

2020-2026年中国黄酒行业 发展态势与战略咨询报告

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

《2020-2026年中国黄酒行业发展态势与战略咨询报告》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/202006/167143.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战略咨询报告》共十二章。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：

第一章黄酒行业相关概述

1.1 黄酒的概述

1.1.1 黄酒的定义

1.1.2 黄酒的特点

1.2 黄酒的分类

1.2.1 按原料分类

1.2.2 按照酿造工艺分类

1.2.3 按照酒精度不同分类

1.2.4 按照形态不同分类

1.3 黄酒的主要功效

1.3.1 药引子

1.3.2 调料

1.3.3 保健

1.4 黄酒行业的发展历程

第二章 2014-2019年中国黄酒行业发展环境分析

2.1 黄酒行业政治法律环境

2.1.1 行业主管部门分析

2.1.2 行业监管体制分析

2.1.3 行业主要法律法规

2.1.4 相关产业政策分析

2.1.5 行业相关发展规划

2.1.6 政策环境对行业的影响

2.2 黄酒行业经济环境分析

2.2.1 国民经济运行情况与GDP

2.2.2 消费价格指数CPI、PPI

2.2.3 固定资产投资情况

2.2.4 全国居民收入情况

2.3 黄酒行业社会环境分析

2.3.1 黄酒产业社会环境

2.3.2 社会环境对行业的影响

2.4 黄酒行业技术环境分析

2.4.1 黄酒技术分析

1、技术水平总体发展情况

2、中国黄酒行业新技术研究

2.4.2 黄酒技术发展水平

1、中国黄酒行业技术水平所处阶段

2、与国外黄酒行业的技术差距

2.4.3 行业主要技术发展趋势

2.4.4 技术环境对行业的影响

第三章中国黄酒行业发展概述

3.1 中国黄酒行业发展状况分析2011-2019年我国黄酒产量统计图资料来源：公开资料整理

3.1.1 中国黄酒行业发展阶段

3.1.2 中国黄酒行业发展总体概况

3.1.3 中国黄酒行业发展特点分析

3.2 2014-2019年黄酒行业发展现状

3.2.1 2014-2019年中国黄酒行业市场规模

3.2.2 2014-2019年中国黄酒行业发展分析

3.2.3 2014-2019年中国黄酒企业发展分析

3.3 2020-2026年中国黄酒行业面临的困境及对策

3.3.1 中国黄酒行业面临的困境及对策

1、中国黄酒行业面临困境

2、中国黄酒行业对策探讨

3.3.2 中国黄酒企业发展困境及策略分析

1、中国黄酒企业面临的困境

2、中国黄酒企业的对策探讨

3.3.3 国内黄酒企业的出路分析

第四章中国黄酒行业市场运行分析

4.1 2014-2019年中国黄酒行业总体规模分析

4.1.1 企业数量结构分析

4.1.2 人员规模状况分析

4.1.3 行业资产规模分析

4.1.4 行业市场规模分析

4.2 2014-2019年中国黄酒行业产销情况分析

4.2.1 中国黄酒行业工业总产值

4.2.2 中国黄酒行业工业销售产值

4.2.3 中国黄酒行业产销率

4.3 2014-2019年中国黄酒行业市场供需分析

4.3.1 中国黄酒行业供给分析

4.3.2 中国黄酒行业需求分析

4.3.3 中国黄酒行业供需平衡

4.4 2014-2019年中国黄酒所属行业财务指标总体分析

4.4.1 行业盈利能力分析

4.4.2 行业偿债能力分析

