

2027-2033年中国黄酒行业产业链全景剖析及投资建议 规划建议报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2027-2033年中国黄酒行业产业链全景剖析及投资规划建议报告》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/channel/wine/1184743.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

《2027-2033年中国黄酒行业产业链全景剖析及投资规划建议报告》由华经产业研究院研究团队精心研究编制，对黄酒行业发展环境、市场运行现状进行了具体分析，还重点分析了行业竞争格局、重点企业的经营现状，结合黄酒行业的发展轨迹和实践经验，对未来几年行业的发展趋向进行了专业的预判；为企业、科研、投资机构等单位投资决策、战略规划、产业研究提供重要参考。

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。

报告目录：

第一章 黄酒行业发展概述

第一节 黄酒行业定义与分类

- 一、黄酒行业概念界定
- 二、黄酒行业分类体系
- 1、按产品糖度分类（干型黄酒/半干型黄酒/甜型黄酒）
- 2、按原料与工艺分类（糯米黄酒/黍米黄酒/麦曲黄酒）
- 3、按销售渠道分类（商超零售/餐饮渠道/电商渠道）

第二节 黄酒行业发展历程

- 一、依托传统工艺形成区域性消费格局
- 二、头部企业主导高端化产品结构升级
- 三、年轻化产品与省外市场拓展提速

第三节 黄酒行业商业模式分析

- 一、经销代理制覆盖商超与餐饮终端
- 二、直销模式服务团购与定制客户
- 三、电商与直播渠道面向年轻消费者

第四节 黄酒行业进入壁垒分析

- 一、陈酿资源与老酒储备形成时间壁垒
- 二、产地与地理标志使用资格严格受限
- 三、品牌认知与历史文化难以短期建立
- 四、省外渠道建设需要持续资金投入

第五节 黄酒行业退出壁垒分析

- 一、陈酿库存处置与资金回收周期较长
- 二、生产许可与品牌资产转让受到限制

第二章 中国黄酒行业发展环境分析

第一节 中国黄酒行业政策与法律环境分析

- 一、《关于培育传统优势食品产区和地方特色食品产业的指导意见》
- 二、《推动工业领域设备更新实施方案》
- 三、《工业重点行业领域设备更新和技术改造指南》
- 四、《扩大内需战略规划纲要（2022—2035年）》

