



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2017-2022年中国黄酒市场发展 现状及战略咨询报告

## 一、调研说明

《2017-2022年中国黄酒市场发展现状及战略咨询报告》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/285723.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

黄酒是用谷物作原料，用麦曲或小曲做糖化发酵剂制成的酿造酒。在历史上，黄酒的生产原料在北方以粟或者黍（粟：俗称小米学名：Setaria italica，中国古称"稷"。黍：又称黄米，是去了壳的黍子的果实，比小米稍大，颜色淡黄。）。在南方，普遍用稻米（尤其是糯米为最佳原料）为原料酿造黄酒。由于宋代开始，政治、文化、经济中心的南移，黄酒的生产局限于南方数省，南宋时期，烧酒开始生产，元朝开始在北方得到普及，北方的黄酒生产逐渐萎缩，南方人饮烧酒者不如北方普遍，在南方，黄酒生产得以保留，在清朝时期，南方绍兴一带的黄酒称雄国内外。黄酒生产主要集中于浙江、江苏、上海、福建、江西和广东、安徽等地，山东、陕西、大连、河南鹤壁等地也有少量生产。

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 2016年中国黄酒行业市场发展环境解析

### 第一节 2016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 2016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、2016年黄酒行业将不断完善标准体系

### 第三节 2016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 2016年中国黄酒行业发展现状分析

### 第一节 2016年中国黄酒行业发展概述

一、我国黄酒市场特征

二、中国黄酒发展驱动力分析

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”

## 五、我国黄酒业动力与压力并存

### 第二节 2016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 2016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 2016年中国黄酒高端化生存分析

### 第五节 2016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 2016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 2014-2016年中国黄酒制造行业数据监测分析

### 第一节 2014-2016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 2016年一季度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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016年中国黄酒产量统计分析

### 第一节 2014-2015年全国黄酒产量分析

### 第二节 2016年主要省份黄酒产量分析

### 第三节 2016年黄酒产量集中度分析

## 第六章 2014-2016年中国黄酒（22060000）进出口数据监测分析

### 第一节 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016年中国黄酒进出口平均单价分析

### 第四节 2014-2016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 2016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 2016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 2016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 2016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 2016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
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

### 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

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

### 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

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

### 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

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

### 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

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

### 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

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

### 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

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

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

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十二章 2017-2022年中国黄酒行业投资潜力分析

第一节 2017-2022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 2017-2022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 2017-2022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 2017-2022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 2017-2022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 2017-2022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 2017-2022年中国黄酒品牌发展战略

### 第四节 2017-2022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 2017-2022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 2017-2022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 2017-2022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 2017-2022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

部分图表目录：

图表：2005-2016年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2016年中国三产业增加值结构图

图表：2009-2016年中国CPI、PPI月度走势图

图表：2005-2016年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2005-2016年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：1978-2016年中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表：1978-2016年中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2005-2016年中国工业增加值增长趋势图

图表：2009-2016年我国工业增加值分季度增速

图表：2005-2016年我国全社会固定资产投资额走势图

图表：2005-2016年我国城乡固定资产投资额对比图

图表：2005-2016年我国财政收入支出走势图

图表：2009-2016年人民币兑美元汇率中间价

图表：2009-2016年中国货币供应量统计表 单位：亿元

图表：2016年中国货币供应量月度增速走势图

图表：2001-2016年中国外汇储备走势图

图表：2008-2016年央行利率调整统计表

图表：我国历年存款准备金率调整情况统计表

图表：2005-2016年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2005-2016年我国货物进出口总额走势图

图表：2005-2016年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2005-2016年中国就业人数走势图

图表：2005-2016年中国城镇就业人数走势图

图表：1978-2016年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表：1978-2016年我国总人口数量增长趋势图

图表：2016年人口数量及其构成

图表：2005-2016年我国普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数走势图

图表：2001-2016年我国广播和电视节目综合人口覆盖率走势图

图表：1978-2016年中国城镇化率走势图

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/285723.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提供专业投资咨询报告、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。