

2021年中国白酒市场分析报告- 市场运营态势与发展前景研究

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《2021年中国白酒市场分析报告-市场运营态势与发展前景研究》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://baogao.chinabaogao.com/jiulei/536167536167.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

白酒是具有以酯类为主体的复合香味，以曲类、酒母为糖化发酵剂，利用淀粉质（糖类）原料，经蒸煮、糖化、发酵、蒸馏、陈酿和勾兑而酿制而成的酒。

在产量方面，近年来，白酒行业产量已连续多年出现下滑。2020年我国白酒产量740.73万千升，同比下降2.46%。销售收入方面，2020年略有回升，同比增长4.61%至5836.39亿元。

2015-2020年中国白酒产量 数据来源：中国酒业协会

2015-2020年我国白酒行业销售收入 数据来源：中国酒业协会

一、供应商的议价能力

粮食和包装是白酒产业最主要的生产成本，分别占20%、40%左右，因此，白酒业的供应商一般为粮食和包装。近年来，根据国家的产业政策，粮食价格不断上涨，而且由于物价的上涨，供需不平衡导致能源的价格也是不断攀升，因此，粮食供应商的讨价能力较高。包装方面，因白酒还具有一定的社交属性，精美的包装能在一定程度上提高白酒产品的附加值，但提供包装的厂商众多，尤其面对龙头白酒企业，很难掌握主动议价权。

白酒成本构成

构成要素

概述

原料成本

原料成本为最基础的成本，白酒的生产主要有三种方式：1、配制型白酒：就是食用酒精经过降度和使用正常的勾兑技术进行调兑而成。而食用酒精现在的可用原料很多，像薯干、玉米、糖蜜、秸秆都可以发酵蒸馏酒精。此称为液态酿酒，好处就是可控、干净、效率高、成本低。市面上一吨食用酒精的大概价格在5000-7000元，价格高低取决于所用的原料和度数等级

2、酿造型白酒：即纯粮固态酿酒，其原料标准很高，必须是高粱、玉米、小麦、大米、糯米、大麦、荞麦等谷物(不包括薯类与果蔬类)，要求颗粒均匀饱满、新鲜、无虫蛀、无霉变。谷物的出酒率大概是40%-45%，而大米、小麦、高粱等粮食的价格大家心中有数，折算下来，第二种生产方式只算原料成本大概也是第一种方式几何倍数

3、第三种方式，即固液结合：将液态法酿造的白酒与固态法酿造的白酒进行混合勾兑的生产方式。此方法吸收固态法白酒的丰富口感，液态法白酒的低成本，扬长避短，其成本和品质介于固态法与液态法之间

人工成本

液态酿酒，工艺相对简单，人工成本相对低；固态酿酒，生产工艺十分复杂，根据每个酒厂酿造规程不同而定成本，人工成本相对高

燃料、辅料和设备成本

除酒精勾兑酒(食用酒精加香料)不用燃料外，液态法白酒不需要蒸粮食，但蒸馏酒还是要用到燃料的，而固态法白酒不仅在蒸酒过程中要用燃料，在整个酿造过程中还要用燃料蒸熟粮食，固态法酿造燃料用量很大，成本自然增加。燃料主要是指电、煤炭、液化气、天然气、农作物的秸秆等

辅料主要是指水和酒曲。蒸粮食，蒸酒都需要用水，把蒸熟的粮食变成酒更是少不了酒曲的作用。无论是酿酒作坊还是大酒厂辅料是必不可少的成本，且酒曲在纯粮酒的内涵成本中占比还是较大的

大酒厂生产规模化、自动化，设备使用量大，房屋、设备等的折旧大，这些都要计入白酒的成本中去。而酿酒作坊折旧少，这方面的成本就很低

时间成本

时间本身的消耗就是一项非常高的成本，茅台酒每年只能生产一季;每年产出的酒要封存放三年以上才能勾兑，勾兑后又要存放一年以上才能出厂，其中加上投料、发酵、烤酒的时间，酒龄至少都在五年以上

包装成本

包装越豪华越奢侈，成本越高

营销成本

越是品牌的白酒这方面的支出越高，而小作坊是不可能有这样的支出，所以酿酒作坊这方面的成本占比几乎为零

研发成本

对于有一定规模的大酒厂而言，一定会投入部分资金用于开发新的产品，或者将现有产品进行升级，使之从外观到口感更适合消费者，更容易被消费者接受。他们要花巨资购买先进设备，如气相色谱仪、液相色谱仪(这些高尖端的分析仪器，少则几百万元，多则上千万元)，借助这些现代化设备先确定色谱骨架(即白酒中有机物微量成分大致含量和成分组成)与样板相同确定基酒，再由调酒师(勾兑师)凭感官(闻、尝)进行勾兑完成。通过这些设备可以提高勾兑技术和水平，这些投入当然要计入白酒的成本中。但酿酒作坊是不具备这种条件和能力的，使得酿酒作坊的白酒成本和价格远低于大酒厂，也正是他们不具备这种条件和能力成就了中华传统酿酒工艺——固态发酵工艺的传承和延续资料来源：公开资料

二、购买者的议价能力

白酒行业中的买房议价能力根据不同层次的品牌而定，目前，白酒市场两级分化明显，可分为高端品牌、中低端品牌。对于高端品牌则凭借其垄断地位的优势、历史文化优势、品牌优势以及消费者追求高档的心理，牢牢掌控定价权，消费者几乎没有选择余地。而中低档白酒对于饮酒人士而言属于生活必需品，因此议价能力较弱。

