

2007-2008年中国黄酒市场 研究及前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2007-2008年中国黄酒市场研究及前景预测报告》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.cction.com/report/200806/1735.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

第一章2007-2008年中国黄酒产业发展局势分析

第一节 2007-2008年中国黄酒产业发展综述

- 一、政策扶持有利于黄酒业低成本扩张
- 二、营养和文化是黄酒业的两大支点
- 三、2007-2008年黄酒业继续繁荣发展

第二节 2007-2008年中国黄酒产业发展面临的问题分析

- 一、中国黄酒市场大却不强
- 二、黄酒行业发展仍旧存在瓶颈
- 三、黄酒企业亟需解决的六个问题

第三节 2007-2008年中国黄酒行业发展策略分析

- 一、中国黄酒业走出困境的策略解析
- 二、中国黄酒企业亟需突破区域限制
- 三、黄酒业发展需要重新整合
- 四、振兴中国黄酒行业的具体措施

第二章 2007-2008年中国黄酒产业发展环境分析

第一节 2007-2008年中国黄酒产业发展经济环境分析

- 一、人民币升值分析
- 二、物价上涨分析
- 三、宏观经济发展分析

第二节 2007-2008年中国黄酒产业发展社会环境分析

第三节 2007-2008年中国黄酒产业发展政策环境分析

- 一、政府出台相关政策分析
- 二、产品进出口关税分析
- 三、产业质量标准分析

第三章 2007-2008年中国黄酒市场运行分析

第一节 2007-2008年中国黄酒市场运行态势分析

- 一、中国黄酒占领日本黄酒市场
- 二、阻碍黄酒市场突破性增长的四大问题分析
- 三、黄酒市场由江浙沪向全国范围扩延

第二节 2007-2008年中国黄酒市场运行特征分析

第三节 2007-2008年中国黄酒市场品牌发展分析

- 一、黄酒市场在和谐经营中发展
- 二、黄酒行业酝酿经营格局变化
- 三、黄酒行业迈入品牌经营时期
- 四、提升黄酒市场经营力的策略分析

第四章 2007-2008年中国黄酒市场经营格局分析

第一节 2007-2008年中国黄酒市场经营现况分析

- 一、中国黄酒市场占有率分析
- 二、中国黄酒品牌经营情况分析
- 三、中国黄酒技术创新分析

第二节 2007-2008年中国黄酒产业集中程度分析

- 一、中国黄酒产业市场集中度分析
- 二、中国黄酒产业区域集中度分析
- 三、中国黄酒产业企业集中度分析

第三节 2007-2008年中国黄酒产业经营面临的问题分析

第五章 2007-2008年中国黄酒市场产销情况统计分析

第一节 2007-2008年中国黄酒市场生产情况分析

- 一、中国黄酒生产技术发展分析
- 二、中国黄酒产量统计分析
- 三、中国黄酒价格走势分析

第二节 2007-2008年中国黄酒市场需求情况分析

- 一、中国黄酒市场需求特征分析
- 二、中国黄酒市场需求量统计分析
- 三、中国黄酒市场需求结构发展分析

第三节 2007-2008年中国黄酒市场进出口情况统计分析

第六章 2007-2008年中国黄酒市场主要趋势对比分析

第一节 绍兴黄酒市场分析

- 一、绍兴黄酒业营销的核心症结浅析

二、绍兴黄酒生产的“精准控制”解析

三、绍兴黄酒市场繁荣依旧

第二节 北京黄酒市场分析

一、北京黄酒市场品牌格局分析

二、北京黄酒市场规模及消费情况分析

三、北京黄酒市场的拓展策略

第三节 江苏黄酒市场分析

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 上海黄酒市场分析

一、上海黄酒品牌发展的格局

二、上海市场黄酒销量上升迅速

三、上海黄酒市场竞争激烈

第七章 2007-2008年中国黄酒产业优势企业经营情况分析

第一节 浙江中国轻纺城集团股份有限公司

一、企业概况

二、经营分析

三、未来发展策略分析

第二节 上海市第一食品股份有限公司

一、企业概况

二、经营分析

三、未来发展策略分析

第三节 浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司

一、企业概况

二、经营分析

三、未来发展策略分析

第八章 2007-2008年中国黄酒行业营销分析

第一节 黄酒行业电子商务营销模式分析

一、黄酒业建立电子商务营销模式的强势

二、黄酒行业电子商务销售模式的内容

三、黄酒行业电子商务营销模式所存的风险及问题分析

第二节 2007-2008年中国黄酒行业营销现况分析

一、黄酒行业的主要营销渠道

二、黄酒品牌经营迫在眉睫

三、黄酒行业营销抢占特通渠道

第三节 2007-2008年中国黄酒行业营销问题分析

一、解析国内黄酒品牌营销误区

二、黄酒营销实践存在误区

三、黄酒行业传统销售模式所存问题分析

四、黄酒营销应防范无利润“黑洞”