4.4.3 行业营运能力分析

4.4.4 行业发展能力分析

第五章黄酒行业主要产品分析

5.1 行业主要产品结构特征

5.2 行业主要产品市场分析

5.2.1 不同档次黄酒产品的市场分析

1、 高端黄酒产品市场分析

2、 中低端黄酒产品市场分析

5.2.2 不同产区黄酒产品的市场分析

1、 越派黄酒产品市场分析

2、 海派黄酒产品市场分析

3、 湘（新）派黄酒产品市场分析

4、 闽派黄酒产品市场分析

5.3 黄酒产品的营销渠道发展分析

5.3.1 黄酒产品的营销渠道发展现状

5.3.2 典型黄酒企业营销渠道发展情况

5.4 黄酒产品的营销推广发展分析

5.4.1 黄酒产品营销推广现状

5.4.2 主要黄酒企业的营销推广策略

5.4.3 黄酒企业营销推广的主要问题

第六章中国黄酒行业上、下游产业链分析

6.1 黄酒行业产业链概述

6.1.1 产业链定义

6.1.2 黄酒行业产业链

6.2 黄酒行业主要上游产业发展分析

6.2.1 大米供需与价格走势

1、 大米供给情况分析

2、 大米主产区域分析

3、 大米需求情况分析

4、 大米进出口情况分析

5、 大米价格走势分析

6、 大米市场对黄酒影响分析

6.2.2 小麦供需与价格走势

- 1、小麦供给情况分析
- 2、小麦需求情况分析
- 3、小麦价格走势分析
- 4、小麦市场对黄酒影响分析

6.2.3 玻璃包装行业发展分析

6.3 黄酒行业主要下游产业发展分析

6.3.1 中国居民酒类消费支出分析

6.3.2 中国酒饮行业发展分析

6.3.3 中国零售市场发展分析

第七章中国黄酒行业市场竞争格局分析

7.1 中国黄酒行业竞争格局分析

7.1.1 国内黄酒行业竞争现状分析

- 1、行业外部竞争分析
- 2、行业内部竞争分析

7.2 中国黄酒行业竞争五力分析

7.2.1 黄酒行业上游议价能力

7.2.2 黄酒行业下游议价能力

7.2.3 黄酒行业新进入者威胁

7.2.4 黄酒行业替代产品威胁

7.2.5 黄酒行业现有企业竞争

7.3 中国黄酒行业竞争SWOT分析

7.3.1 黄酒行业优势分析

7.3.2 黄酒行业劣势分析

7.3.3 黄酒行业机会分析

7.3.4 黄酒行业威胁分析

第八章中国黄酒行业领先企业竞争力分析

8.1 会稽山绍兴酒股份有限公司

8.1.1 企业发展基本情况

8.1.2 企业主要产品分析

- 8.1.3 企业竞争优势分析
- 8.1.4 企业经营状况分析
- 8.2 浙江塔牌绍兴酒有限公司
 - 8.2.1 企业发展基本情况
 - 8.2.2 企业主要产品分析
 - 8.2.3 企业竞争优势分析
 - 8.2.4 企业经营状况分析
- 8.3 浙江嘉善黄酒股份有限公司
 - 8.3.1 企业发展基本情况
 - 8.3.2 企业主要产品分析
 - 8.3.3 企业竞争优势分析
 - 8.3.4 企业经营状况分析
- 8.4 新华锦（青岛）即墨老酒有限公司
 - 8.4.1 企业发展基本情况
 - 8.4.2 企业主要产品分析
 - 8.4.3 企业竞争优势分析
 - 8.4.4 企业经营状况分析
- 8.5 江苏张家港酿酒集团公司
 - 8.5.1 企业发展基本情况
 - 8.5.2 企业主要产品分析
 - 8.5.3 企业竞争优势分析
 - 8.5.4 企业经营状况分析
- 8.6 绍兴女儿红酿酒有限公司
 - 8.6.1 企业发展基本情况
 - 8.6.2 企业主要产品分析
 - 8.6.3 企业竞争优势分析
 - 8.6.4 企业经营状况分析
- 8.7 安徽省古南丰酒业有限公司
 - 8.7.1 企业发展基本情况
 - 8.7.2 企业主要产品分析
 - 8.7.3 企业竞争优势分析
 - 8.7.4 企业经营状况分析

