

2013-2018年中国黄酒市场 深度评估及未来发展趋势报告

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

《2013-2018年中国黄酒市场深度评估及未来发展趋势报告》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/201310/98860.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

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。

黄酒香气浓郁，甘甜味美，风味醇厚，并含有氨基酸、糖、醋、有机酸和多种维生素等，是烹调中不可缺少的主要调味品之一。黄酒的营养价值超过了啤酒和营养丰富的葡萄酒。黄酒中除含有乙醇和水等主要成分之外，还富含8种人体不能合成的氨基酸、乳酸、葡萄糖、麦芽糖、琥珀酸、少量醛、多种维生素以及钙、铁、钾、钠、锌、铜、镁、硒等常量和微量元素，所以，有人又将黄酒称之为“液体蛋糕”。

黄酒是医药上很重要的辅料或“药引子”。中药处方中常用黄酒浸泡、烧煮、蒸炙一些中草药或调制药丸及各种药酒，据统计有70多种药酒需用黄酒作酒基配制。黄酒的另一功能是调料。黄酒酒精含量适中，味香浓郁，富含氨基酸等呈味物质，人们都喜欢用黄酒作佐料，在烹制荤菜时，特别是羊肉、鲜鱼时加入少许，不仅可以去腥膻还能增加鲜美的风味。

中企顾问发布的《2013-2018年中国黄酒市场深度评估及未来发展趋势报告》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，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

