

中国酱酒行业发展深度研究与投资前景分析报告 (2024-2031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《中国酱酒行业发展深度研究与投资前景分析报告（2024-2031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/202403/696849.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

近年来我国酱酒行业规模不断扩大，在2023年中国酱酒产能增速有所放缓，但依旧保持稳中有进，在酱酒行业竞争中持续处于领先地位。据统计，2023年，中国酱酒产能约75万千升，同比增长7.1%；实现销售收入约2300亿元，同比增长9.5%；实现利润约940亿元，同比增长8%。

资料来源：公开资料、观研天下整理

我国酱酒行业竞争来看，头部酱酒企业的品牌产品占据市场主流，且市场份额正快速向头部品牌集中，目前，我国酱酒行业头部企业主要有贵州茅台酒股份有限公司、郎酒股份、贵州贵习酒业。且2023年贵州茅台、四川郎酒、贵州习酒等业内企业均实现较好的业绩营收。

我国酱酒行业相关企业情况

企业名称

成立时间

主营业务

竞争优势

贵州茅台酒股份有限公司

1999年

公司主要业务是茅台酒及系列酒的生产与销售

品牌优势：主导产品“贵州茅台酒”是世界三大蒸馏名酒之一，也是集国家地理标志产品、有机食品和国家非物质文化遗产于一身的白酒品牌。

销售优势：公司产品通过直销和批发代理渠道进行销售。直销渠道指自营和“i茅台”数字营销平台渠道，批发代理渠道指社会经销商、商超、电商等渠道。拥有较为稳定的消费者群体、“茅粉”群体、稳定的销售渠道，经过几次行业大调整的洗礼，抗风险能力增强，发展基础扎实稳固。

技术优势：茅台独特性主要体现在5年陈酿工艺上，即用纯净小麦制成高温大曲和高粱作酿酒原料，经二次投料，九次蒸煮蒸馏，八次摊凉，加曲，堆积，八次发酵，七次取酒，分型贮存，勾兑出厂，以及独特地理环境，微生物环境方面，造就了产品稀缺性和不可复制性。

市场占有优势：在国内高档酒市场中，贵州茅台占据了很高的份额，市场占有率超过60%，显示出其在市场上的强大竞争力。

质量优势：公司注重品质的控制，从原材料采购到酿造过程都有严格的规范，确保了产品的稳定性和一致性。

郎酒股份

1957年

以生产经营中国名酒“郎”牌系列酒为主营业务的大型现代化企业，为中国传统酱香型白酒生产企业

生产优势：二郎酱香产区现已拥有7万吨优质酱酒年产能，优质酱酒储存量已达22万吨，未来储量将突破30万吨。郎酒泸州浓酱兼香产区已部分投产，建成后年产原酒将达15-20万吨，储存量30万吨。

质量优势：上百名国家级酿酒大师、国家级品酒大师、国家级白酒评委、四川省级白酒评委组成强大的酿造技术团队，坚实保障郎酒卓越品质。

贵州贵习酒业

1982年

生产优质酱香型白酒

产品优势：贵习酒坚持采用传统酿造技术，吸取诸家名酒之长，结合现代科学管理，精选本地有机优质高粮、小麦为主要原料，运用特殊工艺精心酿造，保持了与茅台酒、习酒同宗同源一脉相承的风格，具有酱香突出、香气优雅细腻、空杯留香持久的特色，深受广大消费者喜爱。资料来源：公开资料、观研天下整理

数据显示，2023年贵州茅台股份公司预计实现营业收入1495亿元，同比增长17.20%，预计实现净利润735亿元，同比增长17.2%。2023年四川郎酒和贵州习酒两家头部酱酒企业营收均超过200亿元，贵州国台、贵州珍酒、茅台保健酒业三家主流酱酒企业营收约在50-70亿元之间。贵州金沙窖酒厂、贵州钓鱼台国宾酒业两家重点酱酒企业营收约在15-25亿元之间。除此之外，2023年多家中小型酱酒企业业绩也较为可观，如广西丹泉、湖南武陵、仁怀酱香酒、贵州酣客君丰、肆拾玖坊、岩石股份等2023年销售回款也均超过10亿元。

2023年我国酱酒行业的部分企业业绩营收预计情况

企业	营业收入预计
贵州茅台	1495亿元
四川郎酒和贵州习酒	超过200亿元
贵州国台、贵州珍酒、茅台保健酒业	50-70亿元
贵州金沙窖酒厂、贵州钓鱼台国宾酒业	15-25亿元