第二节 中国黄酒行业经济与产业环境分析

- 一、居民消费升级带动中高端酒类需求
- 二、江浙沪食品产业集群支撑配套完善

第三节 中国黄酒行业社会与需求环境分析

- 一、传统文化认同提升带动国潮消费
- 二、低度健康饮酒理念影响消费选择

第四节 中国黄酒行业技术与创新环境分析

- 一、传统酿造工艺与现代化装备加速融合
- 二、数字化管控提升产品品质稳定性

第三章 全球黄酒行业发展现状分析

第一节 2022-2026年全球黄酒产量规模分析

第二节 2022-2026年全球黄酒市场需求分析

第三节 2022-2026年全球黄酒市场规模分析

第四节 2022-2026年全球黄酒价格走势分析

第五节 2022-2026年全球黄酒价格因素分析

第六节 全球黄酒行业区域分布格局

- 一、全球黄酒供给高度集中于中国产区
- 二、海外华人消费支撑出口市场稳定

第七节 全球黄酒行业区域市场发展分析

- 一、亚太地区黄酒行业现状与趋势预测
- 二、北美地区黄酒行业现状与趋势预测
- 三、欧盟地区黄酒行业现状与趋势预测
- 四、其他地区黄酒行业现状与趋势预测

第八节 全球黄酒行业重点区域动态分析

- 一、亚太地区发展动态

- 1、日本市场对绍兴风格黄酒进口需求扩大
- 2、韩国传统米酒消费增长带动发酵酒扩容
- 3、东南亚华人市场支撑黄酒出口稳步增长

二、北美地区发展动态

- 1、美国亚洲餐饮渠道带动黄酒消费增长
- 2、美国华人超市成为黄酒主要销售终端
- 3、北美市场对低度发酵酒接受度提升

三、欧盟地区发展动态

- 1、欧盟市场对低酒度发酵酒需求升温
- 2、西班牙与意大利成为黄酒新兴出口市场
- 3、法国餐饮渠道逐步引入亚洲米酒品类

第四章 中国黄酒行业发展现状分析

第一节 2022-2026年中国黄酒产量规模分析

第二节 中国黄酒行业需求分析

- 一、黄酒需求总量分析
- 二、黄酒需求区域分布格局

第三节 中国黄酒行业市场规模分析

- 一、黄酒市场规模分析
- 二、黄酒规模区域分布格局

第四节 2022-2026年中国黄酒价格走势分析

第五节 2022-2026年中国黄酒价格因素分析

第六节 中国黄酒行业大事件分析

- 一、黄酒行业龙头营收差距收窄且利润格局重塑
- 二、气泡黄酒单品带动年轻化消费快速增长
- 三、闽北黄酒首次出口中国香港地区

第五章 中国黄酒行业进出口贸易分析

第一节 2022-2026年中国黄酒进口分析

- 一、2022-2026年中国黄酒进口数量分析
- 二、2022-2026年中国黄酒进口金额分析
- 三、2022-2026年中国黄酒进口价格分析
- 四、2022-2026年中国黄酒进口来源地分析
- 五、2022-2026年中国黄酒省市进口分析

第二节 2022-2026年中国黄酒出口分析

- 一、2022-2026年中国黄酒出口数量分析
- 二、2022-2026年中国黄酒出口金额分析
- 三、2022-2026年中国黄酒出口价格分析
- 四、2022-2026年中国黄酒出口目的地分析
- 五、2022-2026年中国黄酒省市出口分析

