

2008年中国黄酒市场分析及投资 发展预测报告

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

《2008年中国黄酒市场分析及投资发展预测报告》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/200806/3224.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环境分析

一、2007-2008年中国经济发展环境分析

- (一) 2007年中国宏观经济运行情况
- (二) 2008年经济增长趋势预测
- (三) 2008年5月PPI涨幅8.2%

二、我国黄酒产业政策环境发展分析

- (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

三、我国黄酒产业社会环境发展分析

第二章 我国黄酒产业发展形势分析

一、我国黄酒产业发展概况分析

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

二、我国黄酒产业发展存在的问题分析

- (一) 中国黄酒市场大而不强
- (二) 黄酒行业发展依然存在瓶颈
- (三) 黄酒企业亟需解决的六个问题

三、我国黄酒行业发展对策分析

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

第三章 我国黄酒市场运行态势分析

一、我国黄酒市场运行状况分析

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

二、我国黄酒市场品牌发展状况分析

- (一) 黄酒市场在和谐竞争中发展
- (二) 黄酒行业酝酿竞争格局变化
- (三) 黄酒行业迈入品牌竞争时期
- (四) 提升黄酒市场竞争力的策略分析

三、我国黄酒市场运行特点分析

第四章 我国黄酒市场产销状况统计分析

一、我国黄酒市场生产状况分析

- (一) 生产技术发展分析
- (二) 产量统计分析
- (三) 产品价格走势分析

二、我国黄酒市场需求状况分析

- (一) 需求特点分析
- (二) 需求量统计分析
- (三) 需求结构发展分析

三、我国黄酒市场进出口状况分析

第五章 我国黄酒市场主要趋势竞争比较分析

一、绍兴

- (一) 解析绍兴黄酒生产的“精准控制”
- (二) 浅析绍兴黄酒业营销的核心症结
- (三) 绍兴黄酒市场繁荣依旧

二、上海

- (一) 上海黄酒品牌发展的格局
- (二) 上海市场黄酒销量增长迅速
- (三) 上海黄酒市场竞争激烈

三、江苏

- (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

四、北京

- (一) 北京黄酒市场规模及消费状况
- (二) 北京黄酒市场品牌格局分析
- (三) 北京黄酒市场的拓展方略

第六章 我国黄酒行业营销模式与策略分析

一、我国黄酒行业营销现状分析

- (一) 黄酒品牌经营迫在眉睫
- (二) 黄酒行业的主要营销渠道
- (三) 黄酒行业营销抢占特通渠道

二、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优势
- (二) 黄酒行业电子商务销售模式的内容
- (三) 电子商务营销模式存在的风险及问题

三、我国黄酒行业营销问题分析

- (一) 黄酒行业传统销售模式存在的问题
- (二) 国内黄酒品牌营销误区解析
- (三) 黄酒营销实践存在误区
- (四) 黄酒营销应防范无利润“黑洞”

四、我国黄酒行业营销对策分析

- (一) 黄酒市场的基本营销策略
- (二) 黄酒破局营销的途径分析
- (三) 黄酒行业营销创新须九大转变
- (四) 黄酒业走出酒店终端营销困境的措施

第七章 我国黄酒产业重点企业分析

一、浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司

- (一) 企业基本概况分析
- (二) 企业财务状况分析
- (三) 企业未来规划分析

二、浙江中国轻纺城集团股份有限公司

- (一) 企业基本概况分析
- (二) 企业财务状况分析

(三) 企业未来规划分析

三、上海市第一食品股份有限公司

(一) 企业基本概况分析

(二) 企业财务状况分析

(三) 企业未来规划分析

四、绍兴女儿红酿酒有限公司

(一) 企业基本概况分析

(二) 企业财务状况分析

(三) 企业未来规划分析

五、浙江塔牌绍兴酒厂

(一) 企业基本概况分析

(二) 企业财务状况分析

(三) 企业未来规划分析

六、其他企业分析

(一) 浙江嘉善黄酒股份有限公司

(二) 江苏张家港酿酒集团公司

(三) 福建南湖酒业有限公司

(四) 浙江善好酒业集团有限公司

(五) 中粮绍兴酒有限公司

第八章 2008-2010年中国黄酒行业发展趋势及投资分析

一、2008-2010年中国黄酒行业发展前景趋势预测分析

(一) 未来黄酒市场的需求潜力大

(二) 功能性低度黄酒发展前途无限

(三) 未来黄酒行业发展空间广阔

二、我国黄酒行业投资环境分析

三、我国黄酒行业投资周期分析

四、我国黄酒行业投资机会分析

附录

附录一：酒类流通管理办法

附录二：食用酒精国家标准

附录三：酒类广告管理办法

附录四：酒类卫生管理办法

附录五：出口黄酒检验规程

附录六：绍兴酒出口许可证管理规定

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200806/3224.html>