

2014-2018年中国黄酒（米酒）行业市场发展前景 预测及投资盈利分析报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2014-2018年中国黄酒（米酒）行业市场前景预测及投资盈利分析报告》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/201311/223346.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

黄酒是中国的民族特产，也称为米酒（ricewine），属于酿造酒，在世界三大酿造酒（黄酒、葡萄酒和啤酒）中占有重要的一席。酿酒技术独树一帜，成为东方酿造界的典型代表和楷模。其中以浙江绍兴黄酒为代表的麦曲稻米酒是黄酒历史最悠久、最有代表性的产品。它是一种以稻米为原料酿制成的粮食酒。不同于白酒，黄酒没有经过蒸馏，酒精含量低于20%。不同种类黄酒颜色亦呈现出不同的米色、黄褐色或红棕色。山东即墨老酒和河南双黄酒是北方粟米黄酒的典型代表；福建龙岩沉缸酒、福建老酒是红曲稻米黄酒的典型代表。

《2014-2018年中国黄酒（米酒）行业市场发展前景预测及投资盈利分析报告》对我国黄酒（米酒）行业的市场环境、生产经营、产品市场、品牌竞争、产品进出口、行业投资环境以及可持续发展等问题进行了详实系统地分析和预测。并在此基础上，对行业发展趋势做出了定性与定量相结合的分析预测。为企业制定发展战略、进行投资决策和企业经营管理提供权威、充分、可靠的决策依据。

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，银行采集数据、税务部门采集数据、证券交易采集数据，商务部采集数据以及经济信息中心各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章黄酒的相关概况

第一节黄酒基础概述

一、黄酒的起源发展与文化

二、黄酒名称与种类

1、按原料和酒曲分

2、按生产方法分

3、按含糖量分

4、按其它方式分

三、黄酒特色与营养价值

第二节黄酒的酿造

一、黄酒酿造的原料

二、黄酒的生产工艺

第三节黄酒的鉴赏与品味

第四节黄酒行业快速发展的基因

1、物质基因

2、精神基因

3、文化基因

第二章2013年中国黄酒行业运行环境分析

第一节 2013年中国宏观经济环境分析

- 一、国民经济运行情况GDP(季度更新)
- 二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）
- 三、全国居民收入情况（季度更新）
- 四、恩格尔系数（年度更新）
- 五、工业发展形势（季度更新）
- 六、固定资产投资情况（季度更新）
- 七、财政收支状况（年度更新）
- 八、中国汇率调整（人民币升值）
- 九、存贷款基准利率调整情况
- 十、存款准备金率调整情况
- 十一、社会消费品零售总额
- 十二、对外贸易&进出口

第二节2013年中国黄酒产业政策环境分析

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

第三节2013年中国黄酒行业社会环境分析

- 一、居民消费观念
- 二、中国人口规模及结构
- 三、中国黄酒文化源远流长

第三章2013年中国黄酒行业运行形势解析

第一节2013年中国黄酒产业动态分析

- 一、中国黄酒掀起多肽革命
- 二、全国第一个黄酒学院筹建

第二节2013年中国黄酒产业运行概况

- 一、中国黄酒特色分析
- 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
- 五、黄酒在中国整个酿酒业中所占份额不大

六、黄酒产业欲借会展经济助自身发展

第三节2013年中国黄酒企业运行状况分析

- 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2013年中国黄酒产业热点问题探讨

- 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
- 五、我国黄酒行业标准不统一

第五节2013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
- 五、我国黄酒行业发展应遵从多样化原则
- 六、我国黄酒行业应走好技术创新之路

第四章2008-2013年中国黄酒制造行业数据监测分析（1523）

第一节 2008-2013年中国黄酒制造行业规模分析

- 一、企业数量增长分析
- 二、从业人数增长分析
- 三、资产规模增长分析

第二节 2013年二季度中国黄酒制造行业结构分析

- 一、企业数量结构分析
 - 1、不同类型分析
 - 2、不同所有制分析
- 二、销售收入结构分析
 - 1、不同类型分析
 - 2、不同所有制分析

第三节 2008-2013年中国黄酒制造行业产值分析

- 一、产成品增长分析
- 二、工业销售产值分析

三、出口交货值分析

第四节 2008-2013年中国黄酒制造行业成本费用分析

一、销售成本统计

二、费用统计

第五节 2008-2013年中国黄酒制造行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第五章2008-2013年中国黄酒产量统计分析

第一节2008-2012年全国黄酒产量分析

第二节2013年1-6月全国及主要省份黄酒产量分析

第三节2013年1-6月黄酒产量集中度分析

第六章2013年中国黄酒市场深度剖析

第一节2013年中国黄酒市场热点聚焦

一、金枫酒业成世博会黄酒行业项目赞助商

二、房地产商介入黄酒行业

三、黄酒文化节庆活动异彩纷呈，助推黄酒发展

第二节2013年中国黄酒市场运行状况分析

一、黄酒市场由江浙沪向全国范围扩延

二、中国黄酒占领日本黄酒市场

三、四大问题阻碍黄酒市场突破性增长

四、中国黄酒市场品牌格局

第三节2013年中国黄酒市场消费行为分析

一、黄酒符合市场消费潮流

二、夏季黄酒消费逐渐成风尚

三、清爽型黄酒渐成现代消费主流

四、国内黄酒消费市场的分布

五、黄酒消费回归“纯正”