2014-2019年中国白酒表观需求量 数据来源：公开资料

三、新进入者的威胁

随着我国食品安全标准的提升，以及白酒主要原材料资源的减少，我国白酒行业的进

入壁垒相应提高，但是另一方面，受白酒行业近几年超高利润所带来的诱惑，也使得许多企业跃跃欲试，行业吸引力仍然较强。

2019年我国各类酒业利润增长率 数据来源：公开资料

2010-2020年我国白酒相关企业注册量 数据来源：公开资料

四、替代品的威胁

白酒的替代品无非是其他酒精饮料，但中低端白酒市场相关产品的替代性较弱，这需要防止居民消费习惯的改变。而高端白酒市场由于过多的是追求的一种消费心理和消费层次，目前进口葡萄酒，对中高档白酒行业的替代性相对较强。

2019年我国酒类行业销售收入构成 数据来源：公开资料

五、同业竞争者的竞争程度

白酒行业作为一个发展迅速的行业，其经济特征日益突出，竞争厂商数量多，但大部分相对规模较小，而头部品牌如茅台、五粮液、泸州老窖等竞争实力一直很强，不但牢牢霸占着白酒的市场份额，还有继续挤压其他品牌的趋势。2019年茅台、五粮液等销售规模达到100亿元以上的白酒企业营收共计2016.22亿元，市场占有率35.9%。

消费者喝过的白酒品牌比例 数据来源：公开资料

消费者常喝的白酒品牌 数据来源：公开资料

中国白酒头部企业市场占有率情况

公司名称

属地

核心产品香型

主要产品

2019年酒类业务收入（亿元）

市占率（%）

贵州茅台

贵州

酱香型

贵州茅台酒、茅台王子酒

853.45

15.19

五粮液

四川

浓香型

五粮液、五粮春、五粮醇

463.02

8.24

洋河股份

江苏

浓香型

梦之蓝、天之蓝、双沟大曲

221.61

3.94

泸州老窖

四川

浓香型

国窖1573、泸州老窖特曲

156.16

2.78

山西汾酒

山西

清香型

汾酒、竹叶青酒、杏花村酒

117.45

2.09

顺鑫农业

北京

清香型

牛栏山二锅头

102.89

1.83

古井贡酒

安徽

浓香型

古井贡酒

101.64

1.81资料来源：公开资料（TC）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国白酒市场分析报告-市场运营态势与发展前景研究》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。

它是业内企业、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。

【报告大纲】

第一章 2017-2020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、白酒行业基本情况介绍
- 三、白酒行业发展特点分析
- 四、白酒行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、白酒行业需求主体分析

第二节 中国白酒行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、白酒行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - 1、沟通协调机制
 - 2、风险分配机制
 - 3、竞争协调机制
- 四、中国白酒行业产业链环节分析
 - 1、上游产业

2、下游产业

第三节 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

第四节 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

第五节 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

第二章 2017-2020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 2021-2026年世界白酒行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球白酒行业市场规模预测

第三章 中国白酒产业发展环境分析

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、全社会消费品白酒总额

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 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

第三节 中国白酒产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

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

第三节 中国白酒行业供应情况分析

第四节 中国白酒行业需求情况分析

第五节 我国白酒行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

三、其它细分市场

第六节 中国白酒行业供需平衡分析

第七节 中国白酒行业发展趋势分析

第五章 中国白酒所属行业运行数据监测

第一节 中国白酒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

第六章 2017-2020年中国白酒市场格局分析

第一节 中国白酒行业竞争现状分析

一、中国白酒行业竞争情况分析

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 中国白酒行业存在的问题

第四节 中国白酒行业解决问题的策略分析

第五节 中国白酒行业钻石模型分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国白酒行业需求特点与动态分析

第一节 中国白酒行业消费市场动态情况

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、渠道因素

四、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、中国白酒行业价格影响因素

二、中国白酒行业平均价格走势预测

三、中国白酒行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020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布

第二节 中国华东地区白酒市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区白酒市场规模分析

四、华东地区白酒市场规模预测

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、华中地区白酒市场规模分析

四、华中地区白酒市场规模预测

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、华南地区白酒市场规模分析

四、华南地区白酒市场规模预测

第九章 2017-2020年中国白酒行业竞争情况

第一节 中国白酒行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国白酒行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国白酒行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 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、公司优劣势分析

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、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026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 中国白酒行业市场发展预测

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

一、中国白酒行业毛利润同比增速预测

二、中国白酒行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国白酒行业投资风险与营销分析

第一节 白酒行业投资风险分析

一、白酒行业政策风险分析

二、白酒行业技术风险分析

三、白酒行业竞争风险分析

四、白酒行业其他风险分析

第二节 白酒行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国白酒行业发展战略及规划建议

第一节 中国白酒行业品牌战略分析

一、白酒企业品牌的重要性

二、白酒企业实施品牌战略的意义

三、白酒企业品牌的现状分析

四、白酒企业的品牌战略

五、白酒品牌战略管理的策略

第二节 中国白酒行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国白酒行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第四节 白酒行业竞争力提升策略

一、白酒行业产品差异性策略

二、白酒行业个性化服务策略

三、白酒行业的促销宣传策略

四、白酒行业信息智能化策略

五、白酒行业品牌化建设策略

六、白酒行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国白酒行业发展策略及投资建议

第一节 中国白酒行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国白酒行业营销渠道策略

一、白酒行业渠道选择策略

二、白酒行业营销策略

第三节 中国白酒行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国白酒行业重点投资区域分析

二、中国白酒行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiulei/536167536167.html>