

2022-2027年中国黄酒行业市场深度分析及投资战略规划报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2022-2027年中国黄酒行业市场深度分析及投资战略规划报告》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/756059.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

黄酒南方以糯米、北方以黍米、粟及糯米（北方称江米）为原料，一般酒精含量为14%—20%，属于低度酿造酒。黄酒含有丰富的营养，含有21种氨基酸，其中包括有数种未知氨基酸，而人体自身不能合成必须依靠食物摄取8种必需氨基酸黄酒都具备，故被誉为“液体蛋糕”。

。

随着全球和我国白酒文化的普及使得黄酒已经很难再切入社交领域，而在同等酒精度数的情况下还面临葡萄酒的激烈竞争，因此市场销路始终未能有效打开。就黄酒产量情况而言，目前我国黄酒产量稳定在250-350万千升左右，2019年产量为353.1万千升，预计2020年受公共卫生事件影响将有所下降，预计为342.5万千升。

2013-2020年中国黄酒产量及预测情况

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 黄酒行业报告研究标准

第一节 黄酒行业研究背景

第二节 黄酒行业研究方法及依据

第三节 黄酒行业研究基本前景概况

第二章 黄酒行业发展综述

第一节 黄酒概念

第二节 黄酒行业特征分析

一、黄酒作用分析

二、黄酒行业在国民经济中的地位

三、黄酒行业生命周期分析

第三节 最近几年中国行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒 / 退出机制

五、风险性

六、行业周期性

七、竞争激烈程度指标

八、行业成熟度分析

第四节 黄酒行业产业链及上下游之间关联性分析

第三章 2021年世界黄酒行业市场分析

第一节 2021年世界黄酒行业运行环境分析

一、当前经济环境分析

二、经济政策对产业的影响

第二节 2021年世界黄酒市场竞争现状分析

第三节 2021年世界部分国家黄酒市场分析

一、欧洲地区

二、北美地区

三、亚洲地区

第四节 2017-2021年世界黄酒行业新趋势研究分析

第四章 2021年黄酒行业当前发展环境分析

第一节 2021年中国黄酒行业经济环境分析

一、2021年中国宏观经济分析

二、2021年中国宏观经济发展预测分析

第二节 中国黄酒行业政策法规解读

第三节 中国黄酒行业当前社会环境发展分析

第五章 我国黄酒行业运行分析

第一节 我国黄酒行业发展状况分析

一、我国黄酒行业发展阶段

二、我国黄酒行业发展总体概况

三、我国黄酒行业发展特点分析

四、我国黄酒行业商业模式分析

第二节 2017-2021年黄酒行业发展现状分析

一、2017-2021年我国黄酒行业市场规模

二、2017-2021年我国黄酒行业发展分析

三、2017-2021年中国黄酒企业发展分析

第三节 区域市场分析

一、区域市场分布总体状况分析

二、2017-2021年重点省市市场分析

第四节 黄酒细分产品市场分析

一、细分产品特色

二、2017-2021年细分产品市场规模及增速

三、重点细分产品市场前景预测分析

第五节 黄酒产品价格分析

一、2017-2021年黄酒价格走势

二、影响黄酒产品价格的关键因素分析

1、成本

2、供需状况分析

3、关联产品

4、其他

三、2022-2027年黄酒产品价格变化趋势预测分析

四、主要黄酒企业价位及价格策略

第六章 2017-2021年中国黄酒行业技术发展分析

第一节 中国黄酒行业技术发展现状调研

第二节 黄酒行业技术特点分析

第三节 黄酒行业技术发展趋势预测

第四节 2021年中国黄酒行业发展面临的新挑战分析

第七章 2017-2021年中国黄酒市场运行状况分析

第一节 行业最新动态分析

一、行业相关动态概述

二、行业发展热点聚焦

第二节 行业品牌现状分析

第三节 行业产品市场价格状况分析

第四节 行业外资进入现状及对未来市场的威胁

第八章 2019-2021年中国黄酒所属行业主要数据监测分析

第一节 2019-2021年中国黄酒所属行业总体数据分析

一、2019年中国黄酒所属行业全部企业数据分析

二、2020年中国黄酒所属行业全部企业数据分析

三、2021年中国黄酒所属行业全部企业数据分析

第二节 2019-2021年中国黄酒所属行业不同规模企业数据分析

一、2019年中国黄酒所属行业不同规模企业数据分析

二、2020年中国黄酒所属行业不同规模企业数据分析