六、消费升级影响黄酒业发展

七、解析制约黄酒消费的瓶颈

八、黄酒行业应积极扩增市场消费

第七章2013年中国黄酒市场消费能力调查分析

第一节2013年中国黄酒市场消费能力分析

一、中国黄酒产品购买要素构成分析

二、黄酒产品替代产品威胁分析

三、主要消费领域消费能力对比分析

四、中国黄酒市场区域消费能力对比分析

五、黄酒企业尝试占领年轻群体市场

第二节2013年影响中国黄酒市场消费能力主要因素分析

一、购买者的购买目的及主要用途

二、购买者的购买次数及地点选择

三、购买者品牌了解渠道分析

第八章2007-2012年中国黄酒进出口数据监测分析（22060000）

第一节2007-2012年中国黄酒进口数据分析

一、进口数量分析

二、进口金额分析

第二节2007-2012年中国黄酒出口数据分析

一、出口数量分析

二、出口金额分析

第三节2007-2012年中国黄酒进出口平均单价分析

第四节2007-2012年中国黄酒进出口国家及地区分析

一、进口国家及地区分析

二、出口国家及地区分析

第九章 2013年中国黄酒市场营销解析

第一节2013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2013年中国黄酒行业电子商务营销模式分析

一、我国黄酒行业的主要盈利模式

二、黄酒行业情景营销分析

三、黄酒业建立电子商务营销模式的优势

四、黄酒行业电子商务销售模式的内容

五、电子商务营销模式存在的风险及问题

第三节我国黄酒业网络营销分析

一、搜索引擎

二、博客论坛

三、行业网

四、门户网

五、交易平台

六、企业网站

第四节2013年中国黄酒行业营销问题探讨

- 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”

第五节2013年中国黄酒行业营销对策分析

- 一、黄酒淡季营销——亮剑三招
- 二、黄酒营销,抓共性还是强个性
- 三、浅谈黄酒广告创新
- 四、黄酒企业破局的营销战略
- 五、我国黄酒行业应积极建设标准化营销体系
- 六、黄酒市场营销应坚持“五度”新思路
- 七、黄酒行业终端营销对策建议

第十章2013年中国黄酒行业市场竞争态势分析

第一节2013年中国黄酒品牌及竞争状况分析

- 一、黄酒市场期待有序竞争
- 二、中国黄酒市场已呈现“三分天下”之势
- 三、黄酒行业竞争阶段分析
- 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
- 六、我国黄酒市场SWOT分析

第二节2013年中国黄酒企业竞争态势与行为分析

- 一、国有企业竞争力与走向
- 二、民营企业扩张与份额
- 三、主要品牌与海外扩张

第三节2013年中国黄酒提升竞争力策略分析

- 一、我国黄酒市场品牌定位途径分析
- 二、我国中小型黄酒企业突围战略分析
- 三、黄酒市场实现从区域向全国突围的关键点

第十一章2013年中国黄酒重点产区析

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、北京黄酒市场规模及消费状况

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

第十二章2013年中国黄酒重点企业竞争力与关键性财务分析（企业可自选）

第一节浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司（600059）

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

第二节浙江中国轻纺城集团股份有限公司（600790）

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

第三节上海金枫酒业股份有限公司（600616）

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

第四节中国绍兴黄酒集团有限公司

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

第五节浙江塔牌绍兴酒厂

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

第六节浙江嘉善黄酒股份有限公司

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

第七节江苏张家港酿酒集团公司

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

第八节绍兴女儿红酿酒有限公司

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

第九节略.....

第十三章2014-2018年中国黄酒行业前景趋势分析

第一节2014-2018年中国黄酒行业前景预测分析

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、中国黄酒市场规模预测

四、未来黄酒行业发展空间广阔

五、2015年黄酒行业调整和重点

第二节2014-2018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

四、我国黄酒西酿造工艺与技术发展方向

第三节2014-2018年中国黄酒行业市场预测分析

一、2014-2018年中国黄酒产量预测分析

二、2014-2018年中国黄酒销售情况预测分析

三、2014-2018年中国黄酒进出口贸易预测分析

第四节2014-2018年中国黄酒市场盈利预测

第十四章2014-2018年中国黄酒行业投资前景预测

第一节2014-2018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

第二节黄酒产业投资优势

一、发展前景广阔

二、投资回报巨大

三、投资风险较小

第三节2014-2018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、黄酒消费：收入效应>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

第四节2014-2018年中国黄酒行业投资风险分析

一、向外扩张必将伴随费用大幅上升

二、滥用高端化不利行业平稳有序增长

三、主导企业境界与打文化牌尚有差距

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201311/223346.html>