第一章 黄酒相关概述

1.1 黄酒基本介绍

1.1.1 黄酒的定义及典型代表

1.1.2 黄酒的名称

1.1.3 黄酒的起源及发展

1.1.4 中国黄酒的常用饮法

1.2 黄酒的分类

1.2.1 按原料和酒曲分

1.2.2 按生产方法分

1.2.3 按含糖量分

1.2.4 按其它方式分

1.3 黄酒行业快速发展的基因

1.3.1 物质基因

1.3.2 精神基因

1.3.3 文化基因

第二章 2013年中国黄酒业发展动态分析

2.1 2013年中国黄酒行业发展概况

2.1.1 中国黄酒行业发展回顾

2.1.2 我国黄酒行业运行特点

2.1.3 黄酒在中国整个酿酒业中所占份额不大

2.2 2013年中国黄酒行业发展存在的问题分析

2.2.1 制约黄酒行业发展的主要因素

2.2.2 我国黄酒行业标准不统一

2.2.3 我国黄酒行业面临多重挑战

2.3 2013年中国黄酒行业发展的对策建议分析

2.3.1 我国黄酒行业发展应遵从多样化原则

2.3.2 我国黄酒行业应走好技术创新之路

2.3.3 我国黄酒产业发展建议

2.3.4 提升黄酒行业核心竞争力的措施

2.3.5 我国中小型黄酒企业突围战略分析

2.3.6 我国黄酒行业未来规划措施

第三章 2013年中国黄酒行业运行环境分析

3.1 2013年中国宏观经济环境分析

3.2 2013年中国黄酒行业政策环境分析

3.2.1 酒类流通管理办法

3.2.2 发酵酒卫生标准

3.3 2013年中国黄酒行业社会环境分析

3.3.1 人口环境分析

3.3.2 教育环境分析

3.3.3 文化环境分析

3.3.4 生态环境分析

第四章 2013年中国黄酒市场运行局势分析

4.1 2013年中国黄酒市场发展状况

4.1.1 我国黄酒市场运行回顾

4.1.2 中国南北黄酒市场差距大

4.1.3 中国黄酒市场品牌格局

4.1.4 黄酒企业尝试占领年轻群体市场

4.1.5 中国黄酒在日本和俄罗斯市场深受青睐

4.2 2013年中国黄酒市场消费分析

4.2.1 黄酒符合市场消费潮流

4.2.2 夏季黄酒消费逐渐成风尚

4.2.3 清爽型黄酒渐成现代消费主流

4.2.4 黄酒市场消费瓶颈

4.2.5 黄酒行业应积极扩增市场消费

4.3 中国黄酒市场运行策略建议

4.3.1 我国黄酒市场品牌定位途径分析

4.3.2 黄酒市场实现从区域向全国突围的关键点

4.3.3 我国黄酒市场企业发展方向

第五章 2013年浙江绍兴黄酒业市场分析

5.1 绍兴黄酒行业发展概况

5.1.1 绍兴黄酒产业发展环境浅析

5.1.2 绍兴黄酒行业发展概况

5.1.3 绍兴黄酒行业“棋局”分析

5.1.4 绍兴黄酒逐渐走向全国

5.1.5 绍兴黄酒机械化酿造浅析

5.1.6 绍兴黄酒产业包装五大特色探析

5.2 2009-2012年绍兴黄酒行业发展分析

5.2.1 2009年绍兴黄酒出口状况

5.2.2 2010年绍兴黄酒质量保持良好态势

5.2.3 2011年绍兴开启黄酒特色旅游业

5.2.4 2012年绍兴黄酒行业发展添技术支持平台

5.3 绍兴黄酒行业发展存在的问题及措施规划

5.3.1 绍兴黄酒发展面临的问题

5.3.2 推进绍兴黄酒行业发展的措施

5.3.3 绍兴应坚持用创新推动产业发展

5.3.4 绍兴黄酒应积极推动品牌的发展

5.3.5 2012年绍兴黄酒行业规划

第六章 2013年中国黄酒业其他区域分析

6.1 上海

6.1.1 上海黄酒业概述

6.1.2 海派黄酒的主要特点

6.1.3 上海黄酒市场品牌格局

6.1.4 上海黄酒市场消费高端化趋势明显

6.1.5 上海建设中国最大黄酒行业基地

6.2 江苏

6.2.1 江苏黄酒行业发展概况

6.2.2 江苏黄酒市场分析

6.2.3 江苏黄酒业发展存在的问题

6.2.4 江苏黄酒行业发展的对策建议

6.3 福建

6.3.1 福建黄酒行业开始复苏

6.3.2 福建黄酒业市场消费断层现象探析

6.3.3 福建黄酒产业发展措施

6.3.4 福建黄酒业突围战略分析

6.4 北京

6.4.1 北京黄酒市场概述

6.4.2 北京黄酒市场消费分析

6.4.3 北京黄酒市场增长缓慢

6.4.4 北京黄酒市场运行战略分析

6.5 其他

6.5.1 安徽黄酒业发展概况

- 6.5.2 陕西黄酒市场运行特点
- 6.5.3 山东青岛黄酒市场概况
- 6.5.4 河南郑州黄酒市场浅析

第七章 2013年中国黄酒行业市场营销策略分析

- 7.1 2013年中国黄酒行业营销概述
 - 7.1.1 我国黄酒行业的主要盈利模式
 - 7.1.2 黄酒行业营销抢占特通渠道
 - 7.1.3 黄酒行业情景营销分析
 - 7.1.4 我国黄酒行业尚存营销误区
- 7.2 我国黄酒业网络营销分析
 - 7.2.1 搜索引擎
 - 7.2.2 博客论坛
 - 7.2.3 行业网
 - 7.2.4 门户网
 - 7.2.5 交易平台
 - 7.2.6 企业网站
- 7.3 中国黄酒业营销策略分析
 - 7.3.1 黄酒企业破局的营销战略
 - 7.3.2 我国黄酒行业应积极建设标准化营销体系
 - 7.3.3 黄酒市场营销应坚持“五度”新思路
 - 7.3.4 黄酒行业终端营销对策建议
 - 7.3.5 黄酒市场淡季营销策略

第八章 2013年中国黄酒行业市场竞争态势分析

- 8.1 2013年中国黄酒市场竞争现状分析
 - 8.1.1 我国黄酒市场SWOT分析
 - 8.1.2 中国黄酒市场已呈现“三分天下”之势
 - 8.1.3 黄酒市场形成两大对垒阵营
- 8.2 2013年中国黄酒市场竞争力分析
 - 8.2.1 我国黄酒市场应实现和谐竞争
 - 8.2.2 黄酒集中度分析

