

中国清酒行业现状深度研究与发展前景预测报告 (2022-2029年)

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国清酒行业现状深度研究与发展前景预测报告（2022-2029年）》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：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202206/601732.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

清酒一般指日本清酒，是以大米与天然矿泉水为原料，经过制曲、制酒母、最后酿造等工序，通过并行复合发酵，酿造出酒精度达18%左右的酒醪。日本清酒是酒当中比较独特的品种，凭原料的处理就能分出8个优质品级。纯米大吟酿，是日本酒中最高的品级。日本酒的品级从高到低分别是：大吟酿、吟酿、纯米、本酿造。

资料来源：观研天下数据中心整理

清酒是营养丰富的酿造酒，口味纯正、绵柔爽口、酒体谐调，酒精度一般为16%vol-20%vol，度数较低，并且富含多种对人体有益的氨基酸、有机酸及人体必需的B族维生素、矿物质等成分，易为人体消化吸收。随着人们收入水平不断提高以及健康意识的增强，对于酒的消费从低层次的酒精过瘾转向饮用具有一定营养价值的酒品，清酒逐渐受到当代年轻人的青睐。

依据风味与香气的不同，日本酒侍酒研究会将清酒分为4类：熏、爽、醇、熟。

不同清酒的风味与香气特点

分类

特点

熏酒

带有果味及植物清新风味，可以是甘口或辛口；

大吟酿基本都属这类，普通吟酿酒也多为这一类；

这类清酒引领了海外清酒潮流；

适合作为开胃酒。

爽酒

多带植物简单清新风味，质地顺滑，口感清淡无负担，多辛口，余味短；

吟酿和本酿造较多；

是日本清酒市场最多的种类，产量最大。新泻县的淡丽辛口风格最为出名；

最适合佐餐，特别是佐开胃菜。

醇酒

口感浓郁，带有干海产等旨味，以及米糕风味；

采用传统生酏系酵母酿的纯米酒和本酿造酒多属这类；

随着近些年纯米酒的流行，这个类型的人气越来越高；

最适合佐餐，尤其是佐主菜。

熟酒

复杂、浓郁、强烈，带干果和香料的熟成芳香，兼具香甜旨味的乳状质地，有时还会有氧化

后的坚果、焦糖风味；

主要是熟酒类。一般而言，醇酒适合熟成，而熏酒、爽酒不适合熟成；

属于稀有珍贵的类型，国内少见，日本只有不到1%的酒厂会生产熟酒，且不会外销，常常是因为当年酿出了非常优质的清酒才保留部分熟成；

最适合作为消化酒，类似于烈酒的角色。

资料来源：观研天下数据中心整理

一、清酒行业市场规模

清酒是营养丰富的酿造酒，口味纯正、绵柔爽口、酒体谐调，酒精度一般为16%vol-20%vol，度数较低，并且富含多种对人体有益的氨基酸、有机酸及人体必需的B族维生素、矿物质等成分，易为人体消化吸收。随着人们收入水平不断提高以及健康意识的增强，对于酒的消费从低层次的酒精过瘾转向饮用具有一定营养价值的酒品，清酒逐渐受到当代年轻人的青睐。2021年，中国清酒行业市场规模达到12.42亿元，随着清酒产品不断多元化，满足消费者的猎奇心理，将促使中国清酒行业消费量不断增长。具体如下：

数据来源：观研天下数据中心整理

目前我国清酒行业的进口市场主要来自于日本与韩国，其中日本占据绝大多数。近年来，我国进口清酒市场规模不断增长，由2017年的1.60亿元增长至2021年的4.09亿元，年均复合增长率为26.42%，保持较快增速。主要进口品牌有獭祭DASSAI、HAKUTSURU SAKE白鹤、日本盛等。

资料来源：观研天下数据中心整理

与此同时，随着90/95后消费群体消费能力的提升以及消费观念的转变，我国清酒行业的国产市场逐渐崛起，由2017年的6.68亿元增长至2021年的8.32亿元。主要国产品牌有朝香（日资国产）、醉香甜、福寿海、菊乃胜、苏州桥等。

资料来源：观研天下数据中心整理

二、清酒行业供需规模

1、供应规模

经过多年的发展，我国清酒行业企业逐渐增多，产品种类逐渐丰富，且随着消费趋势的多元化发展，市场上出现了众多的新型清酒，如用葡萄酒酵母酿制的美味清酒、用稞麦酿制的高香型清酒、用膨化精米酿制的优质清酒、用紫色甘薯生产的红色清酒、用米胚芽酿的清酒、低醇清酒、发泡型清酒、低糖清酒等，产品结构呈现出多元化、品质化发展趋势。从产量变化来看，截至2021年，我国清酒产量已经达到2077.17万L。

