

2012-2016年中国黄酒（米酒）市场评估与投资策略研究报告

报告目录及图表目录

一、报告报价

《2012-2016年中国黄酒（米酒）市场评估与投资策略研究报告》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.chinairr.org/report/R07/R0701/201208/03-104706.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

2011年，全国黄酒产量完成310万千升，创历史新高；经济效益指标也呈两位数大幅攀升，主营业务收入同比增长21.71%，利润同比增长46.30%。

从2004年黄酒产量占全国饮料酒比重不足3%，到2011年突破300万千升，几年间黄酒产量翻番激增，黄酒的蛋糕越做越大。以前的小而散、作坊式黄酒生产局面正在发生根本改变，涌现出一批实力强、产量大的黄酒“航母”。目前，产能超过10万千升的有古越龙山、会稽山、金枫3家，超过5万千升的有塔牌、沙洲优黄等5家，超过1万千升的达到20家。古越龙山年份酒库藏能力达25万千升，创吉尼斯世界纪录。据业内人士预测，“十二五”期间，我国黄酒产业将呈加速发展态势，到2015年，黄酒总产量有望突破500万千升，可与白酒分得半壁江山。

中国产业研究报告网发布的《2012-2016年中国黄酒（米酒）市场评估与投资策略研究报告》共十三章。首先介绍了黄酒相关概述、中国黄酒行业运行环境等，接着分析了中国黄酒行业运行的现状，然后介绍了中国黄酒行业市场竞争态势。随后，报告对中国黄酒行业做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国黄酒行业前景预测。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家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。

第一章 黄酒相关概述

第一节 黄酒基础概述

一、黄酒的起源发展与文化

二、黄酒的名称与种类

1、按原料和酒曲分

2、按生产方法分

3、按含糖量分

4、按其它方式分

三、黄酒特色与营养价值

第二节 黄酒的酿造

一、黄酒酿造的原料

二、黄酒的生产工艺

第三节 黄酒的鉴赏与品味

第四节 黄酒行业快速发展的基因

- 1、物质基因
- 2、精神基因
- 3、文化基因

第二章 2012年中国黄酒行业运行环境分析

第一节 国内宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2012年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2012年中国黄酒产业政策环境分析

- 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

第三节 2012年中国黄酒行业社会环境分析

第三章 2012年中国黄酒行业运行形势解析

第一节 2012年中国黄酒产业动态分析

- 一、中国黄酒掀起多肽革命
- 二、全国第一个黄酒学院筹建

第二节 2012年中国黄酒产业运行概况

- 一、中国黄酒特色分析
- 二、中国黄酒发展驱动力分析
- 三、政策扶持有利于黄酒业低成本扩张
- 四、营养和文化是黄酒业的两大支点
- 五、黄酒在中国整个酿酒业中所占份额不大
- 六、黄酒产业欲借会展经济助自身发展

第三节 2012年中国黄酒企业运行状况分析

- 一、中国黄酒企业迎来发展契机
- 二、黄酒企业纷纷发力全国市场
- 三、黄酒企业营销不应拘泥于标准
- 四、解析黄酒企业的盈利模式
- 五、浅析高端黄酒企业的策略与出路

第四节 2012年中国黄酒产业热点问题探讨

- 一、中国黄酒市场大而不强
- 二、黄酒行业发展依然存在瓶颈
- 三、黄酒市场发存在局限性分析
- 四、黄酒企业亟需解决的六个问题
- 五、我国黄酒行业标准不统一

第五节 2012年中国黄酒行业发展对策分析

- 一、解析中国黄酒业走出困境的策略
- 二、中国黄酒企业亟需突破区域限制
- 三、振兴中国黄酒行业的具体措施
- 四、黄酒业发展需要重新整合
- 五、我国黄酒行业发展应遵从多样化原则
- 六、我国黄酒行业应走好技术创新之路

第四章 2009-2011年中国黄酒制造行业数据监测分析

第一节 2009-2011年中国黄酒制造行业总体数据分析

- 一、2009年中国黄酒制造行业全部企业数据分析
- 二、2010年中国黄酒制造行业全部企业数据分析
- 三、2011年中国黄酒制造行业全部企业数据分析

第二节 2009-2011年中国黄酒制造行业不同规模企业数据分析

- 一、2009年中国黄酒制造行业不同规模企业数据分析
- 二、2010年中国黄酒制造行业不同规模企业数据分析
- 三、2011年中国黄酒制造行业不同规模企业数据分析

