

中国鸡尾酒行业现状深度研究与投资前景分析报告（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《中国鸡尾酒行业现状深度研究与投资前景分析报告（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/202205/595937.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

一、鸡尾酒概述

鸡尾酒是一种混合饮品，是由两种或两种以上的酒或饮料、果汁、汽水混合而成，有一定的营养价值和欣赏价值，以朗姆酒、金酒、龙舌兰、伏特加、威士忌、白兰地等烈酒或葡萄酒作为基酒，再配以果汁、蛋清、苦精、牛奶、咖啡、糖等其他辅助材料，加以搅拌或摇晃而成的一种混合饮品，最后还可用柠檬片、水果或薄荷叶作为装饰物。

鸡尾酒经典酒品

种类

出品地

配料

玛格丽特

墨西哥

40毫升龙舌兰酒、20毫升君度橙酒、20毫升青柠檬汁

新加坡司令

新加坡莱佛士酒店

40毫升琴酒、20毫升樱桃白兰地、30毫升柠檬汁、10毫升必得利石榴汁、1注安格斯特拉苦酒、冰镇苏打水

血腥玛丽

巴黎的哈里纽约酒吧

50毫升伏特加、10毫升柠檬汁、鲜磨的胡椒粒、盐、2注Tabasco少司、4注伍斯特少司、120毫升番茄汁

琴费士

美国

50毫升琴酒、20毫升柠檬汁、10毫升必得利石榴汁、冰镇苏打水

曼哈顿酒

美国曼哈顿

40毫升加拿大威士忌、20毫升味美思酒、2注安格斯特拉苦酒（用龙胆和苦橙制成的一种苦味利口酒）

激情海岸

美国餐饮连锁店“感恩星期五”

30毫升伏特加、30毫升桃子利口酒、60毫升菠萝汁、60毫升小红莓汁

龙舌兰日出

美国

60毫升龙舌兰酒、100毫升橙汁、10毫升柠檬汁、20毫升必得利石榴汁

亚历山大

英国

白兰地1/3、可可甜酒1/3、鲜奶油1/3、豆蔻粉少量（可以不加）

干马天尼

美国的加利福尼亚州

干金酒1盎司、干威末酒1茶匙、鸡尾酒橄榄1颗

长岛冰茶

长岛

白龙舌兰酒1盎司、伏特加2盎司、柠檬汁2盎司等

数据来源：观研天下整理

二、鸡尾酒行业发展历程

鸡尾酒通过航运的调酒师带进了日本，随后逐渐在亚洲地区发展起来，20世纪90年代才进入我国。从发展历程来看，我国鸡尾酒行业经历了过山车式发展，现阶段逐渐步入正轨阶段。

鸡尾酒发展阶段

数据来源：观研天下整理

1、鸡尾酒起步探索阶段

鸡尾酒20世纪90年代传入我国，属于舶来品，所以品牌以部分欧美、日本为主导，价格高，而且仅仅在沿海发达城市出现，行业规模小。进入21世纪后，鸡尾酒生产企业逐渐增加，百加得、红广场、锐澳等品牌流入市场，进一步推动鸡尾酒消费由即饮向商超等非即饮渠道的转变。

2、鸡尾酒爆发增长阶段

随着国家经济高速发展，科技实力增加，人们可支配收入上升，鸡尾酒行业消费基础进一步加固。同时，由于鸡尾酒门槛低，资金与技术不存在壁垒，且盈利能力较高，所以也吸引了许多品牌与资本的加入，如五粮液、汇源果汁等企业推出了鸡尾酒品类。