数据来源：观研天下数据中心整理

这主要因为一是清酒是营养丰富的酿造酒，口味纯正、绵柔爽口、酒体谐调，酒精含量低，酒精度一般为16%vol-20%vol，富含多种对人体有益的氨基酸、有机酸及人体必需的B族维生素、矿物质等成分，易为人体消化吸收。随着中国经济的不断发展，人民收入水平不断提高，对餐饮方面的需求也呈现出高端化、品质化、多样化的趋势，清酒逐渐受到当代年轻人的青睐。

另一方面，近些年，国家酒业总体政策主调是“限制高度酒的发展，鼓励发酵酒和低度酒的发展，支持水果酒和非粮食原料酒的发展”，清酒属于发酵酒，具有低酒精度、低耗粮、高营养等特点，符合国家酒业发展策略，行业得到较快发展。

2、需求规模

消费的升级。酒的消费形态经历了计划经济到市场经济再到消费经济的迭代。当今，在物质条件已得到极大满足的基础上，精神层面的需求成为了清酒行业消费升级的源动力。近年来，随着物质条件的提高，清酒的消费逐渐增加，即使在2021年新冠疫情的背景下，我国清酒的销量没有下降，反而创下新高，达到2355.09万L。

数据来源：观研天下数据中心整理

目前国内由于消费升级，消费者对清酒的需求在不断上升。而在旺盛的市场需求下，当前清酒品牌并不多，存在着较大的市场空白。虽然传统酿酒大厂逐渐参与市场竞争，但还处于起步规模阶段，存在可竞争的可能性。

3、供需平衡分析

从需求来看，近年来，随着人们健康意识的增强，人们不仅仅满足酒精过瘾的低层次消费，而转向饮用具有一定营养价值的酒品。清酒以其清爽的口感和良好的保健功效，得到消费者的认可，使得中国清酒消费需求持续增加。另外，80、90、00后消费者口味的多样性和猎奇心理，以及明显的缺乏品牌忠诚，为清酒新产品开发提供了市场空间，清酒企业也将不断推陈出新，满足更多消费者的多元化、个性化需求，促使中国清酒行业消费量不断增长。

从供给来看，长期以来我国清酒主要以日本、韩国等清酒品牌为主，但随着需求的增加，清酒市场规模持续扩大，我国酒企业也开始进入清酒领域，比如像中尖股份清酒、瑞禾清酒、贵州赖家茅酒都是国内很知名的清酒品牌。

从产销量变化来看，近年来，随着需求增加我国清酒产品结构呈现出多元化、品质化发展趋势，产量伴随着需求持续增加。但是，由于我国清酒行业发展滞后，品牌知名度普遍不高，消费者更加倾向购买日本品牌。因此，近年来，我国清酒销量要大于产量。

数据来源：观研天下数据中心整理

三、清酒行业未来发展预测

1、市场规模

随着清酒等低度酒产业化相关的政策落实以及市场的发展，我国清酒行业的市场规模仍将保

持持续增长，预计到2029年达到29.34亿元。

资料来源：观研天下数据中心整理

2、产值规模

随着行业产业化进程不断加速，清酒行业的生产能力和价值呈现不断增长值的趋势，预计到2029年中国清酒行业产值规模将达到25.82亿元。

资料来源：观研天下数据中心整理

3、供需情况

随着行业的品牌价值不断提升，以及市场需求不断增长，再加上互联网+清酒产业的进程不断深入，供应链等方面的优化，行业的供需将保持一定的增长趋势，行业的产销率保持相对稳定的增长。

资料来源：观研天下数据中心整理（WWTQ）

观研报告网发布的《中国清酒行业现状深度研究与发展前景预测报告（2022-2029年）》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，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。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方

向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章 2018-2022年中国清酒行业发展概述

第一节 清酒行业发展情况概述

- 一、清酒行业相关定义
- 二、清酒特点分析
- 三、清酒行业基本情况介绍
- 四、清酒行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售/服务模式
- 五、清酒行业需求主体分析

第二节 中国清酒行业生命周期分析

- 一、清酒行业生命周期理论概述
- 二、清酒行业所属的生命周期分析

第三节 清酒行业经济指标分析

- 一、清酒行业的赢利性分析
- 二、清酒行业的经济周期分析
- 三、清酒行业附加值的提升空间分析

第二章 2018-2022年全球清酒行业市场发展现状分析

第一节 全球清酒行业发展历程回顾

第二节 全球清酒行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲清酒行业地区市场分析

- 一、亚洲清酒行业市场现状分析
- 二、亚洲清酒行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲清酒行业市场前景分析

第四节 北美清酒行业地区市场分析

- 一、北美清酒行业市场现状分析
- 二、北美清酒行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美清酒行业市场前景分析

