

中国白酒行业发展深度调研与投资前景研究报告 (2023-2030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《中国白酒行业发展深度调研与投资前景研究报告（2023-2030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/202304/633698.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

酒是人类生活中的主要饮料之一，我国的制酒历史源远流长，品种繁多，名酒荟萃，享誉中外。2021年全年中国白酒累计产量达到了715.6万千升，累计下降0.6%。截至2022年12月中国白酒产量为74.1万千升，同比下降8.6%。累计方面，2022年1-12月中国白酒累计产量达到671.2万千升，累计下降5.6%。

数据来源：观研天下数据中心整理

由于经济环境的变化和竞争加剧，企业面临着转型升级、技术创新、品牌定位等诸多挑战。从规模以上企业数量来看，我国白酒产业规模以上企业数量呈不断下降趋势，由2017年的1593家下滑至2021年的965家，2022年维持下降状态为762家。

数据来源：观研天下数据中心整理

从销售额口径来看，前十名白酒公司的市场份额持续提升，由2019年的41.0%增加至2021年的49.7%，预计龙头企业将受益于行业的诸多调整变化，有望获得更大的市场份额；叠加产量与规模以上企业数量不断下降，这意味着中国白酒行业正在经历产业结构、产品结构、市场和消费结构的深度调整，行业进入到品牌集中化发展的更高阶段。

数据来源：观研天下数据中心整理

当下，市场消费主体呈现出消费代际新特点，“Z世代”消费群体个性化、多元化的消费观突出，随着消费主力的转移，传统白酒行业需要通过变革与创新，搭建与新一代消费群体的桥梁，激发市场新活力。从产销量来看，2022年浓香型白酒的产销量占据绝对优势。

数据来源：观研天下数据中心整理

政策肯定白酒行业特色效应，积极打造多元化白酒产业集群，行业长远发展可期。近日，工业和信息化部、国家发展改革委、科技部等十一部门联合印发《关于培育传统优势食品产区和地方特色食品产业的指导意见》。意见指出要培育5个以上年营业收入超过1000亿元的传统优势食品产区，25个以上年营业收入超过100亿元的龙头骨干企业，打造一批全国知名地方特色食品产品品牌和地方特色小吃工业化典型案例，到2025年基本形成“百亿龙头、千亿集群、万亿产业”的地方特色食品发展格局。具体到白酒板块来说，在特色农产品原料基地建设上，涵盖贵州仁怀、四川川南糯红高粱种植基地、青海青稞种植基地等；在地方特色产业集群建设上，打造北京清香型白酒、山西清香型白酒、四川浓香型白酒、赤水河流域酱香型白酒产业集群；在技术工艺及装备提升重点方向上，提及酿酒行业相关技术。政策首次肯定白酒行业的特色文化和产业地位，长远来看，有助于行业向好发展。

消费场景依赖度更高的行业品类表现更为优异，白酒在这一阶段的复苏仍然受到场景驱动的

特征影响。与社零总额增速相比，2023年1-2月餐饮收入同比增速（9.2%）明显快于社零总额（3.5%），2022年1-2月餐饮收入同比增速（8.9%）也快于社零总额（6.7%），主要系餐饮行业更加依赖于多样化的消费场景，包括线下聚饮、节日聚餐、商务活动交流等。可以将2023年1-2月看作社会面放开后第一个复苏阶段，期间迎来春节小高峰，整体餐饮环境得到明显改善，节日宴请活动活跃，反映到白酒消费上，宴席与返乡消费等带动白酒中档产品快速回暖。

