

2013-2018年中国黄酒市场 深度调研与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2013-2018年中国黄酒市场深度调研与投资前景研究报告》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.bosidata.com/yanjiu1310/501285AWMH.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2013-10-18

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2013-2018年中国黄酒市场深度调研与投资前景研究报告》共十章。首先介绍了黄酒相关概述、中国黄酒市场运行环境等，接着分析了中国黄酒市场发展的现状，然后介绍了中国黄酒重点区域市场运行形势。随后，报告对中国黄酒重点企业经营状况分析，最后分析了中国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。

从黄酒产值来看，2012年月度产值波动较大，2012年12月产值为31.77亿元，处于一年中的中值。从商超渠道的销售情况来看，2012年12月黄酒销售额增速从11月的38.4%回落至14%。

黄酒行业在《中国酿酒行业“十二五”计划和2015年规划》中未来，在行业发展指导思想上，黄酒行业应以国内外市场需求为导向，以结构调整为中心，紧紧依靠科技进步和技术创新，加快以名牌产品为龙头的企业集团和中心企业的发展；加大宣传力度，积极引导消费，全方位开拓国内市场，努力开拓国际市场，增加高质量、高档次黄酒的出口量；在产品结构和产品质量上，应确保原有国优金奖、银奖及行业名牌产品质量；淘汰以食用酒精为主兑制的假冒黄酒；加快开发高档次干型、半干型黄酒和低酒精度清爽黄酒；开发功能型、保健型黄酒新品种；改进产品包装，逐渐淘汰大坛包装，实行全部小包装化，并实现多功能化、系列化。受政策利好的影响，以会稽山为代表的黄酒龙头企业将加大行业整合力度，做大做强中国的黄酒企业。

