

2015-2020年中国黄酒市场监测及投资前景分析报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2015-2020年中国黄酒市场监测及投资前景分析报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/164129.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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、报告目录及图表目录

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 2014年中国黄酒业发展分析

2.1 2014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 2012-2014年中国黄酒行业的发展

2.2.1 我国黄酒行业取得长足进步

2.2.2 我国黄酒行业发展提速

2.2.3 2014年我国黄酒行业发展概况

2.3 2012-2014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及建议

第三章 2014年中国黄酒市场分析

3.1 中国黄酒市场品牌格局

3.2 2014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 2014年我国黄酒市场竞争状况分析

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 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 2012-2014年黄酒制造业销售规模

4.1.2 2012-2014年黄酒制造业利润规模

4.1.3 2012-2014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 2012-2014年黄酒制造业亏损面

4.2.2 2012-2014年黄酒制造业销售毛利率

4.2.3 2012-2014年黄酒制造业成本费用利润率

4.2.4 2012-2014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 2012-2014年黄酒制造业应收账款周转率

4.3.2 2012-2014年黄酒制造业流动资产周转率

4.3.3 2012-2014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 2012-2014年黄酒制造业资产负债率

4.4.2 2012-2014年黄酒制造业利息保障倍数

第五章 2014年浙江绍兴黄酒业分析

- 5.1 2014年绍兴黄酒行业发展概况
- 5.2 2012-2014年绍兴黄酒行业发展分析
- 5.3 绍兴黄酒产业竞争力分析
- 5.4 绍兴黄酒业SWOT分析
- 5.5 绍兴黄酒行业发展存在的问题及原因分析
- 5.6 绍兴黄酒行业电子商务发展之道

第六章 2014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 2014年黄酒业营销分析

- 7.1 2014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 and 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 2015-2020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 2015-2020年中国黄酒制造行业产品销售收入预测
 - 9.3.3 2015-2020年中国黄酒制造行业利润总额预测
 - 9.3.4 2015-2020年中国黄酒制造行业产值预测

第十章 2014年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 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 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：2014年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2014年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2015年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2015年中国GDP增速预测

略.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/164129.html>