

2007-2008年中国黄酒市场 研究发展分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2007-2008年中国黄酒市场研究发展分析报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/200806/1478.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

第一章、黄酒的相关介绍

第一节、黄酒的概念与用途

一、黄酒的概念

二、黄酒的名称

三、黄酒的种类

四、黄酒特点和用途

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、黄酒的历史渊源

第二章、黄酒行业分析

第一节、中国黄酒行业总体分析

一、黄酒行业发展概况

二、中国黄酒行业生产状况

三、黄酒行业的主要特征

四、黄酒工业结构升级的表现模式

五、黄酒行业步入加速上升阶段

第二节、中国黄酒企业发展状况

一、解析黄酒企业的盈利模式

二、主要黄酒生产企业发展状况比较

三、黄酒企业亟需解决的六个问题

四、中国黄酒企业亟需突破区域限制

五、浅析高端黄酒企业的策略与出路

第三节、黄酒行业存在的问题与应对策略

一、黄酒行业存在的若干问题

二、解析中国黄酒业走出困境的策略

三、打造黄酒行业文化内涵的策略

四、振兴中国黄酒行业的具体措施

第三章、黄酒市场分析

第一节、黄酒市场发展状况与问题

- 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

第二节、黄酒市场竞争状况分析

- 一、黄酒市场竞争格局分析
- 二、浅析黄酒市场的竞争力表现
- 三、未来黄酒市场的竞争核心是品牌

第三节、黄酒市场消费行为分析

- 一、国内黄酒消费市场的分布
- 二、中国黄酒市场消费现状分析
- 三、解析制约黄酒消费的瓶颈

第四章、主要地区黄酒行业及市场分析

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、浅析绍兴黄酒产业的出路

第二节、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

第三节、上海

- 一、上海黄酒品牌发展的格局
- 二、上海黄酒市场消费状况分析
- 三、上海黄酒市场竞争激烈

第四节、北京

- 一、北京黄酒市场消费状况
- 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、湖南黄酒行业发展状况与建议
- 三、福建省黄酒业的状况与出路
- 四、成都黄酒市场的发展态势