第五节 欧洲清酒行业地区市场分析

- 一、欧洲清酒行业市场现状分析

二、欧洲清酒行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲清酒行业市场前景分析

第六节 2022-2029年世界清酒行业分布走势预测

第七节 2022-2029年全球清酒行业市场规模预测

第三章 中国清酒行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节我国宏观经济环境对清酒行业的影响分析

第三节中国清酒行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节政策环境对清酒行业的影响分析

第五节中国清酒行业产业社会环境分析

第四章 中国清酒行业运行情况

第一节中国清酒行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节中国清酒行业市场规模分析

一、影响中国清酒行业市场规模的因素

二、中国清酒行业市场规模

三、中国清酒行业市场规模解析

第三节中国清酒行业供应情况分析

一、中国清酒行业供应规模

二、中国清酒行业供应特点

第四节中国清酒行业需求情况分析

一、中国清酒行业需求规模

二、中国清酒行业需求特点

第五节中国清酒行业供需平衡分析

第五章 中国清酒行业产业链和细分市场分析

第一节中国清酒行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、清酒行业产业链图解

第二节中国清酒行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对清酒行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对清酒行业的影响分析

第三节我国清酒行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2018-2022年中国清酒行业市场竞争分析

第一节中国清酒行业竞争现状分析

一、中国清酒行业竞争格局分析

二、中国清酒行业主要品牌分析

第二节中国清酒行业集中度分析

一、中国清酒行业市场集中度影响因素分析

二、中国清酒行业市场集中度分析

第三节中国清酒行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2018-2022年中国清酒行业模型分析

第一节中国清酒行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节中国清酒行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国清酒行业SWOT分析结论

第三节中国清酒行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2018-2022年中国清酒行业需求特点与动态分析

第一节中国清酒行业市场动态情况

第二节中国清酒行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节清酒行业成本结构分析

第四节清酒行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国清酒行业价格现状分析

第六节中国清酒行业平均价格走势预测

一、中国清酒行业平均价格趋势分析

二、中国清酒行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国清酒行业所属行业运行数据监测

第一节 中国清酒行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国清酒行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国清酒行业所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 2018-2022年中国清酒行业区域市场现状分析

第一节 中国清酒行业区域市场规模分析

一、影响清酒行业区域市场分布的因素

二、中国清酒行业区域市场分布

第二节 中国华东地区清酒行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区清酒行业市场分析

(1) 华东地区清酒行业市场规模

(2) 华南地区清酒行业市场现状

(3) 华东地区清酒行业市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区清酒行业市场分析

(1) 华中地区清酒行业市场规模

(2) 华中地区清酒行业市场现状

(3) 华中地区清酒行业市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区清酒行业市场分析

(1) 华南地区清酒行业市场规模

(2) 华南地区清酒行业市场现状

(3) 华南地区清酒行业市场规模预测

第五节 华北地区清酒行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区清酒行业市场分析

(1) 华北地区清酒行业市场规模

(2) 华北地区清酒行业市场现状

(3) 华北地区清酒行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区清酒行业市场分析

(1) 东北地区清酒行业市场规模

(2) 东北地区清酒行业市场现状

(3) 东北地区清酒行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区清酒行业市场分析

(1) 西南地区清酒行业市场规模

(2) 西南地区清酒行业市场现状

(3) 西南地区清酒行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区清酒行业市场分析

(1) 西北地区清酒行业市场规模

(2) 西北地区清酒行业市场现状

(3) 西北地区清酒行业市场规模预测

第十一章 清酒行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

· · · · ·

第十二章 2022-2029年中国清酒行业发展前景分析与预测

第一节 中国清酒行业未来发展前景分析

一、清酒行业国内投资环境分析

二、中国清酒行业市场机会分析

三、中国清酒行业投资增速预测

第二节 中国清酒行业未来发展趋势预测

第三节 中国清酒行业规模发展预测

一、中国清酒行业市场规模预测

二、中国清酒行业市场规模增速预测

三、中国清酒行业产值规模预测

四、中国清酒行业产值增速预测

五、中国清酒行业供需情况预测

第四节 中国清酒行业盈利走势预测

第十三章 2022-2029年中国清酒行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 中国清酒行业进入壁垒分析

一、清酒行业资金壁垒分析

二、清酒行业技术壁垒分析

三、清酒行业人才壁垒分析

四、清酒行业品牌壁垒分析

五、清酒行业其他壁垒分析

第二节 清酒行业风险分析

一、清酒行业宏观环境风险

二、清酒行业技术风险

三、清酒行业竞争风险

四、清酒行业其他风险

第三节 中国清酒行业存在的问题

第四节 中国清酒行业解决问题的策略分析

第十四章 2022-2029年中国清酒行业研究结论及投资建议

第一节 观研天下中国清酒行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国清酒行业进入策略分析

一、目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 清酒行业营销策略分析

一、清酒行业产品策略

二、清酒行业定价策略

三、清酒行业渠道策略

四、清酒行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202206/601732.html>