

# 2019-2025年中国黄酒行业市场专项调研及投资前景分析报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2019-2025年中国黄酒行业市场专项调研及投资前景分析报告》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/201901/709631.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

2016 年黄酒上市公司收入31 亿元，同比上升 2.0%。毛利率 41.41%，同比下降 0.19pct。期间费用率 25.78%，同比减少 1.23pct，其中销售费用率 16.12%，同比增加 0.55pct；管理费用率 9.43%，同比减少 1.45pct；财务费用率 0.23%，同比减少 0.33pct。2016 年行业净利率 9.04%，同比减少 0.62pct。2017 年一季度黄酒 3 家上市公司共实现营业收入 12.6 亿元，同比增长 6.99%；归母净利润 2.00 亿元，同比上升 9.26%。毛利率 41.90%，同比下降 2.18pct。期间费用率 16.66%，同比减少 3.48pct，其中销售费用率 9.86%，同比下降 2.67pct；管理费用率 7.07%，同比减少 0.22pct；财务费用率-0.27%，同比减少 0.59pct。一季度行业净利率 15.82%，同比增加 0.33pct。

智研咨询发布的《2019-2025年中国黄酒行业市场专项调研及投资前景分析报告》共十三章。首先介绍了黄酒行业市场发展环境、黄酒整体运行态势等，接着分析了黄酒行业市场运行的现状，然后介绍了黄酒市场竞争格局。随后，报告对黄酒做了重点企业经营状况分析，最后分析了黄酒行业发展趋势与投资预测。您若想对黄酒产业有个系统的了解或者想投资黄酒行业，本报告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：

### 第一章黄酒的相关概述

#### 第一节黄酒的概念与特点

- 一、黄酒简介
- 二、黄酒的名称
- 三、黄酒的种类
- 四、黄酒特点

#### 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、黄酒的发展

#### 第三节我国黄酒基本特征

- 一、“区域经济”特征显著
- 二、企业生产规模集中度较低
- 三、产品销售均价很低，低价同质化竞争明显

#### 第四节黄酒发展优势

- 一、保健
- 二、入药
- 三、烹饪
- 四、政策
- 五、空间

### 第二章2018年中国黄酒行业市场发展环境解析

#### 第一节2018年中国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、消费价格指数分析
- 三、城乡居民收入分析
- 四、社会消费品零售总额
- 五、全社会固定资产投资分析
- 六、进出口总额及增长率分析

#### 第二节2018年中国黄酒市场政策环境分析

- 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
- 八、2018年黄酒行业将不断完善标准体系

#### 第三节2018年中国黄酒市场社会环境分析

- 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2018年中国黄酒行业发展现状分析

#### 第一节2018年中国黄酒行业发展概述

- 一、我国黄酒市场特征
- 二、中国黄酒发展驱动力分析
- 三、“概念”经济被黄酒行业效仿
- 四、黄酒文化创新演变成简单的“复古”
- 五、我国黄酒业动力与压力并存

#### 第二节2018年中国黄酒行业运行形势分析

一、国家政策优化黄酒发展大环境

二、黄酒借世博拓市场

三、会展经济助推黄酒业腾飞

四、中国黄酒流行日本市场

五、资本力量垒就中国黄酒产业高地

第三节2018年中国黄酒企业发展现状分析

一、我国黄酒企业发展分析

二、我国黄酒企业迎来发展契机

三、黄酒企业发力全国市场

四、黄酒企业的盈利模式分析

五、高端黄酒企业的出路

第四节2018年中国黄酒高端化生存分析

第五节2018年中国黄酒行业存在的问题分析

一、黄酒行业存在的问题

二、黄酒面临尴尬问题

第六节2018年中国黄酒市场的发展困境及对策分析

一、发展困境

二、发展对策

第四章2014-2018年中国黄酒制造所属行业数据监测分析

第一节2014-2018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2014-2018年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2014-2018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2014-2018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2014-2018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2014-2018年中国黄酒产量统计分析