第六章 黄酒行业产业链分析

第一节 黄酒行业产业链图谱分析

第二节 上游产业分析

一、糯米与黍米等酿酒原料分析

- 1、2022-2026年糯米与黍米等酿酒原料发展现状
- 2、2027-2033年糯米与黍米等酿酒原料发展趋势

二、麦曲与酒药等发酵剂分析

- 1、2022-2026年麦曲与酒药等发酵剂发展现状
- 2、2027-2033年麦曲与酒药等发酵剂发展趋势

三、陶坛与玻璃瓶等包装容器分析

- 1、2022-2026年陶坛与玻璃瓶等包装容器发展现状
- 2、2027-2033年陶坛与玻璃瓶等包装容器发展趋势

四、黄酒灌装与陈化设备分析

- 1、2022-2026年黄酒灌装与陈化设备发展现状
- 2、2027-2033年黄酒灌装与陈化设备发展趋势

五、酿造车间自动化控制系统分析

- 1、2022-2026年酿造车间自动化控制系统发展现状
- 2、2027-2033年酿造车间自动化控制系统发展趋势

第三节 下游产业分析

一、餐饮连锁与酒楼渠道分析

- 1、2022-2026年餐饮连锁与酒楼渠道发展现状
- 2、黄酒在餐饮连锁与酒楼渠道的应用分析
- 3、2027-2033年餐饮连锁与酒楼渠道发展趋势

二、家庭消费与宴席场景分析

- 1、2022-2026年家庭消费与宴席场景发展现状
- 2、黄酒在家庭消费与宴席场景的应用分析
- 3、2027-2033年家庭消费与宴席场景发展趋势

三、电商与新零售渠道分析

- 1、2022-2026年电商与新零售渠道发展现状

2、黄酒在电商与新零售渠道的应用分析

3、2027-2033年电商与新零售渠道发展趋势

第四节 上下游产业链对黄酒行业影响分析

第七章 全国黄酒行业各区域经营态势分析

第一节 华北地区

一、华北地区区位特征分析

二、2022-2026年华北地区黄酒需求分析

三、2027-2033年华北地区黄酒需求潜力预测

第二节 东北地区

一、东北地区区位特征分析

二、2022-2026年东北地区黄酒需求分析

三、2027-2033年东北地区黄酒需求潜力预测

第三节 华东地区

一、华东地区区位特征分析

二、2022-2026年华东地区黄酒需求分析

三、2027-2033年华东地区黄酒需求潜力预测

第四节 华中地区

一、华中地区区位特征分析

二、2022-2026年华中地区黄酒需求分析

三、2027-2033年华中地区黄酒需求潜力预测

第五节 华南地区

一、华南地区区位特征分析

二、2022-2026年华南地区黄酒需求分析

三、2027-2033年华南地区黄酒需求潜力预测

第六节 西南地区

一、西南地区区位特征分析

二、2022-2026年西南地区黄酒需求分析

三、2027-2033年西南地区黄酒需求潜力预测

第七节 西北地区

一、西北地区区位特征分析

二、2022-2026年西北地区黄酒需求分析

三、2027-2033年西北地区黄酒需求潜力预测

第八章 中国黄酒行业市场竞争格局分析

第一节 中国黄酒行业竞争主体与梯队格局

- 一、三家上市酒企构成行业第一竞争梯队
- 二、区域老字号企业依托产地认知稳固本地市场
- 三、中小酒厂以料酒与低端产品维系经营

第二节 中国黄酒行业竞争格局与竞争特点

- 一、行业集中度持续提升且头部贴身竞争
- 二、消费高度集中于江浙沪传统销区
- 三、高端化与年轻化成为增长主要抓手

第三节 中国黄酒行业竞争五力模型分析

一、现有竞争者之间的竞争强度分析

- 1、头部企业营收差距收窄竞争白热化
- 2、区域品牌在本地市场展开价格竞争

二、潜在进入者威胁分析

- 1、白酒企业跨界推出米酒类产品
- 2、饮料企业切入低度发酵酒赛道

三、替代品威胁分析

- 1、啤酒与预调酒替代佐餐休闲场景
- 2、红酒与洋酒替代礼品宴请场景

四、供应商议价能力分析

- 1、糯米等原料价格波动影响生产成本
- 2、包装材料采购成本占比持续上升

五、购买者议价能力分析

- 1、商超渠道对进场费用议价强势
- 2、餐饮终端压价削弱中低端盈利

第四节 中国黄酒行业竞争成功要素分析

- 一、陈酿资源储备与产品结构升级能力
- 二、产地品牌与历史文化认知的独占优势
- 三、省外渠道拓展与年轻消费群体培育

第五节 中国黄酒行业替代品与进入者分析

- 一、白酒与啤酒挤压黄酒宴席消费份额
- 二、料酒与调味酒分流部分原酒需求
- 三、低度气泡酒类新品替代年轻化消费场景

第九章 中国黄酒行业重点企业分析

第一节 浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司

