



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2013-2018年中国黄酒行业市场 深度分析与投资前景预测报告

# 一、调研说明

《2013-2018年中国黄酒行业市场深度分析与投资前景预测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/232748.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

白酒价格偏高、消费过度、负面效应多等已为世人诟病，2013年以来中央对三公消费的限制，以及各地纷纷出台的禁酒令，严重打压了高端的政务消费，白酒行业性增速放缓。相反，黄酒为开发严重不足、规模很小的营养健康型酒种，且主要为大众消费，消费刚性高于白酒；同时相比于白酒和葡萄酒而言，其价格相对较便宜，因此黄酒消费基本不受政府"三公"消费限制；

黄酒以其悠久的历史，较强的民族特色性、较高的营养价值以及低耗粮性一直受到国家和地方政策的双重支持。在国家发改委和工信部联合制定的《食品工业十二五规划》中已明确指出要扩大黄酒行业干型、半干型产品产量，并鼓励黄酒企业研发适宜北方地区的创新产品。除此之外，黄酒的税负也是所有酒种中最低的，如白酒按"0.5元/斤从量+20%从价"双重征税，啤酒吨酒价格3000元以下按220元/吨征收，3000元以上250元/吨，葡萄酒按10%从价计征消费税，而黄酒消费税仅为240元/吨，吨酒价格10万元以上的高端产品税负不足同档次白酒和葡萄酒的1/10。因此随着酒业时空转化的深化、黄酒消费区域以及消费人群的稳步扩增、黄酒营养健康价值逐渐被消费者熟知，以及黄酒在政商消费领域的突破，我们有理由相信黄酒行业将会迎来快速发展的崭新历史时期。

《2013-2018年中国黄酒行业市场深度分析与投资前景预测报告》旨在为投资者或企业管理者提供一个关于黄酒产品的投资及其市场前景的深度分析，为投资者和企业管理人传递正确的投资经营理念和选择，提供一个中立、全面的投资指南手册，为黄酒产品市场投资提供一个可供参照的标准。从而可以科学的帮助企业取得较高的收益。报告在全面系统分析黄酒产品市场的基础上，按照专业的投资评估方法，站在第三方角度客观公正地对黄酒产品的投资进行评价。为企业的投资决策提供了重要的依据。

本报告详述了黄酒产品的行业概况、市场发展现状及黄酒产品市场发展预测（未来五年市场供需及市场发展趋势），并且在研究黄酒市场竞争、原材料、客户分析的基础上，对黄酒行业投资前景及投资价值进行了研究，并提出了我们对黄酒产品投资的建议。

本报告以定量研究为主，定量与定性研究相结合的方法，深入挖掘数据蕴含的内在规律和潜在信息，采用统计图表等多种形式将研究结果清晰、直观的展现出来，多方位、多角度保证了报告内容的系统性和完整性，为企业的发展和对黄酒的投资提供了决策依据。

### 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

第二章2013年我国黄酒行业发展现状

第一节我国黄酒行业发展概述

一、我国黄酒市场特征

二、我国黄酒业动力与压力并存

三、"概念"经济被黄酒行业效仿

四、黄酒文化创新演变成简单的"复古"

第二节我国黄酒行业发展现状分析

一、国家政策优化黄酒发展大环境

二、黄酒价值被市场低估

三、黄酒借世博拓市场

四、会展经济助推黄酒业腾飞

五、中国黄酒流行日本市场

六、资本力量垒就中国黄酒产业高地

第三节我国黄酒企业发展现状

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

第四节黄酒高端化生存分析

第五节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

第三章2013年中国黄酒市场运行分析

第一节2011年中国黄酒市场分析

一、2011年全国黄酒产量

二、2011年全国黄酒进口

三、2011年全国黄酒出口

四、2011年全国黄酒消费量

五、2011年全国黄酒制造行业企业排名（按销售收入）

第二节2012年中国黄酒市场分析

一、2012年全国黄酒产量

二、2012年全国黄酒进口

三、2012年全国黄酒出口

四、2012年全国黄酒消费量

第三节2013年全国黄酒市场分析

一、2013年全国黄酒产量

二、2013年全国黄酒进出口分析

三、2013年全国黄酒消费量

第四章2013年中国黄酒创新分析

第一节金融危机下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

## 第五章2013年我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

# 第六章2013年我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、机械化酿造是绍兴黄酒发展的方向
- 四、品牌让绍兴黄酒插上腾飞的翅膀
- 五、绍兴黄酒在洗礼中崛起

## 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

## 第七章2013年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

## 第八章2013年我国部分重点企业分析

### 第一节浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、企业经营状况分析
- 四、2013-2018年公司发展战略分析

### 第二节上海金枫酒业股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、企业经营状况分析
- 四、2013-2018年公司发展战略分析

### 第三节湖南胜景山河生物科技股份有限公司

- 一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营状况分析

四、2013-2018年公司发展战略分析

第四节浙江善好酒业集团有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营状况分析

四、2013-2018年公司发展战略分析

第五节中粮绍兴酒有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营状况分析

四、2013-2018年公司发展战略分析

第六节山东即墨黄酒厂

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营状况分析

四、2013-2018年公司发展战略分析

第七节浙江嘉善黄酒股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营状况分析

四、2013-2018年公司发展战略分析

第八节江苏张家港酿酒集团公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营状况分析

四、2013-2018年公司发展战略分析

第九章2013年我国黄酒行业投资分析

第一节黄酒产业投资特性

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

# 第十章2013年我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

## 第二节黄酒从区域走向全国的对策

一、品牌力

二、产品力

三、招商力

四、动销力

## 第三节中国黄酒品牌发展战略

## 第四节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

## 第五节黄酒企业发展高端市场的策略

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

## 第六节黄酒品牌注入活力的对策

- 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

#### 第五节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：<https://www.icandata.com/view/232748.html>

## 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

## 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

#### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。