#### 第一节2014-2018年全国黄酒产量分析

#### 第二节2018年主要省份黄酒产量分析

#### 第三节2018年黄酒产量集中度分析

### 第六章2014-2018年中国黄酒（22060000）进出口数据监测分析

#### 第一节2014-2018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2014-2018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2014-2018年中国黄酒进出口平均单价分析

#### 第四节2014-2018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

### 第七章2018年中国黄酒行业区域市场分析

#### 第一节绍兴黄酒市场发展分析

##### 一、绍兴黄酒处于突变“前夜”

##### 二、绍兴黄酒有品牌有市场

##### 三、品牌让绍兴黄酒插上腾飞的翅膀

##### 四、绍兴黄酒在洗礼中崛起

##### 五、机械化酿造是绍兴黄酒发展的方向

#### 第二节上海黄酒市场发展分析

##### 一、上海打造国内最大黄酒产业基地

##### 二、上海黄酒市场消费分析

##### 三、上海黄酒消费渐趋高档化礼品化

##### 四、上海黄酒竞争格局分析

##### 五、上海黄酒销量分析

#### 第三节江苏黄酒市场发展分析

##### 一、江苏黄酒企业的尴尬

二、江苏黄酒品牌决定市场

三、江苏黄酒振兴正当时

四、严抓产品质量振兴江苏黄酒

五、江苏黄酒企业未来出路

六、江苏黄酒发展的对策

第四节北京黄酒市场发展分析

一、北京首家黄酒企业获准入市

二、北京黄酒市场消费分析

三、北京黄酒市场激流涌动

四、北京黄酒市场解析与开发

五、各品牌运作市场各展所长

第五节其他地区黄酒市场发展分析

一、广东黄酒市场的品牌格局

二、宁波1/5黄酒企业另谋发展

三、成都黄酒市场发展分析

四、即墨老酒挺进绍兴黄酒之乡

五、某品牌黄酒浙江市场情况分析

第八章2018年中国黄酒行业营销分析

第一节黄酒行业营销现状分析

一、“五度”开启黄酒营销新思路

二、黄酒走进价值营销时代

三、黄酒营销的非主流路线

四、步入平台整理期的黄酒营销分析

五、黄酒企业的“品牌+营销”路

六、我国黄酒行业应该适应消费升级需求

七、黄酒营销新模式是一种概念炒作

第二节黄酒情景营销分析

第三节我国黄酒品牌的营销误区

一、黄酒企业不愿谈“黄”