一、企业简介

二、企业经营情况

三、企业黄酒业务发展情况

四、企业技术水平分析

五、企业发展战略或动态分析

第二节 会稽山绍兴酒股份有限公司

一、企业简介

二、企业经营情况

三、企业黄酒业务发展情况

四、企业技术水平分析

五、企业发展战略或动态分析

第三节 上海金枫酒业股份有限公司

一、企业简介

二、企业经营情况

三、企业黄酒业务发展情况

四、企业技术水平分析

五、企业发展战略或动态分析

第四节 浙江塔牌绍兴酒有限公司

一、企业简介

二、企业经营情况

三、企业黄酒业务发展情况

四、企业技术水平分析

五、企业发展战略或动态分析

第五节 绍兴女儿红酿酒有限公司

一、企业简介

二、企业经营情况

三、企业黄酒业务发展情况

四、企业技术水平分析

五、企业发展战略或动态分析

第六节 张家港市沙洲优黄酒业有限公司

一、企业简介

二、企业经营情况

三、企业黄酒业务发展情况

四、企业技术水平分析

五、企业发展战略或动态分析

第七节 山东即墨黄酒厂有限公司

- 一、企业简介
- 二、企业经营情况
- 三、企业黄酒业务发展情况
- 四、企业技术水平分析
- 五、企业发展战略或动态分析

第八节 安徽海神黄酒集团有限公司

- 一、企业简介
- 二、企业经营情况
- 三、企业黄酒业务发展情况
- 四、企业技术水平分析
- 五、企业发展战略或动态分析

第十章 中国黄酒行业投资风险预警分析

第一节 政策风险预警

- 一、酒类税收与广告监管趋严增加合规成本
- 二、食品安全标准升级推高检测与改造成本

第二节 市场风险预警

- 一、消费区域集中度高限制全国化扩张
- 二、白酒与啤酒挤压宴席与礼赠市场份额

第三节 技术风险预警

- 一、传统工艺标准化与品质稳定性难度较大
- 二、年轻化新品口感适配与复购培育不足

第四节 供应链风险预警

- 一、糯米等原料价格波动传导成本压力
- 二、陈酿周期长占用大量资金与仓储资源

第五节 经营风险预警

- 一、省外渠道拓展投入大且回报周期较长
- 二、中小酒企盈利薄弱面临退出压力

第十一章 黄酒行业趋势研判与策略建议

第一节 全球黄酒行业发展趋势

- 一、全球低度发酵酒消费呈温和扩张态势
- 二、海外华人市场支撑米酒类产品外销

第二节 2027-2033年全球黄酒发展趋势预测

- 一、2027-2033年全球黄酒产量预测
- 二、2027-2033年全球黄酒需求预测
- 三、2027-2033年全球黄酒市场规模预测
- 四、2027-2033年全球黄酒价格走势预测

第三节 中国黄酒行业SWOT分析

一、行业优势分析

- 1、千年酿造技艺形成文化与品牌壁垒
- 2、江浙沪市场具备稳固消费基础

二、行业劣势分析

- 1、消费区域集中且全国化程度偏低
- 2、产品结构与年轻消费偏好存在错位

三、行业机会分析

- 1、国潮趋势带动传统文化产品认同提升
- 2、低度酒与健康化需求带来新增量

四、行业威胁分析

- 1、白酒与啤酒持续挤压市场份额
- 2、年轻消费群体渗透不足制约增长

第四节 中国黄酒行业发展趋势研判

一、高端化驱动行业盈利结构改善

- 1、中高端产品收入占比稳步提升至较高水平
- 2、龙头企业间毛利率差距进一步扩大
- 3、年份酒与老酒收藏价值被重新认知

二、年轻化产品打开增量消费场景

- 1、气泡黄酒拉动低度化消费需求扩张
- 2、社交聚会与自饮场景成为推广重点
- 3、产品复购率提升依赖口感持续优化

三、省外与海外市场拓展重塑区域格局

- 1、龙头企业加快省外渠道下沉与终端布局
- 2、出口市场以日本与中国香港为核心
- 3、文化传播带动海外消费认知稳步提升

第五节 2027-2033年中国黄酒发展趋势预测

- 一、2027-2033年中国黄酒产量预测
- 二、2027-2033年中国黄酒需求预测
- 三、2027-2033年中国黄酒市场规模预测
- 四、2027-2033年中国黄酒价格走势预测

五、2027-2033年中国黄酒进出口规模预测

第六节 中国黄酒行业发展战略与建议

一、以高端产品抬升整体盈利水平

- 1、持续扩充年份酒与高端产品线布局
- 2、强化产地历史与酿造工艺价值表达
- 3、适度提价并优化渠道折扣费用管理

二、以年轻化产品承接增量消费需求

- 1、加快开发低度气泡化黄酒新品类产品
- 2、重点布局即时零售与直播电商渠道
- 3、围绕社交场景持续开展内容营销推广

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/wine/1184743.html>