我国白酒产业政策发展历程

2008年

2016年

2019年

外部环境

政策导向

4万亿，4月起地产复苏，通胀预期抬头，消费税从严，禁酒驾

政策宽松，流动性改善，国企改革预期强

上半年流动性宽松，外资引入，贸易摩擦影响消退

经济环境

经济局部回暖弱复苏

需求仍疲软，消费低迷弱复苏

春节旺季催化，经济整体弱复苏

行业表现

价格带特征

两头弱，中间旺

中档酒周转率提升率先复苏，高端平稳，次高端萎缩

高端快且稳，次高端存在库存高、增速回落、费用加大等情况

动销

春糖出现转机，下半年动销好转，次高端尚未成为主流

春节主要酒企挺价为先，优化投入，茅台多地出现断货，打开价格天花板，行业动销好于报表表现

春节旺季超预期，春糖、中秋旺季平稳，酱酒热持续升级

批价

年中批价普遍上涨，茅台上涨至700元，五粮液上半年维持在490元，下半年上升至580元，国窖批价从430元上升至530元

茅台批价持续上行，下半年突破千元，五、泸上调出厂价，拉动批价修复至710/620元

上半年茅台批价从1700元上升至2600元左右，下半年略回调；五、泸批价二季度起分别上涨110/5元至920/780元

库存

降至2-3个月左右的安全区间

降至1-2个月左右的合理区间

酒企指标

经营策略

高端酒涨价，二线中档酒聚焦扩张布局积极

龙头酒企转守为攻，高端提价;头部企业兼并重组加速

高端加大品牌投入，部分次高端调整蓄力，区战龙头聚焦升级

酒企状态

汾酒、古井等管理层换届，行业双位数增长，注重渠道精细化和下沉

预收款环比提升，业绩复合预期，蓄水意图明显

企业更加理性克制，布局数字化转型，现金流改善，来年目标理性

营收YoY

249%

149

16%%

利润YoY

34%

10%

18%

数据来源：观研天下数据中心整理

消费场景依赖度更高的行业品类表现更为优异，白酒在这一阶段的复苏仍然受到场景驱动的特征影响。与社零总额增速相比，2023年1-2月餐饮收入同比增速（9.2%）明显快于社零总额（3.5%），2022年1-2月餐饮收入同比增速（8.9%）也快于社零总额（6.7%），主要系餐饮行业更加依赖于多样化的消费场景，包括线下聚饮、节日聚餐、商务活动交流等。可以将2023年1-2月看作社会面放开后第一个复苏阶段，期间迎来春节小高峰，整体餐饮环境得到明显改善，节日宴请活动活跃，反映到白酒消费上，宴席与返乡消费等带动白酒中档产品快速回暖。

1-2月社零数据情况主要类别对比

指标

2023年1-2月

2022年1-2月

绝对量（亿元）

同比增长（%）

绝对量（亿元）

同比增长 (%)

社会消费品零售总额

77067

3.5

74426

6.7

其中:除汽车以外的消费品零售额

70409

5.0

67305

7.0

其中:限额以上单位消费品零售额

28486

2.1

27230

9.1

其中:实物商品网上零售额

17476

5.3

16371

12.3

按经营地分

城镇

66796

3.4

64593

6.7

乡村

10271

4.5

9833

7.1

按消费类型分

餐饮收入

8429

9.2

7718

8.9

其中:限额以上单位餐饮收入

2002

10.2

1720

10.1

商品零售

68638

2.9

66708

6.5

其中:限额以上单位商品零售

26484

1.5

25510

9.1

粮油、食品类

3493

9.0

3103

7.9

饮料类

522

5.2

481

11.4

烟酒类

1109

6.1

1011

13.6

数据来源：观研天下数据中心整理（zppeng）

注：上述信息仅供参考，具体内容以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国白酒行业发展深度调研与投资前景研究报告（2023-2030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 2019-2023年中国白酒行业发展概述

第一节 白酒行业发展情况概述

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

第二节 中国白酒行业生命周期分析

- 一、白酒行业生命周期理论概述

二、白酒行业所属的生命周期分析

第三节白酒行业经济指标分析

一、白酒行业的赢利性分析

二、白酒行业的经济周期分析

三、白酒行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球白酒行业市场发展现状分析

第一节全球白酒行业发展历程回顾

第二节全球白酒行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲白酒行业地区市场分析

一、亚洲白酒行业市场现状分析

二、亚洲白酒行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲白酒行业市场前景分析

第四节北美白酒行业地区市场分析

一、北美白酒行业市场现状分析

二、北美白酒行业市场规模与市场需求分析

三、北美白酒行业市场前景分析

第五节欧洲白酒行业地区市场分析

一、欧洲白酒行业市场现状分析

二、欧洲白酒行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲白酒行业市场前景分析

第六节 2023-2030年世界白酒行业分布走势预测

第七节 2023-2030年全球白酒行业市场规模预测

第三章 中国白酒行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

第二节我国宏观经济环境对白酒行业的影响分析

第三节中国白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

第四节政策环境对白酒行业的影响分析

第五节中国白酒行业产业社会环境分析

第四章 中国白酒行业运行情况

第一节中国白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

第二节中国白酒行业市场规模分析

一、影响中国白酒行业市场规模的因素

二、中国白酒行业市场规模

三、中国白酒行业市场规模解析

第三节中国白酒行业供应情况分析

一、中国白酒行业供应规模

二、中国白酒行业供应特点

第四节中国白酒行业需求情况分析

一、中国白酒行业需求规模

二、中国白酒行业需求特点

第五节中国白酒行业供需平衡分析

第五章 中国白酒行业产业链和细分市场分析

第一节中国白酒行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、白酒行业产业链图解

第二节中国白酒行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对白酒行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对白酒行业的影响分析