第四节 2007-2008年中国黄酒行业营销策略分析

一、黄酒市场的基本营销策略分析

二、黄酒行业营销创新须九大转变

三、黄酒破局营销的途径分析

四、黄酒业走出酒店终端营销困境的措施

第九章 2008-2012年中国黄酒行业发展预测

第一节 未来中国黄酒行业发展趋势分析

一、未来中国黄酒发展分析

二、未来中国黄酒行业技术开发方向

三、总体行业“十一五”整体规划及预测

第二节 2008-2012年中国黄酒行业运行状况预测

一、2008-2012年中国黄酒行业工业总产值预测

二、2008-2012年中国黄酒行业销售收入预测

三、2008-2012年中国黄酒行业总资产预测

第十章 中国黄酒制造行业投资前景预测分析

第一节 中国黄酒制造行业经营状况分析

一、发展能力分析

二、运营效率分析

三、盈利能力分析

四、偿债能力分析

第三节 中国黄酒制造投资收益与风险分析

一、黄酒制造行业投资收益评析

二、黄酒制造行业投资风险预警

第四节 投资参考建议

附录

附录一：食用酒精国家标准

附录二：出口黄酒检验规程

附录三：绍兴酒出口许可证管理规定

附录四：酒类广告管理办法

附录五：酒类卫生管理办法

附录六：酒类流通管理办法

图表目录

图表 1992-2008年黄酒行业产量变化分析

图表 1999-2008年黄酒价格形势回顾

图表 2008-2015年黄酒行业产量增长趋势预测分析

图表 未来中国黄酒市场需求空间大

图表 主要酒种营养价值及吨酒价格对比分析

图表 酿酒行业收入构成分析

图表 酿酒行业产量构成分析

图表 食用酒精的感官要求

图表 食用酒精的理化指标（一）

图表 食用酒精的理化指标（二）

图表 2004-2006年轻纺城集团主要会计数据和财务指标

图表 2007年轻纺城集团主要会计数据和财务指标

图表 2007年轻纺城集团非经常性损益项目和金额

图表 2007年轻纺城集团主营业务分行业、产品情况

图表 2007年轻纺城集团主营业务分地区情况

图表 2008年轻纺城集团主要财务数据

图表 2008年轻纺城集团扣除非经常性损益项目和金额

图表 2008年轻纺城集团主营业务分行业、分产品情况

图表 2008年轻纺城集团主营业务分地区情况

图表 2008年轻纺城集团占主营业务收入或主营业务利润总额10%以上的主要产品或行业

图表 2008年轻纺城集团财务状况经营成果分析

图表 2008年轻纺城集团净资产收益率及每股收益：

图表 2004-2006年上海第一食品主要会计数据和财务指标

图表 2007年上海第一食品主要会计数据和财务指标

图表 2007年上海第一食品非经常性损益项目和金额

图表 2007年上海第一食品主营业务分行业、产品情况

图表 2007年上海第一食品主营业务分地区情况

图表 2007年上海第一食品主营业务及其结构发生重大变化的原因说明

图表 2007年上海第一食品净资产收益率与每股收益

图表 2008年上海第一食品主要财务数据

图表 2008年上海第一食品扣除非经常性损益项目和金额

图表 2008年上海第一食品净资产收益率及每股收益

图表 2008年上海第一食品主营业务分行业或分产品构成情况

图表 2008年上海第一食品主营业务分地区情况

图表 2004-2008年古越龙山主要会计数据和财务指标

图表 2007年古越龙山主要会计数据和财务指标

图表 2007年古越龙山扣除非经常性损益项目和金额

图表 2007年古越龙山净资产收益率及每股收益

图表 2007年古越龙山主营业务分行业、产品情况

图表 2007年古越龙山主营业务分地区情况

图表 2008年古越龙山主要财务数据

图表 2008年古越龙山扣除的非经常性损益项目和金额

图表 2008年古越龙山主营业务收入分产品情况

图表 2008年古越龙山主营业务分地区情况

图表 2008年古越龙山净资产收益率及每股收益

图表 黄酒产业链条

图表 黄酒营销渠道杠杆分析

图表 黄酒行业电子商务营销新模式

图表黄酒行业的电子商务营销模式杠杆的扩大效应

图表黄酒行业的电子商务营销模式中经销商的素质可以不起作用

图表黄酒行业的电子商务营销模式杠杆的阻碍效应

图表 黄酒基于电子商务的复合销售模式

图表 黄酒行业在新营销模式下的物流系统

图表 成都黄酒市场主流品牌

图表 成都消费者对黄酒了解情况分析

图表 2008-2012年中国黄酒行业市场规模预测

图表 2008-2012年中国黄酒行业市场产销预测

图表 2008-2012年中国黄酒行业市场进出口预测

图表 2008-2012年中国黄酒行业市场价格预测

图表 2008-2012年中国黄酒行业市场成本预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200806/1735.html>