2014-2015年我国鸡尾酒行业资本进驻情况

时间

事件

2014年8月

古井贡酒成立百味露酒有限公司，推出“佰色”预调鸡尾酒

2014年9月

黑牛食品公告为TAKI预调鸡尾酒签订金秀贤为形象代言人

2014年11月

五粮液“德古拉”中式预调鸡尾酒在京东商城首发

2015年1月

汇源果汁集团推出“真炫”预调鸡尾酒

2015年2月

洋河股份公告推出DEW（滴诱）预调鸡尾酒

其他

贵州茅台、水井坊、泸州老窖、金枫酒业等多家公司也在计划推出预调鸡尾酒

数据来源：观研天下整理

4、冷却调整阶段

大量品牌与资本的进入，国内鸡尾酒行业快速扩张，但随之而来的产品过剩问题也渐显。同时，由于鸡尾酒门槛低，也使得许多山寨产品层出不穷，并且不断损伤消费者的认可度。因此，我国鸡尾酒尝鲜性消费过气，行业快速冷却，而经销商库存高却没有动销，资本和小品牌企业大批量清退，产业进入调整期。

5、步入正轨阶段

2017年7月，中国酒业协会批准《预调鸡尾酒》团体标准正式立项，2019年1月1日起实施。

《预调鸡尾酒》从总糖、酒精度等理化指标对鸡尾酒进行了界定，规范的出台将更有利于引导市场竞争秩序理性发展。这时RIO推出微醺系列，及后推出强爽系列，成功打开居家消费场景和拓宽餐饮场景。同时，对于过去的经典炫彩瓶进行更换包装，渠道谨慎下沉，RIO带领预调酒逐步走上了正轨。

三、鸡尾酒行业市场规模

随着市场外部环境不断好转，渠道库存趋于正常，2019年我国预调酒行业收入重新恢复正增长，增速达24.32%，2020年销售规模将维持稳定增长态势，约为50亿元。

数据来源：观研天下整理

四、鸡尾酒行业市场规模展望

中国、日本和美国的鸡尾酒产品存在明显差别，中国大部分以朗姆、伏特加、威士忌等烈酒作为基酒，代表品牌锐澳，而美国大部分是硬苏打，代表品牌包括White Claw。

中国、日本和美国的鸡尾酒产品差别

数据来源：观研天下整理

美国鸡尾酒行业发展成熟，人均消费量在6.2L；日本是目前鸡尾酒人均消费量最大的国家，在酒类市场占比高达19.6%，每年人均消费量12.6L；我国预调酒占比仅为0.3%，人均消费量仅为0.1L。因此，对标海外市场，我国鸡尾酒行业处于发展初期，未来有较大市场扩容空间。

数据来源：观研天下整理

日本酒文化盛行，对酒需求旺盛。近年来，随着经济疲软及税收政策影响，日本啤酒、发泡酒等品类消费量明显下降，而以RTD为主的利口酒逆市崛起，销售额从2006年的3425亿日元增长至2020年的9075亿日元，年均复合增速为7.21%，抢占大部分啤酒的市场份额。

数据来源：观研天下整理

日本不同酒类的酒税负担率

品类\区分

典型零售价（含税日元）

酒税金额（日元）

消费税额（日元）

酒税负担率%（ + ）/

啤酒

364

139.26

33.09

47.3

发泡酒

168

46.99

15.27

37.1

预调酒

147

28

13.36

28.1

清酒

2055

216

186.82

19.6

果实酒

649

57.6

59

18

连续蒸馏烧酒

1510

450

137.27

38.9

单式蒸馏烧酒

1878

450

170.73

33.1

威士忌

2068

301

188

23.6

数据来源：观研天下整理

与此同时，随着饮用场合随性化，家庭场景的消费逐渐占据主导。根据三得利集团调查结果显示，日本消费者宅家自饮也主要选择预调酒、啤酒和第三类啤酒等低度酒类。

日本消费者宅家自饮主要选择酒类

年龄段

全体

20-29

30-39

40-49

50-59

60-69

1位

预调酒（24.3%）

预调酒（42.1%）

预调酒（30.8%）

预调酒（24.9%）

预调酒 (17.1%)

预调酒 (13.7%)

2位

啤酒 (20.3%)

啤酒 (31.3%)

啤酒 (26.7%)

啤酒 (20.5%)

啤酒 (14.0%)

啤酒 (13.0%)

3位

第三类啤酒 (15.8%)

第三类啤酒 (16.4%)