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 2012-2013年中国黄酒业发展分析

2.1 2012-2013年中国黄酒行业总体发展状况

2.1.1 中国黄酒产业的发展优势

2.1.2 中国黄酒行业发展回顾

2.1.3 中国黄酒行业发展现状

2.1.4 国内黄酒行业发展特点

2.1.5 精神蜕变促使黄酒行业走向成熟期

2.1.6 黄酒行业发展机遇与挑战并存

2.2 2012-2013年中国黄酒行业的发展

2.2.1 2011年我国黄酒行业发展提速

2.2.2 2012年我国黄酒行业运行分析

2.2.3 2013年我国黄酒行业发展现状

2.3 2012-2013年中国黄酒进出口数据分析

2.3.1 2011年1-12月中国黄酒进出口数据分析

2.3.2 2012年1-12月中国黄酒进出口数据分析

2.3.3 2013年中国黄酒进出口数据分析

2.4 中国黄酒行业发展存在的问题寂寞对策

第三章 2012-2013年中国黄酒市场分析

3.1 2012-2013年中国黄酒市场综述

3.1.1 中国黄酒市场品牌格局

3.1.2 黄酒市场迎来品牌时代

3.1.3 我国黄酒市场频频涨价

3.1.4 黄酒市场步入发展黄金期

3.1.5 中国南北黄酒市场差距大

3.1.6 中国黄酒在日本和俄罗斯市场深受青睐

3.2 2012-2013年中国黄酒市场消费分析

3.2.1 黄酒符合市场消费潮流

3.2.2 夏季黄酒消费逐渐成风尚

- 3.2.3 清爽型黄酒渐成现代消费主流
- 3.2.4 黄酒市场消费瓶颈
- 3.2.5 引导黄酒市场消费经验借鉴
- 3.2.6 未来黄酒消费量有望大幅增长
- 3.2.7 黄酒市场消费趋势分析
- 3.3 2012-2013年中国黄酒市场竞争分析
 - 3.3.1 黄酒市场竞争环境及现状分析
 - 3.3.2 黄酒市场竞争格局分析
 - 3.3.3 我国黄酒市场竞争状况分析
 - 3.3.4 防止黄酒市场走向寡头垄断的策略
 - 3.3.5 提升黄酒业核心竞争力的措施
 - 3.3.6 中国黄酒市场未来竞争趋势
- 3.4 黄酒“价值回归”分析
 - 3.4.1 黄酒价值回归的重要意义
 - 3.4.2 产品升级促进黄酒价值回归
 - 3.4.3 原酒营销推动黄酒价值回归
 - 3.4.4 产品价值创新是黄酒价值回归的重要途径
 - 3.4.5 “变身”金融理财产品助推黄酒价值回归
- 3.5 中国黄酒市场运行策略建议
 - 3.5.1 我国黄酒市场品牌定位途径分析
 - 3.5.2 黄酒市场实现从区域向全国突围的关键点
 - 3.5.3 我国黄酒企业发展方向
 - 3.5.4 我国中小型黄酒企业突围战略分析

第四章 中国黄酒制造行业财务状况

- 4.1 中国黄酒制造行业经济规模
 - 4.1.1 2010-2013年黄酒制造业销售规模
 - 4.1.2 2010-2013年黄酒制造业利润规模
 - 4.1.3 2010-2013年黄酒制造业资产规模
- 4.2 中国黄酒制造行业盈利能力指标分析
 - 4.2.1 2010-2013年黄酒制造业亏损面
 - 4.2.2 2010-2013年黄酒制造业销售毛利率

- 4.2.3 2010-2013年黄酒制造业成本费用利润率
- 4.2.4 2010-2013年黄酒制造业销售利润率
- 4.3 中国黄酒制造行业营运能力指标分析
 - 4.3.1 2010-2013年黄酒制造业应收账款周转率
 - 4.3.2 2010-2013年黄酒制造业流动资产周转率
 - 4.3.3 2010-2013年黄酒制造业总资产周转率
- 4.4 中国黄酒制造行业偿债能力指标分析
 - 4.4.1 2010-2013年黄酒制造业资产负债率
 - 4.4.2 2010-2013年黄酒制造业利息保障倍数

第五章 2012-2013年浙江绍兴黄酒业分析

- 5.1 2012-2013年绍兴黄酒行业发展概况
 - 5.1.1 绍兴黄酒业总体分析
 - 5.1.2 绍兴黄酒企业资本构成及管理分析
 - 5.1.3 绍兴黄酒价格变动状况
 - 5.1.4 绍兴黄酒机械化酿造浅析
 - 5.1.5 绍兴黄酒产业包装五大特色探析
- 5.2 2010-2013年绍兴黄酒行业发展分析
 - 5.2.1 2009年绍兴黄酒行业的发展
 - 5.2.2 2010年绍兴黄酒业总体状况
 - 5.2.3 2011年绍兴黄酒出口状况
 - 5.2.4 2012年绍兴黄酒出口状况
- 5.3 绍兴黄酒产业竞争力分析
 - 5.3.1 绍兴黄酒产业竞争力正在逐步弱化
 - 5.3.2 绍兴黄酒产业竞争力弱化的经济学分析
 - 5.3.3 提高绍兴黄酒产业竞争力的政策建议
- 5.4 绍兴黄酒业SWOT分析
 - 5.4.1 优势 (Strength)
 - 5.4.2 劣势 (Weakness)
 - 5.4.3 机遇 (Opportunity)
 - 5.4.4 威胁 (Threat)
- 5.5 绍兴黄酒行业发展存在的问题及原因分析

- 5.5.1 市场份额低
- 5.5.2 销售区域性明显
- 5.5.3 出现新老消费断层现象
- 5.5.4 受到新兴替代产品的威胁
- 5.5.5 科技及营销综合实力较低
- 5.5.6 原因分析
- 5.6 绍兴黄酒行业的发展策略
 - 5.6.1 绍兴黄酒产业的发展对策
 - 5.6.2 推进绍兴黄酒行业发展的措施
 - 5.6.3 绍兴黄酒应积极推动品牌的发展
 - 5.6.4 基于SWOT分析对绍兴黄酒业发展的建议
 - 5.6.5 绍兴黄酒行业电子商务发展之道