第三节 2009-2011年中国黄酒制造行业不同所有制企业数据分析

- 一、2009年中国黄酒制造行业不同所有制企业数据分析
- 二、2010年中国黄酒制造行业不同所有制企业数据分析

三、2011年中国黄酒制造行业不同所有制企业数据分析

第五章 2009-2012年中国黄酒产量数据统计分析

第一节 2009-2011年中国黄酒产量数据分析

一、2009-2011年黄酒产量数据分析

二、2009-2011年黄酒重点省市数据分析

第二节 2012年中国黄酒产量数据分析

一、2012年全国黄酒产量数据分析

二、2012年黄酒重点省市数据分析

第三节 2012年中国黄酒产量增长性分析

一、产量增长

二、集中度变化

第六章 2012年中国黄酒市场深度剖析

第一节 2012年中国黄酒市场热点聚焦

一、金枫酒业成世博会黄酒行业项目赞助商

二、房地产商介入黄酒行业

三、黄酒文化节庆活动异彩纷呈，助推黄酒发展

第二节 2012年中国黄酒市场运行状况分析

一、黄酒市场由江浙沪向全国范围扩延

二、中国黄酒占领日本黄酒市场

三、四大问题阻碍黄酒市场突破性增长

四、中国黄酒市场品牌格局

第三节 2012年中国黄酒市场消费行为分析

一、黄酒符合市场消费潮流

二、夏季黄酒消费逐渐成风尚

三、清爽型黄酒渐成现代消费主流

四、国内黄酒消费市场的分布

五、黄酒消费回归“纯正”

六、消费升级影响黄酒业发展

七、解析制约黄酒消费的瓶颈

八、黄酒行业应积极扩增市场消费

第七章 2012年中国黄酒市场消费能力调查分析

第一节 2012年中国黄酒市场消费能力分析

- 一、中国黄酒产品购买要素构成分析
- 二、黄酒产品替代产品威胁分析
- 三、主要消费领域消费能力对比分析
- 四、中国黄酒市场区域消费能力对比分析
- 五、黄酒企业尝试占领年轻群体市场

第二节 2012年影响中国黄酒市场消费能力主要因素分析

- 一、购买者的购买目的及主要用途
- 二、购买者的购买次数及地点选择
- 三、购买者品牌了解渠道分析

第八章 2012年中国黄酒市场营销解析

第一节 2012年中国黄酒行业营销现状

- 一、黄酒品牌经营迫在眉睫
- 二、黄酒行业的主要营销渠道
- 三、黄酒行业营销抢占特通渠道

第二节 2012年中国黄酒行业电子商务营销模式分析

- 一、我国黄酒行业的主要盈利模式
- 二、黄酒行业情景营销分析
- 三、黄酒业建立电子商务营销模式的优势
- 四、黄酒行业电子商务销售模式的内容
- 五、电子商务营销模式存在的风险及问题

第三节 我国黄酒业网络营销分析

- 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

第四节 2012年中国黄酒行业营销问题探讨

- 一、试析黄酒行业营销中的主要问题

- 二、黄酒行业传统销售模式存在的问题
- 三、国内黄酒品牌营销误区解析
- 四、黄酒营销实践存在误区
- 五、黄酒营销应防范无利润“黑洞”
- 第五节 2012年中国黄酒行业营销对策分析
 - 一、黄酒淡季营销——亮剑三招
 - 二、黄酒营销,抓共性还是强个性
 - 三、浅谈黄酒广告创新
 - 四、黄酒企业破局的营销战略
 - 五、我国黄酒行业应积极建设标准化营销体系
 - 六、黄酒市场营销应坚持“五度”新思路
 - 七、黄酒行业终端营销对策建议

第九章 2012年中国黄酒行业市场竞争态势分析

第一节 2012年中国黄酒品牌及竞争状况分析

- 一、黄酒市场期待有序竞争
- 二、中国黄酒市场已呈现“三分天下”之势
- 三、黄酒行业竞争阶段分析
- 四、提升黄酒市场竞争力的策略分析
- 五、未来黄酒市场的竞争核心是品牌
- 六、我国黄酒市场SWOT分析

第二节 2012年中国黄酒企业竞争态势与行为分析

- 一、国有企业竞争力与走向
- 二、民营企业扩张与份额
- 三、主要品牌与海外扩张

第三节 2012年中国黄酒提升竞争力策略分析

- 一、我国黄酒市场品牌定位途径分析
- 二、我国中小型黄酒企业突围战略分析
- 三、黄酒市场实现从区域向全国突围的关键点

第十章 2012年中国黄酒重点产区析

第一节 绍兴

- 一、绍兴黄酒行业发展状况
- 二、绍兴黄酒业用品质说话
- 三、解析绍兴黄酒生产的“精准控制”
- 四、浅析绍兴黄酒业营销的核心症结
- 五、绍兴黄酒市场繁荣依旧