第三类啤酒 (20.5%)

第三类啤酒 (16.4%)

第三类啤酒 (13.8%)

第三类啤酒 (12.6%)

4位

葡萄酒 (11.7%)

发泡酒 (16.2%)

发泡酒 (16.0%)

葡萄酒 (10.7%)

葡萄酒 (9.8%)

葡萄酒 (12.2%)

5位

发泡酒 (10.8%)

葡萄酒 (15.3%)

葡萄酒 (11.6%)

烧酒 (10.3%)

发泡酒/烧酒 (8.4%)

烧酒 (8.8%)

数据来源：观研天下整理 (WYD)

观研报告网发布的《中国鸡尾酒行业现状深度研究与投资前景分析报告 (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年中国鸡尾酒行业发展概述

第一节 鸡尾酒行业发展情况概述

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

第二节 中国鸡尾酒行业生命周期分析

- 一、鸡尾酒行业生命周期理论概述
- 二、鸡尾酒行业所属的生命周期分析

第三节 鸡尾酒行业经济指标分析

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

第二章 2018-2022年全球鸡尾酒行业市场发展现状分析

- 第一节全球鸡尾酒行业发展历程回顾
- 第二节全球鸡尾酒行业市场规模与区域分布情况
- 第三节亚洲鸡尾酒行业地区市场分析
 - 一、亚洲鸡尾酒行业市场现状分析
 - 二、亚洲鸡尾酒行业市场规模与市场需求分析
 - 三、亚洲鸡尾酒行业市场前景分析
- 第四节北美鸡尾酒行业地区市场分析
 - 一、北美鸡尾酒行业市场现状分析
 - 二、北美鸡尾酒行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美鸡尾酒行业市场前景分析
- 第五节欧洲鸡尾酒行业地区市场分析
 - 一、欧洲鸡尾酒行业市场现状分析
 - 二、欧洲鸡尾酒行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧洲鸡尾酒行业市场前景分析
- 第六节 2022-2029年世界鸡尾酒行业分布走势预测
- 第七节 2022-2029年全球鸡尾酒行业市场规模预测

第三章 中国鸡尾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鸡尾酒行业的影响分析
- 第三节中国鸡尾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

第四节政策环境对鸡尾酒行业的影响分析

第五节中国鸡尾酒行业产业社会环境分析

第四章 中国鸡尾酒行业运行情况

第一节中国鸡尾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

第二节中国鸡尾酒行业市场规模分析

一、影响中国鸡尾酒行业市场规模的因素

二、中国鸡尾酒行业市场规模

三、中国鸡尾酒行业市场规模解析

第三节中国鸡尾酒行业供应情况分析

一、中国鸡尾酒行业供应规模

二、中国鸡尾酒行业供应特点

第四节中国鸡尾酒行业需求情况分析

一、中国鸡尾酒行业需求规模

二、中国鸡尾酒行业需求特点

第五节中国鸡尾酒行业供需平衡分析

第五章 中国鸡尾酒行业产业链和细分市场分析

第一节中国鸡尾酒行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、鸡尾酒行业产业链图解

第二节中国鸡尾酒行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对鸡尾酒行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对鸡尾酒行业的影响分析

第三节我国鸡尾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年中国鸡尾酒行业市场竞争分析

第一节 中国鸡尾酒行业竞争现状分析

一、中国鸡尾酒行业竞争格局分析

二、中国鸡尾酒行业主要品牌分析

第二节 中国鸡尾酒行业集中度分析

一、中国鸡尾酒行业市场集中度影响因素分析

二、中国鸡尾酒行业市场集中度分析

第三节 中国鸡尾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年中国鸡尾酒行业模型分析

第一节 中国鸡尾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 中国鸡尾酒行业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、中国鸡尾酒行业SWOT分析结论

