

2007-2010年中国黄酒制造 行业投资价值决策咨询及行业竞争力调查研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2007-2010年中国黄酒制造行业投资价值决策咨询及行业竞争力调查研究报告》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.abaogao.com/b/yinliao/114382AJBM.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

[b]2007-2010年中国[b]黄酒制造[/b]行业投资价值决策咨询及行业竞争力调查研究报告 内容介绍：[/b]

黄酒是我国特有的酒种，也是我国长三角经济发达地区人们普遍喜爱的传统饮料酒，具有五千年以上的文化底蕴，随着中国经济持续稳定快速发展，人们生活质量不断改善，消费理念不断成熟，黄酒特有的低度、营养、绿色、保健优势显现。

黄酒作为上档次、高品质的饮料酒被越来越多的消费者认同，一些新科技新技术的应用，使黄酒产品科技含量不断提高；新产品新包装的开发，使黄酒产品质量档次、品位形象不断提升；黄酒龙头企业广告宣传不断加强，业内的主要品牌已从地域走向全国；企业创新意识增强，在经营管理上敢于创新、善于创新，在业内产生良好效应，黄酒绿色健康文化时尚气氛越来越浓，并正在散发其独有的魅力，黄酒业迎来了千载难逢的发展机遇。

中国黄酒从2003年以来，已经连续四年各项经济指标呈两位数增长，以2006年为例，全国黄酒产量已达到220万千升，销售收入比2005年增长26.6%，利税比上年增长25.7%。咨询预计2007年全年我国黄酒产量将超过250万千升。

目前，黄酒行业销售收入前三位企业占据全行业销售收入的34%，行业前五大企业已获得全行业74%的利润收入，但是黄酒行业还未基本形成规模化生产，行业的集中度较低，因此，进一步培育消费市场、改变黄酒是低档烹饪料酒的消费观念是未来黄酒企业发展的立足之本。未来几年黄酒行业内竞争的加剧，设备简陋、技术落后，低质产品企业将被淘汰，少数具有优势的龙头企业和强势区域性企业将分享黄酒行业的利润。

咨询认为，未来几年随着黄酒行业产品结构的升级，年份酒推广力度加大，而黄酒储藏年限又较严格，在市场旺销的大氛围下黄酒的库存量将会急剧减少，因此，拥有丰富陈酒资源的企业将在未来的竞争中占先机。

[b]第一部分 黄酒制造行业运行情况[/b]

[b]第一章 中国黄酒制造行业议价能力 [/b]

第一节 上游原材料供应量

一、2005-2007年黄酒主要原料产量

二、主要原材料区域分布

三、2005-2007年主要原材料进出口总量

第二节 原材料价格

一、近年我国黄酒品的价格变动趋势

二、不同地区黄酒主要原料产品价格

第三节 原材料供应商议价能力

一、中国黄酒制造行业议价能力 [b]

第一节 黄酒消费总量分析

一、2005-2007年黄酒消费总量

二、重点地区消费量分析

三、黄酒消费结构

第二节 黄酒消费影响因素

一、产品质量因素

二、产品价格因素

三、渠道因素

四、品牌因素

五、包装因素

第三节 黄酒的主要渠道分析

一、便利店

二、批发商

三、超市、大卖场

四、出口贸易

第四节 下游议价能力综述（消费者、经销商）

[b]第八章 黄酒行业潜在进入者威胁 [b]

第一节 黄酒制造行业进入壁垒

一、市场准入机制

二、原料竞争状况

三、市场竞争状况

四、渠道资源问题

第二节 新进入者主要群体竞争力

一、中小黄酒生产企业

二、黄酒生产集团

第三节 新进入者将对市场的影响

一、供求关系

二、竞争激烈程度

[b]第十章 黄酒替代产品的发展 [/b]

第一节 黄酒的替代品发展

一、葡萄酒

二、啤酒

三、其他调味品

第二节 替代品发展对黄酒市场的影响

第三节 针对替代品影响提出的改进策略

[b]第三部分 行业内重点品牌分析[/b]

[b]第十一章 古越龙山 [/b]

第一节 公司基本概况

一、企业组织结构

二、企业业务结构

三、企业经营策略

第二节 公司经营情况

一、2005-2007年公司产销情况

二、公司财务指标分析

第三节 公司未来发展规划及发展前景分析

一、企业发展战略规划

二、企业发展前景

[b]第十二章 丹阳 [/b]

第一节 公司基本概况

一、企业组织结构

二、企业业务结构

三、企业经营策略

第二节 公司经营情况

一、2005-2007年公司产销情况

二、公司财务指标分析

第三节 公司未来发展规划及发展前景分析

一、企业发展战略规划

二、企业发展前景

[b]第十三章 莫干山 [/b]

第一节 公司基本概况

- 一、企业组织结构
- 二、企业业务结构
- 三、企业经营策略

第二节 公司经营情况

- 一、2005-2007年公司产销情况
- 二、公司财务指标分析

第三节 公司未来发展规划及发展前景分析

- 一、企业发展战略规划
- 二、企业发展前景

[b]第十四章 河套 [/b]

第一节 公司基本概况

- 一、企业组织结构
- 二、企业业务结构
- 三、企业经营策略

第二节 公司经营情况

- 一、2005-2007年公司产销情况
- 二、公司财务指标分析

第三节 公司未来发展规划及发展前景分析

- 一、企业发展战略规划
- 二、企业发展前景

[b]第十五章 天目山 [/b]

第一节 公司基本概况

- 一、企业组织结构
- 二、企业业务结构
- 三、企业经营策略

第二节 公司经营情况

- 一、2005-2007年公司产销情况
- 二、公司财务指标分析

第三节 公司未来发展规划及发展前景分析

- 一、企业发展战略规划

二、企业发展前景

[b]第十六章 金利府 [/b]

第一节 公司基本概况

一、企业组织结构

二、企业业务结构

三、企业经营策略

第二节 公司经营情况

一、2005-2007年公司产销情况

二、公司财务指标分析

第三节 公司未来发展规划及发展前景分析

一、企业发展战略规划

二、企业发展前景

[b]第四部分 行业发展前景分析[/b]

[b]第十七章 黄酒制造行业发展外部环境分析 [/b]

第一节 中国黄酒行业发展趋势预测 [/b]

第一节 黄酒市场预测

一、2008-2010年中国黄酒生产规模预测

二、2008-2010年中国黄酒销售规模预测

三、黄酒产品结构预测

四、2008-2010年黄酒贸易情况

第二节 黄酒制造行业发展趋势预测

一、黄酒消费需求动向

二、黄酒行业生命周期分析

三、黄酒制造技术动向

四、黄酒品牌发展趋势

五、黄酒行业竞争趋势分析

[b]第十九章 黄酒企业经营策略及报告总结 [/b]

第一节 黄酒企业经营策略

一、品牌策略

二、营销策略

三、产品策略

第二节 报告总结

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/yinliao/114382AJBM.html>