第五章、黄酒行业营销分析

第一节、黄酒行业营销现状

- 一、黄酒行业的主要营销渠道
- 二、黄酒行业营销抢占特通渠道
- 三、黄酒行业营销费用投入分析

第二节、黄酒行业电子商务营销模式分析

- 一、黄酒业建立电子商务营销模式的优势
- 二、黄酒行业电子商务销售模式的内容
- 三、电子商务营销模式存在的风险及问题

第三节、黄酒行业营销问题分析

- 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、浅析绍兴黄酒业营销的核心症结

第四节、黄酒行业营销对策分析

- 一、黄酒市场的基本营销策略
- 二、浅析黄酒行业的营销手法
- 三、黄酒行业营销创新须九大转变
- 四、黄酒业走出酒店终端营销困境的措施

第六章、重点企业

第一节、绍兴黄酒集团有限公司

- 一、企业简介
- 二、2005年企业经营状况
- 三、2006年1-9月企业经营状况
- 四、古越龙山力做黄酒行业的茅台

第二节、中国轻纺城集团股份有限公司

一、会稽山绍兴酒有限公司

二、2005年企业经营状况

三、2006年1-9月企业经营状况

第三节、上海市第一食品股份有限公司

一、上海金枫酿酒有限公司

二、2005年企业经营状况

三、2006年1-9月企业经营状况

第四节、其他企业

一、绍兴女儿红酿酒有限公司

二、浙江塔牌绍兴酒厂

三、浙江嘉善黄酒股份有限公司

四、江苏张家港酿酒集团公司

五、福建南湖酒业有限公司

六、浙江善好酒业集团有限公司

七、中粮绍兴酒有限公司

第七章、黄酒行业投资分析

第一节、黄酒行业投资环境分析

一、消费升级带动酿酒行业加速增长

二、营养和文化是黄酒业的两大支点

三、黄酒对其它酒种产生明显替代效应

四、中国成熟期的黄酒业再度呈现生机

五、政策扶持有利于黄酒业低成本扩张

第二节、黄酒行业SWOT分析

一、优势

二、劣势

三、机遇

四、挑战

第三节、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

第四节、未来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、未来黄酒行业发展空间广阔

三、未来黄酒市场发展趋向良好

四、未来黄酒市场的需求潜力大

五、功能性低度黄酒发展前途无限

附录

附录一：酒类流通管理办法

附录二：食用酒精国家标准

附录三：酒类广告管理办法

附录四：酒类卫生管理办法

附录五：出口黄酒检验规程

附录六：绍兴酒出口许可证管理规定

图表目录：

图表1 2004年酿酒行业收入构成

图表2 2004年酿酒行业产量构成

图表3 1995-2004年黄酒行业历年产量

图表4 黄酒骨干企业高端产品概况

图表5 黄酒行业消费格局演变趋势

图表6 2004年主要黄酒企业产销量

图表7 2001-2004年主要黄酒企业历年酒类销售收入

图表8 2002-2005年主要黄酒企业毛利率比较

图表9 2001-2004年古越龙山酒类业务收入利润情况

图表10 2000-2004年第一食品金枫酒厂收入利润情况

图表11 2001-2004年轻纺城东风酒厂销售收入与净利润

图表12 第一食品产品结构

图表13 2001-2004年龙头企业黄酒业务销售收入

图表14 2003-2004年龙头企业黄酒业务利润率

- 图表15 2004年古越龙山与第一食品产品销量对比
- 图表16 黄酒行业知名企业的广告投入占全行业比例
- 图表17 主要城市黄酒广告投入占全国的比例
- 图表18 2003年黄酒销售收入结构演变对比
- 图表19 2005年黄酒销售收入结构演变对比
- 图表20 2007-2015年黄酒传统市场与外省市场收入结构变化趋势预测
- 图表21 2004年各省市黄酒市场销售规模同比增速
- 图表22 2004年销售收入千万元以上黄酒企业分布
- 图表23 2004年黄酒行业集中度
- 图表24 1998-2004年黄酒行业企业数量与利润率
- 图表25 2004-2005年黄酒行业上市公司比较
- 图表26 2003年全国和长三角地区城镇和农村人均消费黄酒的水平
- 图表27 2003年主要城镇和农村人均消费黄酒水平
- 图表28 黄酒产业链条
- 图表29 成都黄酒市场主流品牌
- 图表30 成都消费者对黄酒了解情况
- 图表31 1998-2004年酿酒行业子行业销售费用率
- 图表32 1998年与2004年不同子行业销售费用占酿酒行业整体销售费用的比重
- 图表33 黄酒营销渠道杠杆分析
- 图表34 黄酒行业电子商务营销新模式
- 图表35 黄酒行业的电子商务营销模式杠杆的扩大效应
- 图表36 黄酒行业的电子商务营销模式中经销商的素质可以不起作用
- 图表37 黄酒行业的电子商务营销模式杠杆的阻碍效应
- 图表38 黄酒基于电子商务的复合销售模式
- 图表39 黄酒行业在新营销模式下的物流系统
- 图表40 2005年绍兴黄酒集团主要财务数据
- 图表41 2005年绍兴黄酒集团扣除的非经常性损益项目和金额
- 图表42 2003-2005年绍兴黄酒集团主要会计数据和财务指标（一）
- 图表43 2003-2005年绍兴黄酒集团主要会计数据和财务指标（二）
- 图表44 2005年绍兴黄酒集团净资产收益率及每股收益
- 图表45 2005年绍兴黄酒集团主营业务分地区情况表
- 图表46 2005年绍兴黄酒集团现金流量

- 图表47 2006年1-9月绍兴黄酒集团主要会计数据及财务指标
- 图表48 2006年7-9月绍兴黄酒集团利润表
- 图表49 2006年1-9月绍兴黄酒集团利润表
- 图表50 2005年轻纺城集团股份有限公司主要财务数据
- 图表51 2005年轻纺城集团股份有限公司扣除非经常性损益项目和金额
- 图表52 2003-2005年轻纺城集团股份有限公司主要会计数据和财务指标
- 图表53 2005年轻纺城集团股份有限公司股东权益变动情况
- 图表54 2006年1-9年轻纺城集团股份有限公司主要会计数据及财务指标
- 图表55 2006年7-9年轻纺城集团股份有限公司利润表
- 图表56 2006年1-9年轻纺城集团股份有限公司利润表
- 图表57 2005年第一食品股份有限公司主要财务数据
- 图表58 2005年第一食品股份有限公司扣除非经常性损益项目和金额
- 图表59 2003-2005年第一食品股份有限公司主要会计数据和财务指标
- 图表60 2005年第一食品股份有限公司主营业务分行业或分产品构成情况
- 图表61 2005年第一食品股份有限公司主营业务分地区情况表
- 图表62 2006年1-9月第一食品股份有限公司主要会计数据及财务指标
- 图表63 2006年7-9月第一食品股份有限公司利润表
- 图表64 2006年1-9月第一食品股份有限公司利润表
- 图表65 主要酒种营养价值及吨酒价格比较
- 图表66 1996年与2005年黄酒产量与白酒和葡萄酒产量对比变化
- 图表67 1996年与2005年黄酒产量与白酒、啤酒和葡萄酒产量对比变化
- 图表68 1992-2004年黄酒产销量增长
- 图表69 1998-2004年黄酒行业收入和利润增长
- 图表70 2001-2006年酿酒行业子行业复合增长率
- 图表71 黄酒行业生命周期
- 图表72 1999-2005年黄酒价格形势回顾
- 图表73 1992-2006年黄酒行业产量变化
- 图表74 2007-2015年黄酒行业产量增长趋势预测
- 图表75 未来中国黄酒市场需求空间大
- 图表76 食用酒精的感官要求
- 图表77 食用酒精的理化指标（一）
- 图表78 食用酒精的理化指标（二）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200806/1478.html>