第二节 上海

- 一、上海黄酒品牌发展的格局
- 二、上海黄酒市场产销分析
- 三、上海市场黄酒销量增长迅速
- 四、上海黄酒市场竞争激烈

第三节 江苏

- 一、江苏黄酒行业发展状况
- 二、苏派黄酒企业发展面临困境
- 三、苏派黄酒企业发展的出路

第四节 北京

- 一、北京黄酒市场规模及消费状况
- 二、北京黄酒市场环境分析
- 三、北京黄酒市场品牌格局分析
- 四、北京黄酒市场的拓展方略

第五节 其他地区

- 一、广东黄酒市场的品牌格局
- 二、福建黄酒业机遇与挑战并存
- 三、杭州黄酒市场发展状况
- 四、成都黄酒市场的发展态势

第十一章 2012年中国黄酒重点企业竞争力与关键性财务分析

第一节 浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司（600059）

- 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 浙江中国轻纺城集团股份有限公司（600790）

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 上海金枫酒业股份有限公司（600616）

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 浙江塔牌绍兴酒厂

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

第六节 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

第七节 江苏张家港酿酒集团公司

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 绍兴女儿红酿酒有限公司

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

第十二章 2012-2016年中国黄酒行业前景趋势分析

第一节 2012-2016年中国黄酒行业前景预测分析

一、未来黄酒市场的需求潜力大

二、黄酒行业发展前景展望

三、中国黄酒市场规模预测

四、未来黄酒行业发展空间广阔

五、2015年黄酒行业调整 and 发展的重点

第二节 2012-2016年中国黄酒行业发展趋势分析

一、浅析黄酒行业的主要发展趋势

二、未来黄酒市场发展趋势良好

三、功能性低度黄酒发展前途无限

四、我国黄酒西酿造工艺与技术发展方向

第三节 2012-2016年中国黄酒行业市场预测分析

- 一、2012-2016年中国黄酒产量预测分析
- 二、2012-2016年中国黄酒销售情况预测分析
- 三、2012-2016年中国黄酒进出口贸易预测分析
- 第四节 2012-2016年中国黄酒市场盈利预测

第十三章 2012-2016年中国黄酒行业投资前景预测分析

第一节 2012-2016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 黄酒产业投资优势

- 一、发展前景广阔
- 二、投资回报巨大
- 三、投资风险较小

第三节 2012-2016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、黄酒消费：收入效应 > 替代效应
- 三、高档黄酒具有发展空间
- 四、陈年黄酒受投资者青睐

第四节 2012-2016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

第五节 专家投资建议

图标目录：（部分）

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：2011年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2011年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2012年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2012年中国GDP增速预测

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：浙江中国轻纺城集团股份有限公司主要经济指标走势图

图表：浙江中国轻纺城集团股份有限公司经营收入走势图

图表：浙江中国轻纺城集团股份有限公司盈利指标走势图

图表：浙江中国轻纺城集团股份有限公司负债情况图

图表：浙江中国轻纺城集团股份有限公司负债指标走势图

图表：浙江中国轻纺城集团股份有限公司运营能力指标走势图

图表：浙江中国轻纺城集团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：中国绍兴黄酒集团有限公司主要经济指标走势图

图表：中国绍兴黄酒集团有限公司经营收入走势图

图表：中国绍兴黄酒集团有限公司盈利指标走势图

图表：中国绍兴黄酒集团有限公司负债情况图

图表：中国绍兴黄酒集团有限公司负债指标走势图

图表：中国绍兴黄酒集团有限公司运营能力指标走势图

图表：中国绍兴黄酒集团有限公司成长能力指标走势图

图表：浙江塔牌绍兴酒厂主要经济指标走势图

图表：浙江塔牌绍兴酒厂经营收入走势图

图表：浙江塔牌绍兴酒厂盈利指标走势图

图表：浙江塔牌绍兴酒厂负债情况图

图表：浙江塔牌绍兴酒厂负债指标走势图

图表：浙江塔牌绍兴酒厂运营能力指标走势图

图表：浙江塔牌绍兴酒厂成长能力指标走势图

图表：浙江嘉善黄酒股份有限公司主要经济指标走势图

图表：浙江嘉善黄酒股份有限公司经营收入走势图

图表：浙江嘉善黄酒股份有限公司盈利指标走势图

图表：浙江嘉善黄酒股份有限公司负债情况图

图表：浙江嘉善黄酒股份有限公司负债指标走势图

图表：浙江嘉善黄酒股份有限公司运营能力指标走势图

图表：浙江嘉善黄酒股份有限公司成长能力指标走势图

图表：江苏张家港酿酒集团公司主要经济指标走势图

图表：江苏张家港酿酒集团公司经营收入走势图

图表：江苏张家港酿酒集团公司盈利指标走势图

图表：江苏张家港酿酒集团公司负债情况图

图表：江苏张家港酿酒集团公司负债指标走势图

图表：江苏张家港酿酒集团公司运营能力指标走势图

图表：江苏张家港酿酒集团公司成长能力指标走势图

图表：绍兴女儿红酿酒有限公司主要经济指标走势图

图表：绍兴女儿红酿酒有限公司经营收入走势图

图表：绍兴女儿红酿酒有限公司盈利指标走势图

图表：绍兴女儿红酿酒有限公司负债情况图

图表：绍兴女儿红酿酒有限公司负债指标走势图

图表：绍兴女儿红酿酒有限公司运营能力指标走势图

图表：绍兴女儿红酿酒有限公司成长能力指标走势图

通过《2012-2016年中国黄酒（米酒）市场评估与投资策略研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R07/R0701/201208/03-104706.html>