

# 2022-2028年中国黄酒行业市场现状调查及投资商机预测报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2022-2028年中国黄酒行业市场现状调查及投资商机预测报告》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/202112/990800.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

智研咨询发布的《2022-2028年中国黄酒行业市场现状调查及投资商机预测报告》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 2021年中国黄酒行业市场发展环境解析

第一节 2021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 2021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、2021年黄酒行业将不断完善标准体系
- 第三节 2021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 2021年中国黄酒行业发展现状分析
  - 第一节 2021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 2021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 2021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 2021年中国黄酒高端化生存分析

#### 第五节 2021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 2021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 2017-2021年中国黄酒制造所属行业数据监测分析

#### 第一节 2017-2021年中国黄酒制造所属行业规模分析

##### 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 2017-2021年中国黄酒制造所属行业结构分析

##### 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 2017-2021年中国黄酒制造所属行业产值分析

##### 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 2017-2021年中国黄酒制造所属行业成本费用分析

##### 一、销售成本统计

##### 二、费用统计

#### 第五节 2017-2021年中国黄酒制造所属行业盈利能力分析

##### 一、主要盈利指标分析

##### 二、主要盈利能力指标分析

### 第五章 2017-2021年中国黄酒所属行业产量统计分析

#### 第一节 2017-2021年全国黄酒行业产量分析

#### 第二节 2021年主要省份黄酒行业产量分析

### 第三节 2021年黄酒行业产量集中度分析

## 第六章 2017-2021年中国黄酒所属行业进出口数据监测分析

### 第一节 2017-2021年中国黄酒所属行业进口数据分析

#### 一、进口数量分析

#### 二、进口金额分析

### 第二节 2017-2021年中国黄酒所属行业出口数据分析

#### 一、出口数量分析

#### 二、出口金额分析

### 第三节 2017-2021年中国黄酒所属行业进出口平均单价分析

### 第四节 2017-2021年中国黄酒所属行业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 2021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

### 第二节 上海黄酒市场发展分析

### 第三节 江苏黄酒市场发展分析

### 第四节 北京黄酒市场发展分析

### 第五节 其他地区黄酒市场发展分析

#### 一、广东

#### 二、宁波

#### 三、成都

#### 四、绍兴

#### 五、浙江

## 第八章 2021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 2017-2021年中国黄酒创新分析

### 第一节 2017-2021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 2021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 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 2022-2028年中国黄酒行业投资潜力分析

##### 第一节 2022-2028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 2022-2028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 2022-2028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 2022-2028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 2022-2028年中国黄酒行业发展策略分析

##### 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 2022-2028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 2022-2028年中国黄酒品牌发展战略

##### 第四节 2022-2028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 2022-2028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 2022-2028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 2022-2028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 2022-2028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

###### 四、走蓝海战略之路

## 五、走“新市场”之路 (ZY TL)

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202112/990800.html>