景分析

9.2 2017-2022年中国黄酒市场发展趋势预测

9.2.1 2017-2022年黄酒行业发展趋势

9.2.2 2017-2022年黄酒市场规模预测

9.2.3 2017-2022年黄酒行业应用趋势预测

9.2.4 2017-2022年细分市场发展趋势预测

9.3 2017-2022年中国黄酒行业供需预测

9.3.1 2017-2022年中国黄酒行业供给预测

9.3.2 2017-2022年中国黄酒行业需求预测

9.3.3 2017-2022年中国黄酒供需平衡预测

9.4 影响企业生产与经营的关键趋势

9.4.1 行业发展有利因素与不利因素

9.4.2 市场整合成长趋势

9.4.3 需求变化趋势及新的商业机遇预测

9.4.4 企业区域市场拓展的趋势

9.4.5 科研开发趋势及替代技术进展

9.4.6 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十章 2017-2022年中国黄酒行业投资前景

10.1 黄酒行业投资现状分析

10.1.1 黄酒行业投资规模分析

10.1.2 黄酒行业投资资金来源构成

10.1.3 黄酒行业投资项目建设分析

10.1.4 黄酒行业投资资金用途分析

10.1.5 黄酒行业投资主体构成分析

10.2 黄酒行业投资特性分析

10.2.1 黄酒行业进入壁垒分析

10.2.2 黄酒行业盈利模式分析

10.2.3 黄酒行业盈利因素分析

10.3 黄酒行业投资机会分析

10.3.1 产业链投资机会

10.3.2 细分市场投资机会

10.3.3 重点区域投资机会

10.3.4 产业发展的空白点分析

10.4 黄酒行业投资风险分析

10.4.1 行业政策风险

10.4.2 宏观经济风险

10.4.3 市场竞争风险

10.4.4 关联产业风险

10.4.5 产品结构风险

10.4.6 技术研发风险

10.4.7 其他投资风险

10.5 黄酒行业投资潜力与建议

10.5.1 黄酒行业投资潜力分析

10.5.2 黄酒行业最新投资动态

10.5.3 黄酒行业投资机会与建议

第十一章 2017-2022年中国黄酒企业投资战略与客户策略分析

11.1 黄酒企业发展战略规划背景意义

11.1.1 企业转型升级的需要

11.1.2 企业做大做强的需要

11.1.3 企业可持续发展需要

11.2 黄酒企业战略规划制定依据

11.2.1 国家政策支持

11.2.2 行业发展规律

11.2.3 企业资源与能力

11.2.4 可预期的战略定位

11.3 黄酒企业战略规划策略分析

11.3.1 战略综合规划

11.3.2 技术开发战略

11.3.3 区域战略规划

11.3.4 产业战略规划

11.3.5 营销品牌战略

11.3.6 竞争战略规划

11.4 黄酒中小企业发展战略研究

11.4.1 中小企业存在主要问题

1、缺乏科学的发展战略

2、缺乏合理的企业制度

3、缺乏现代的企业管理

4、缺乏高素质的专业人才

5、缺乏充足的资金支撑

11.4.2 中小企业发展战略思考

1、实施科学的发展战略

2、建立合理的治理结构

3、实行严明的企业管理

4、培养核心的竞争实力

5、构建合作的企业联盟

第十二章 研究结论及建议 (ZY ZM)

12.1 研究结论

12.2 建议

12.2.1 行业发展策略建议

12.2.2 行业投资方向建议

12.2.3 行业投资方式建议

图表目录：

图表：黄酒行业特点

图表：黄酒行业生命周期

图表：黄酒行业产业链分析

图表：2014-2016年黄酒行业市场规模分析

图表：2017-2022年黄酒行业市场规模预测

图表：中国黄酒行业盈利能力分析

图表：中国黄酒行业运营能力分析

图表：中国黄酒行业偿债能力分析

图表：中国黄酒行业发展能力分析

图表：中国黄酒行业经营效益分析

图表：2014-2016年黄酒重要数据指标比较

图表：2014-2016年中国黄酒行业销售情况分析

图表：2014-2016年中国黄酒行业利润情况分析

图表：2014-2016年中国黄酒行业资产情况分析

图表：2014-2016年中国黄酒竞争力分析

图表：2017-2022年中国黄酒产能预测

图表：2017-2022年中国黄酒消费量预测

图表：2017-2022年中国黄酒市场前景预测

图表：2017-2022年中国黄酒市场价格走势预测

图表：2017-2022年中国黄酒发展前景预测

图表：投资建议

图表：区域发展战略规划

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201703/501376.html>