

# 2020-2026年中国黄酒行业 发展态势与投资前景报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

# 一、报告报价

《2020-2026年中国黄酒行业发展态势与投资前景报告》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/202006/167141.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

近年来，受益于经济持续增长，酿酒行业也体现出消费升级带来的结构性变化：对酒的需求从“单纯嗜好”向“营养保健”转变，高度、烈性的不良饮酒观日益为人们所摒弃，黄酒的低度、营养、保健的优势逐渐得到显现。黄酒消费者由低收入人群向高收入人群转移，由老年群体向年轻群体扩张。2011-2019年我国黄酒需求量统计图资料来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2020-2026年中国黄酒行业发展态势与投资前景报告》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 2019年中国黄酒行业市场发展环境解析

#### 第一节 2019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 2019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、2019年黄酒行业将不断完善标准体系

#### 第三节 2019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 2019年中国黄酒行业发展现状分析

第一节 2019年中国黄酒行业发展概述2011-2019年我国黄酒产量统计图资料来源：公开资料整理

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

## 第二节 2019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 2019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 2019年中国黄酒高端化生存分析

## 第五节 2019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 2019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 2014-2019年中国黄酒制造所属行业数据监测分析

## 第一节 2014-2019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 2014-2019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 2014-2019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 2014-2019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 2014-2019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 2014-2019年中国黄酒产量统计分析

第一节 2014-2019年全国黄酒产量分析

第二节 2019年主要省份黄酒产量分析

第三节 2019年黄酒产量集中度分析

第六章 2014-2019年中国黄酒（22060000）进出口数据监测分析

第一节 2014-2019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 2014-2019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 2014-2019年中国黄酒进出口平均单价分析

第四节 2014-2019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 2019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 2019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 2019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 2019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 2019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 2020-2026年中国黄酒行业投资潜力分析

### 第一节 2020-2026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 2020-2026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 2020-2026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 2020-2026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 2020-2026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 2020-2026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 2020-2026年中国黄酒品牌发展战略

### 第四节 2020-2026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 2020-2026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 2020-2026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 2020-2026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 2020-2026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

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202006/167141.html>