8.2.5 中国黄酒市场未来竞争趋势

第九章 2013年中国黄酒行业重点企业竞争力分析

9.1 浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司

9.1.1 企业概况

9.1.2 企业主要经济指标分析

9.1.3 企业盈利能力分析

9.1.4 企业偿债能力分析

9.1.5 企业运营能力分析

9.1.6 企业成长能力分析

9.1.7 古越龙山黄酒国际化策略分析

9.2 上海金枫酒业股份有限公司

9.2.1 企业概况

9.2.2 企业主要经济指标分析

9.2.3 企业盈利能力分析

9.2.4 企业偿债能力分析

9.2.5 企业运营能力分析

9.2.6 企业成长能力分析

9.3 会稽山绍兴酒股份有限公司

9.3.1 公司简介

9.3.2 会稽山“名酒”策略分析

9.3.3 会稽山上市节奏加快

9.4 山东即墨黄酒厂

9.4.1 公司简介

9.4.2 即墨老酒加速发展专卖店业务

9.4.3 即墨老酒品牌营销策略探析

9.5 浙江嘉善黄酒股份有限公司

9.5.1 公司简介

9.5.2 嘉善黄酒营销分析

9.5.3 嘉善黄酒提升品牌的策略

9.6 其他

9.6.1 浙江塔牌绍兴酒有限公司

- 9.6.2 上海皇家酿酒有限公司
- 9.6.3 江苏张家港酿酒有限公司
- 9.6.4 无锡市振太酒业有限公司
- 9.6.5 苏州市百花漾酿造有限公司
- 9.6.6 福建南湖酒业有限公司

第十章 2013-2018年中国黄酒行业投资分析及未来发展预测

10.1 黄酒产业投资优势

- 10.1.1 发展前景广阔
- 10.1.2 投资回报巨大
- 10.1.3 投资风险较小

10.2 黄酒行业未来发展趋势

- 10.2.1 黄酒行业发展机遇分析
- 10.2.2 未来黄酒行业调整和发展的重点
- 10.2.3 我国黄酒行业技术发展方向

报告图表摘要

图表：1999-2010年黄酒行业产量及增速

图表：1999-2010年黄酒行业收入及增速

图表：1999-2010年黄酒行业吨酒价格

图表：1999-2010年黄酒行业分地区收入情况

图表：1999-2010年黄酒销售区域占比情况

图表：1999-2010年黄酒行业收入和利润总额及其增速

图表：1999-2010年黄酒行业分地区利润总额

图表：1999-2010年黄酒行业利润集中区域

图表：1999-2010年重点黄酒市场毛利率与全国平均水平对比

图表：2008-2010年黄酒行业企业前四名收入

图表：2008-2010年黄酒业前四强企业占行业份额变化情况

图表：浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司主要经济指标走势图

图表：浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司经营收入走势图

图表：浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司盈利指标走势图

图表：浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司负债情况图

图表：浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司负债指标走势图

图表：浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司运营能力指标走势图

图表：浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司成长能力指标走势图

图表：上海金枫酒业股份有限公司主要经济指标走势图

图表：上海金枫酒业股份有限公司经营收入走势图

图表：上海金枫酒业股份有限公司盈利指标走势图

图表：上海金枫酒业股份有限公司负债情况图

图表：上海金枫酒业股份有限公司负债指标走势图

图表：上海金枫酒业股份有限公司运营能力指标走势图

图表：上海金枫酒业股份有限公司成长能力指标走势图

图表：上海地区黄酒销售收入及利润总额

图表：浙江地区黄酒销售收入及利润总额

图表：近年绍兴市黄酒产业主要指标

图表：发酵酒理化指标

图表：发酵酒细菌指标

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201310/98860.html>