第六章 2012-2013年黄酒业其他区域分析

- 6.1 上海
- 6.2 江苏
- 6.3 福建
- 6.4 北京
- 6.5 河南

第七章 2012-2013年黄酒业营销分析

- 7.1 2012-2013年中国黄酒行业营销综述
 - 7.1.1 我国黄酒行业的主要盈利模式
 - 7.1.2 我国黄酒行业营销的新变化
 - 7.1.3 黄酒行业营销模式发生转变
 - 7.1.4 黄酒行业情景营销分析
 - 7.1.5 绍兴黄酒采用现代新型营销方式
 - 7.1.6 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 我国黄酒市场营销对策
 - 7.3.2 黄酒营销方式转变策略
 - 7.3.3 黄酒产业的情感营销策略
 - 7.3.4 新进黄酒品牌进军市场的营销策略
 - 7.3.5 黄酒市场淡季创新营销策略
 - 7.3.6 黄酒体验营销方式借鉴
 - 7.3.7 黄酒行业终端营销对策建议

第八章 黄酒行业投资分析

- 8.1 投资现状及机会
 - 8.1.1 黄酒成为市场投资热点
 - 8.1.2 黄酒行业吸引业外资本进入
 - 8.1.3 黄酒原酒投资分析
 - 8.1.4 绍兴黄酒成金融投资品
 - 8.1.5 黄酒产业面临投资机遇
 - 8.1.6 投资回报巨大
- 8.2 投资风险及建议
 - 8.2.1 投资风险较小
 - 8.2.2 黄酒行业进入壁垒分析
 - 8.2.3 黄酒行业投资需谨慎

第九章 黄酒行业发展前景预测

- 9.1 黄酒行业未来发展趋势
 - 9.1.1 黄酒行业面临三大发展机遇
 - 9.1.2 黄酒行业发展潜力巨大
 - 9.1.3 2015年黄酒行业调整和发展的重点
 - 9.1.4 我国黄酒行业技术发展方向
- 9.2 “十二五”期间中国黄酒产业发展规划

- 9.2.1 发展环境
- 9.2.2 发展思路
- 9.2.3 主要任务
- 9.3 2013-2018年中国黄酒制造业预测分析
 - 9.3.1 影响中国黄酒制造业发展的因素分析
 - 9.3.2 2013-2018年中国黄酒制造行业产品销售收入预测
 - 9.3.3 2013-2018年中国黄酒制造行业利润总额预测
 - 9.3.4 2013-2018年中国黄酒制造行业产值预测

第十章 中国黄酒行业重点企业分析

- 10.1 浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司
 - 10.1.1 公司简介
 - 10.1.2 公司竞争力分析
- 10.2 上海金枫酒业股份有限公司
 - 10.2.1 公司简介
 - 10.2.2 公司竞争力分析
- 10.3 中国绍兴黄酒集团有限公司
- 10.4 山东即墨黄酒厂
- 10.5 上海冠生园华光酿酒药业有限公司
- 10.6 浙江嘉善黄酒股份有限公司
- 10.7 绍兴女儿红酿酒有限公司
- 10.8 南通白蒲黄酒有限公司
- 10.9 沁阳市聚珍酒厂
- 10.10 湖南酃醪酒业有限公司
- 10.11 乌毡帽酒业有限公司
- 10.12 义乌市丹溪酒业有限公司
- 10.13 福建南湖酒业有限公司
- 10.14 福建惠泽龙酒业有限公司
- 10.15 安徽海神黄酒集团有限公司
- 10.16 上海皇家酿酒有限公司
- 10.17 北京忠和酒业有限公司
- 10.18 绍兴市枫桥酒厂

- 10.19 中粮绍兴酒有限公司
- 10.20 T.C.C宁波佳酿有限公司
- 10.21 宁波郑万利酿酒有限公司
- 10.22 浙江东海酒业有限公司

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2012年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2012年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2013年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2013年中国GDP增速预测

图表：略……

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/yanjiu1310/501285AWMH.html>