二、黄酒企业过度攀高

三、黄酒包装缺乏产业形象

第四节二线黄酒品牌的营销方向

一、管理创新

二、营销创新

三、价值创新

## 第五节黄酒网络营销分析

- 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

## 第六节黄酒淡季营销分析

- 一、产品创新，拉动淡季市场
- 二、渠道创新，淡季营销的盈利点
- 三、促销创新，抢夺市场份额

## 第七节黄酒标准化营销分析

- 一、建设标准化营销体系势在必行
- 二、传播口径标准化
- 三、包装容器标准化
- 四、饮酒器具标准化

## 第八节黄酒借助保健品营销模式分析

- 一、市场环境分析
- 二、产品定位
- 三、整合营销

## 第九节黄酒营销的发展建议

- 一、切准市场教育的突破点
- 二、把握提升黄酒形象的诉求手段
- 三、用价格体现黄酒价值

## 第十节黄酒市场营销策略分析

- 一、增加自驱动力
- 二、改变经营观念

## 第九章2018年中国黄酒创新分析

### 第一节近几年黄酒行业成长与创新分析

### 第二节黄酒行业的创新现状

- 一、黄酒行业的发展亟待创新
- 二、黄酒创新受瞩目
- 三、创新和改进黄酒包装让黄酒打开国际市场
- 四、创新成营销热点
- 五、黄酒要走在酒业创新的前沿



### 第三节目前形势下黄酒的创新分析

## 第十章2018年中国黄酒行业竞争格局分析

### 第一节黄酒竞争力分析

#### 一、价值归位

#### 二、品牌提升

#### 三、历史传承

### 第二节黄酒行业竞争格局分析

#### 一、黄酒行业竞争激烈

#### 二、竞争加剧市场多极分化明显

#### 三、黄酒行业处于品类竞争阶段

#### 四、黄酒行业竞争格局基本形成

### 第三节黄酒品牌格局分析

#### 一、行业分散式发展

#### 二、行业的竞争在于品牌的竞争

#### 三、市场容量不断增加

### 第四节未来黄酒市场格局分析

#### 一、黄酒市场分析

#### 二、黄酒消费现状分析

#### 三、未来黄酒市场的竞争力

### 第五节黄酒企业增强竞争力的对策

#### 一、培育新的市场需求空间

#### 二、不断进行技术创新

#### 三、不断进行企业组织创新

### 第六节提升黄酒行业核心竞争力的对策

#### 一、提高黄酒自身价值

#### 二、通过人才的培养、引进、合作，获得核心竞争力

#### 三、通过提升企业文化，获得核心竞争力

#### 四、创新自身及市场服务体系，夯实核心竞争力

#### 五、知本整合，有利于黄酒行业做强做大

## 第十一章2018年中国黄酒产业重点企业关键性数据分析

### 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

## 第二节上海金枫酒业股份有限公司

- 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

## 第三节蒙洲神泉黄酒厂

- 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

## 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

## 第五节会稽山绍兴酒股份有限公司

- 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

## 第六节青岛市九盛酒业饮品有限公司

- 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

## 第七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

## 第八节岳阳胜景山河生物科技股份有限公司（古越楼台）

- 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

## 第九节安徽省越宜酒业有限公司

- 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

## 第十节山东即墨黄酒厂

- 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

## 第十二章2019-2025年中国黄酒行业投资潜力分析

### 第一节2019-2025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2019-2025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、黄酒对其它酒种已形成明显替代效应
- 三、高档黄酒具有发展空间
- 四、陈年黄酒成投资新宠

### 第三节2019-2025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2019-2025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

## 第十三章2019-2025年中国黄酒行业发展策略分析（ZYLII）

### 第一节后危机时代绍兴黄酒产业发展策略

- 一、后危机时代绍兴黄酒产业发展面临的形势
- 二、后危机时代绍兴黄酒产业发展的策略

### 第二节2019-2025年中国黄酒从区域走向全国的对策分析

一、品牌力

二、产品力

三、招商力

四、动销力

第三节2019-2025年中国黄酒品牌发展战略

第四节2019-2025年中国黄酒异地扩张模式新思路

一、销售规模与营销效率的关系

二、黄酒异地扩张的营销缺陷

三、异地扩张新思路：渠道扁平化

第五节2019-2025年中国黄酒企业发展高端市场的策略分析

一、塑造品牌新内涵，摆脱传统基因束缚

二、把握消费新趋势，开创消费新价值

三、小众营销，制造高端黄酒消费影响

第六节2019-2025年中国黄酒品牌注入活力的对策分析

一、走主副结合的差异化品牌推广之路

二、从理性说教到情感诉求的刚柔并济

三、预先为你的顾客不时模拟情景再现

四、为你的品牌平添红酒的高雅、浪漫

五、为你的品牌平添饮料的时尚、动感

第七节2019-2025年中国黄酒推广的途径分析

一、网络营销

二、文化移植

三、定制推广

四、商会推广

第八节2019-2025年中国黄酒企业的未来出路分析

一、走品牌和文化之路

二、走产品和工艺创新之路

三、走营销创新之路（ZYLII）

四、走蓝海战略之路

五、走“新市场”之路

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201901/709631.html>