第三节 中国鸡尾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年中国鸡尾酒行业需求特点与动态分析

第一节 中国鸡尾酒行业市场动态情况

第二节 中国鸡尾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 鸡尾酒行业成本结构分析

第四节 鸡尾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 中国鸡尾酒行业价格现状分析

第六节 中国鸡尾酒行业平均价格走势预测

一、中国鸡尾酒行业平均价格趋势分析

二、中国鸡尾酒行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国鸡尾酒行业所属行业运行数据监测

第一节 中国鸡尾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 中国鸡尾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 中国鸡尾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年中国鸡尾酒行业区域市场现状分析

第一节中国鸡尾酒行业区域市场规模分析

一、影响鸡尾酒行业区域市场分布的因素

二、中国鸡尾酒行业区域市场分布

第二节中国华东地区鸡尾酒行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区鸡尾酒行业市场分析

(1) 华东地区鸡尾酒行业市场规模

(2) 华南地区鸡尾酒行业市场现状

(3) 华东地区鸡尾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、华中地区鸡尾酒行业市场分析

(1) 华中地区鸡尾酒行业市场规模

(2) 华中地区鸡尾酒行业市场现状

(3) 华中地区鸡尾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、华南地区鸡尾酒行业市场分析

(1) 华南地区鸡尾酒行业市场规模

(2) 华南地区鸡尾酒行业市场现状

(3) 华南地区鸡尾酒行业市场规模预测

第五节华北地区鸡尾酒行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区鸡尾酒行业市场分析

(1) 华北地区鸡尾酒行业市场规模

(2) 华北地区鸡尾酒行业市场现状

(3) 华北地区鸡尾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、东北地区鸡尾酒行业市场分析

- (1) 东北地区鸡尾酒行业市场规模
- (2) 东北地区鸡尾酒行业市场现状
- (3) 东北地区鸡尾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、西南地区鸡尾酒行业市场分析
 - (1) 西南地区鸡尾酒行业市场规模
 - (2) 西南地区鸡尾酒行业市场现状
 - (3) 西南地区鸡尾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、西北地区鸡尾酒行业市场分析
 - (1) 西北地区鸡尾酒行业市场规模
 - (2) 西北地区鸡尾酒行业市场现状
 - (3) 西北地区鸡尾酒行业市场规模预测

第十一章 鸡尾酒行业企业分析（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年中国鸡尾酒行业发展前景分析与预测

第一节 中国鸡尾酒行业未来发展前景分析

- 一、鸡尾酒行业国内投资环境分析
- 二、中国鸡尾酒行业市场机会分析
- 三、中国鸡尾酒行业投资增速预测

第二节 中国鸡尾酒行业未来发展趋势预测

第三节 中国鸡尾酒行业规模发展预测

- 一、中国鸡尾酒行业市场规模预测
- 二、中国鸡尾酒行业市场规模增速预测
- 三、中国鸡尾酒行业产值规模预测
- 四、中国鸡尾酒行业产值增速预测
- 五、中国鸡尾酒行业供需情况预测

第四节 中国鸡尾酒行业盈利走势预测

第十三章 2022-2029年中国鸡尾酒行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国鸡尾酒行业进入壁垒分析

- 一、鸡尾酒行业资金壁垒分析
- 二、鸡尾酒行业技术壁垒分析
- 三、鸡尾酒行业人才壁垒分析
- 四、鸡尾酒行业品牌壁垒分析
- 五、鸡尾酒行业其他壁垒分析

第二节鸡尾酒行业风险分析

- 一、鸡尾酒行业宏观环境风险
- 二、鸡尾酒行业技术风险
- 三、鸡尾酒行业竞争风险
- 四、鸡尾酒行业其他风险

第三节中国鸡尾酒行业存在的问题

第四节中国鸡尾酒行业解决问题的策略分析

第十四章 2022-2029年中国鸡尾酒行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国鸡尾酒行业研究综述

- 一、行业投资价值
- 二、行业风险评估

第二节中国鸡尾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

第三节鸡尾酒行业营销策略分析

- 一、鸡尾酒行业产品策略
- 二、鸡尾酒行业定价策略
- 三、鸡尾酒行业渠道策略
- 四、鸡尾酒行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202205/595937.html>