8.8 善好酒业集团有限公司

8.8.1 企业发展基本情况

8.8.2 企业主要产品分析

8.8.3 企业竞争优势分析

8.8.4 企业经营状况分析

8.9 南通白蒲黄酒有限公司

8.9.1 企业发展基本情况

8.9.2 企业主要产品分析

8.9.3 企业竞争优势分析

8.9.4 企业经营状况分析

8.10 无锡市振太酒业有限公司

8.10.1 企业发展基本情况

8.10.2 企业主要产品分析

8.10.3 企业竞争优势分析

8.10.4 企业经营状况分析

第九章 2020-2026年中国黄酒行业发展趋势与前景分析

9.1 2020-2026年中国黄酒市场发展前景

9.1.1 2020-2026年黄酒市场发展潜力

9.1.2 2020-2026年黄酒市场发展前景展望

9.1.3 2020-2026年黄酒细分行业发展前景分析

9.2 2020-2026年中国黄酒市场发展趋势预测

9.2.1 2020-2026年黄酒行业发展趋势

9.2.2 2020-2026年黄酒市场规模预测

9.2.3 2020-2026年黄酒行业应用趋势预测

9.2.4 2020-2026年细分市场发展趋势预测

9.3 2020-2026年中国黄酒行业供需预测

9.3.1 2020-2026年中国黄酒行业供给预测

9.3.2 2020-2026年中国黄酒行业需求预测

9.3.3 2020-2026年中国黄酒供需平衡预测

9.4 影响企业生产与经营的关键趋势

9.4.1 行业发展有利因素与不利因素

9.4.2 市场整合成长趋势

9.4.3 需求变化趋势及新的商业机遇预测

9.4.4 企业区域市场拓展的趋势

9.4.5 科研开发趋势及替代技术进展

9.4.6 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十章 2020-2026年中国黄酒行业投资前景

10.1 黄酒行业投资现状分析

10.1.1 黄酒行业投资规模分析

10.1.2 黄酒行业投资资金来源构成

10.1.3 黄酒行业投资项目建设分析

10.1.4 黄酒行业投资资金用途分析

10.1.5 黄酒行业投资主体构成分析

10.2 黄酒行业投资特性分析

10.2.1 黄酒行业进入壁垒分析

10.2.2 黄酒行业盈利模式分析

10.2.3 黄酒行业盈利因素分析

10.3 黄酒行业投资机会分析

10.3.1 产业链投资机会

10.3.2 细分市场投资机会

10.3.3 重点区域投资机会

10.3.4 产业发展的空白点分析

10.4 黄酒行业投资风险分析

10.4.1 行业政策风险

10.4.2 宏观经济风险

10.4.3 市场竞争风险

10.4.4 关联产业风险

10.4.5 产品结构风险

10.4.6 技术研发风险

10.4.7 其他投资风险

10.5 黄酒行业投资潜力与建议

10.5.1 黄酒行业投资潜力分析

10.5.2 黄酒行业最新投资动态

10.5.3 黄酒行业投资机会与建议

第十一章 2020-2026年中国黄酒企业投资战略与客户策略分析

11.1 黄酒企业发展战略规划背景意义

11.1.1 企业转型升级的需要

11.1.2 企业做大做强的需要

11.1.3 企业可持续发展需要

11.2 黄酒企业战略规划制定依据

11.2.1 国家政策支持

11.2.2 行业发展规律

11.2.3 企业资源与能力

11.2.4 可预期的战略定位

11.3 黄酒企业战略规划策略分析

11.3.1 战略综合规划

11.3.2 技术开发战略

11.3.3 区域战略规划

11.3.4 产业战略规划

11.3.5 营销品牌战略

11.3.6 竞争战略规划

11.4 黄酒中小企业发展战略研究

11.4.1 中小企业存在主要问题

- 1、缺乏科学的发展战略
 - 2、缺乏合理的企业制度
 - 3、缺乏现代的企业管理
 - 4、缺乏高素质的专业人才
 - 5、缺乏充足的资金支撑
- 11.4.2 中小企业发展战略思考
- 1、实施科学的发展战略
 - 2、建立合理的治理结构
 - 3、实行严明的企业管理
 - 4、培养核心的竞争实力

5、构建合作的企业联盟

第十二章研究结论及建议

12.1 研究结论

12.2 建议

12.2.1 行业发展策略建议

12.2.2 行业投资方向建议

12.2.3 行业投资方式建议

部分图表目录：

图表：黄酒行业特点

图表：黄酒行业生命周期

图表：黄酒行业产业链分析

图表：2014-2019年黄酒行业市场规模分析

图表：2020-2026年黄酒行业市场规模预测

图表：中国黄酒行业盈利能力分析

图表：中国黄酒行业运营能力分析

图表：中国黄酒行业偿债能力分析

图表：中国黄酒行业发展能力分析

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202006/167143.html>