第三节我国白酒行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国白酒行业市场竞争分析

第一节中国白酒行业竞争现状分析

一、中国白酒行业竞争格局分析

二、中国白酒行业主要品牌分析

第二节中国白酒行业集中度分析

一、中国白酒行业市场集中度影响因素分析

二、中国白酒行业市场集中度分析

第三节中国白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 2019-2023年中国白酒行业模型分析

第一节中国白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

第二节中国白酒行业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、中国白酒行业SWOT分析结论

第三节中国白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 2019-2023年中国白酒行业需求特点与动态分析

第一节中国白酒行业市场动态情况

第二节中国白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

第三节白酒行业成本结构分析

第四节白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

第五节中国白酒行业价格现状分析

第六节中国白酒行业平均价格走势预测

一、中国白酒行业平均价格趋势分析

二、中国白酒行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国白酒行业所属行业运行数据监测

第一节中国白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

第二节中国白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

第三节中国白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 2019-2023年中国白酒行业区域市场现状分析

第一节中国白酒行业区域市场规模分析

一、影响白酒行业区域市场分布的因素

二、中国白酒行业区域市场分布

第二节中国华东地区白酒行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区白酒行业市场分析

（1）华东地区白酒行业市场规模

（2）华南地区白酒行业市场现状

（3）华东地区白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、华中地区白酒行业市场分析

（1）华中地区白酒行业市场规模

（2）华中地区白酒行业市场现状

（3）华中地区白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、华南地区白酒行业市场分析

（1）华南地区白酒行业市场规模

（2）华南地区白酒行业市场现状

（3）华南地区白酒行业市场规模预测

第五节华北地区白酒行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区白酒行业市场分析

（1）华北地区白酒行业市场规模

（2）华北地区白酒行业市场现状

（3）华北地区白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、东北地区白酒行业市场分析

（1）东北地区白酒行业市场规模

（2）东北地区白酒行业市场现状

（3）东北地区白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、西南地区白酒行业市场分析

（1）西南地区白酒行业市场规模

（2）西南地区白酒行业市场现状

（3）西南地区白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、西北地区白酒行业市场分析

（1）西北地区白酒行业市场规模

（2）西北地区白酒行业市场现状

（3）西北地区白酒行业市场规模预测

第十一章 白酒行业企业分析（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

第七节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第八节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第九节 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 2023-2030年中国白酒行业发展前景分析与预测

第一节中国白酒行业未来发展前景分析

一、白酒行业国内投资环境分析

二、中国白酒行业市场机会分析

三、中国白酒行业投资增速预测

第二节中国白酒行业未来发展趋势预测

第三节中国白酒行业规模发展预测

一、中国白酒行业市场规模预测

二、中国白酒行业市场规模增速预测

三、中国白酒行业产值规模预测

四、中国白酒行业产值增速预测

五、中国白酒行业供需情况预测

第四节中国白酒行业盈利走势预测

第十三章 2023-2030年中国白酒行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国白酒行业进入壁垒分析

一、白酒行业资金壁垒分析

二、白酒行业技术壁垒分析

三、白酒行业人才壁垒分析

四、白酒行业品牌壁垒分析

五、白酒行业其他壁垒分析

第二节白酒行业风险分析

一、白酒行业宏观环境风险

二、白酒行业技术风险

三、白酒行业竞争风险

四、白酒行业其他风险

第三节中国白酒行业存在的问题

第四节中国白酒行业解决问题的策略分析

第十四章 2023-2030年中国白酒行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国白酒行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国白酒行业进入策略分析

一、行业目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 白酒行业营销策略分析

一、白酒行业产品策略

二、白酒行业定价策略

三、白酒行业渠道策略

四、白酒行业促销策略

第四节 观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202304/633698.html>