三、2021年中国黄酒所属行业不同规模企业数据分析

第三节 2019-2021年中国黄酒所属行业不同所有制企业数据分析

一、2019年中国黄酒所属行业不同所有制企业数据分析

二、2020年中国黄酒所属行业不同所有制企业数据分析

三、2021年中国黄酒所属行业不同所有制企业数据分析

第九章 2017-2021年中国黄酒行业竞争状况分析

第一节 行业经济指标分析

- 一、赢利性
- 二、附加值的提升空间
- 三、进入壁垒 / 退出机制
- 四、行业周期

第二节 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

黄酒品牌企业众多，从市场份额占比情况来看。古越龙山、会稽山和金枫酒业作为我国黄酒产业的领先企业，市占比位列前三。按照营收占比情况而言，2020年，古越龙山黄酒业务营收达12.64亿元，占比我国黄酒行业市场规模的9.39%;其次为会稽山，市场份额占比为8.14%;金枫酒业市场份额占比为4.42%，位居第三。受黄酒地域性发展因素影响，市场集中度整体较低。

2020年中国黄酒行业市场份额占比情况

- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第三节 行业国际竞争力比较

第十章 2016-2021年黄酒行业重点生产企业分析

第一节 浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司

- 一、企业简介
- 二、企业经营数据
- 三、企业产品分析

第二节 上海金枫酒业股份有限公司

- 一、企业简介
- 二、企业经营数据
- 三、企业产品分析

第三节 中国绍兴黄酒集团有限公司

- 一、企业简介
- 二、企业经营数据
- 三、企业产品分析

第四节 山东即墨黄酒厂有限公司

- 一、企业简介
- 二、企业经营数据

三、企业产品分析

第五节 会稽山绍兴酒股份有限公司

一、企业简介

二、企业经营数据

三、企业产品分析

第十一章 2022-2027年黄酒行业发展预测分析

第一节 2022-2027年中国黄酒行业未来发展预测分析

一、中国黄酒行业发展方向及投资机会分析

二、2022-2027年中国黄酒行业发展规模分析

三、2022-2027年中国黄酒行业发展趋势预测

第二节 2022-2027年中国黄酒行业供需预测分析

一、2022-2027年中国黄酒行业供给预测分析

二、2022-2027年中国黄酒行业需求预测分析

第三节 2022-2027年中国黄酒行业价格走势分析

第四节 2022-2027年中国黄酒行业盈利水平分析

第十二章 2022-2027年中国黄酒行业投资风险预警

第一节 2022-2027年中国黄酒行业投资环境分析

第二节 中国黄酒行业存在问题分析

第三节 中国黄酒行业政策投资风险

一、政策和体制风险

二、技术发展风险

三、经营管理风险

四、供需波动风险

五、其他风险

第十三章 2017-2021年黄酒行业投资机会与风险

第一节 经济形势给我国黄酒企业带来的机遇分析

一、为享受调控政策带来机遇

二、为搞好战略转型带来机遇

三、为吸引国际投资带来机遇

四、为招聘高端人才带来机遇

五、为实施战略重组带来机遇

六、为降低制造成本带来机遇

第二节 经济形势下黄酒行业发展机遇分析

一、经济形势为黄酒企业提供了并购国外企业的机会

二、经济形势导致部分 经营不善的黄酒企业退出市场

三、经济形势中我国黄酒企业发展机遇分析

第三节 黄酒企业战略规划不确定性风险

- 一、客观事件的不确定性风险
- 二、市场的不确定性风险
- 三、行业发展的不确定性风险
- 四、技术发展的不确定性风险
- 五、战略规划者的主观不确定性风险
- 六、执行过程的不确定性风险
- 七、工具方法的局限性风险
- 八、战略规划系统的不确定性风险

第十四章 黄酒行业发展战略研究

第一节 黄酒行业发展战略研究

- 一、技术开发战略（AK LZW）
- 二、产业战略规划
- 三、业务组合战略
- 四、营销战略规划
- 五、区域战略规划
- 六、企业信息化战略规划

第二节 黄酒行业品牌战略分析

- 一、品牌的基本含义
- 二、品牌战略在企业发展中的重要性
- 三、黄酒品牌的特性和作用
- 四、黄酒品牌的价值战略
- 五、我国黄酒品牌竞争趋势预测分析
- 六、黄酒企业品牌发展战略
- 七、黄酒行业品牌竞争策略

第三节 黄酒企业经营管理策略

- 一、企业经营策略综述
- 二、企业产品经营策略
- 三、企业渠道经营策略
- 四、企业并购策略分析
- 五、当前形势下企业经营管理策略

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/wine/756059.html>