广西丹泉、湖南武陵、仁怀酱香酒、贵州酣客君丰、肆拾玖坊、岩石股份 超过10亿元

资料来源：公开资料、观研天下整理

在价格方面，随着业内格局愈发明晰，酱酒的四个主流价格带也正式形成。主要形成了四个价格带分布区间，分别为2000元以上的飞天茅台、红运郎等超高端酱酒价格段，1000元左右的青花郎、君品习酒、茅台1935等高端酱酒价格带，600元左右的窖藏1988、红花郎15、国台十五、摘要、珍三十等次高端价格带，300元左右的国台国标、珍十五、汉酱、红花郎10等中高端价格带。

酱酒行业主流价格带

资料来源：公开资料、观研天下整理（DSY）

注：上述信息仅供参考，具体内容请以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国酱酒行业发展深度研究与投资前景分析报告（2024-2031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。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国酱酒行业发展概述

第一节 酱酒行业发展情况概述

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

第二节 中国酱酒行业生命周期分析

- 一、酱酒行业生命周期理论概述
- 二、酱酒行业所属的生命周期分析

第三节 酱酒行业经济指标分析

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

第二章 2019-2023年全球酱酒行业市场发展现状分析

第一节 全球酱酒行业发展历程回顾

第二节全球酱酒行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲酱酒行业地区市场分析

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

第四节北美酱酒行业地区市场分析

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

第五节欧洲酱酒行业地区市场分析

- 一、欧洲酱酒行业市场现状分析
- 二、欧洲酱酒行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲XX行业市场前景分析

第六节 2023-2030年世界酱酒行业分布走势预测

第七节 2023-2030年全球酱酒行业市场规模预测

第三章 中国酱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酱酒行业的影响分析

第三节中国酱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

第四节政策环境对酱酒行业的影响分析

第五节中国酱酒行业产业社会环境分析

第四章 中国酱酒行业运行情况

第一节中国酱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

第二节中国酱酒行业市场规模分析

- 一、影响中国酱酒行业市场规模的因素
- 二、中国酱酒行业市场规模
- 三、中国酱酒行业市场规模解析

第三节中国酱酒行业供应情况分析

一、中国酱酒行业供应规模

二、中国酱酒行业供应特点

第四节中国酱酒行业需求情况分析

一、中国酱酒行业需求规模

二、中国酱酒行业需求特点

第五节中国酱酒行业供需平衡分析

第五章 中国酱酒行业产业链和细分市场分析

第一节中国酱酒行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、酱酒行业产业链图解

第二节中国酱酒行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对酱酒行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对酱酒行业的影响分析

第三节我国酱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年中国酱酒行业市场竞争分析

第一节中国酱酒行业竞争现状分析

一、中国酱酒行业竞争格局分析

二、中国酱酒行业主要品牌分析

第二节中国酱酒行业集中度分析

一、中国酱酒行业市场集中度影响因素分析

二、中国酱酒行业市场集中度分析

第三节中国酱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年中国酱酒行业模型分析

第一节中国酱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

第二节中国酱酒行业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、中国酱酒行业SWOT分析结论

第三节中国酱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年中国酱酒行业需求特点与动态分析

第一节中国酱酒行业市场动态情况

第二节中国酱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

第三节酱酒行业成本结构分析

第四节酱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

第五节中国酱酒行业价格现状分析

第六节中国酱酒行业平均价格走势预测

- 一、中国酱酒行业平均价格趋势分析
- 二、中国酱酒行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国酱酒行业所属行业运行数据监测

第一节中国酱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

第二节中国酱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

第三节中国酱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年中国酱酒行业区域市场现状分析

第一节中国酱酒行业区域市场规模分析

- 一、影响酱酒行业区域市场分布的因素
- 二、中国酱酒行业区域市场分布

第二节中国华东地区酱酒行业市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区酱酒行业市场分析
 - (1) 华东地区酱酒行业市场规模
 - (2) 华南地区酱酒行业市场现状
 - (3) 华东地区酱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、华中地区酱酒行业市场分析

- (1) 华中地区酱酒行业市场规模
- (2) 华中地区酱酒行业市场现状
- (3) 华中地区酱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、华南地区酱酒行业市场分析

- (1) 华南地区酱酒行业市场规模
- (2) 华南地区酱酒行业市场现状
- (3) 华南地区酱酒行业市场规模预测

第五节华北地区酱酒行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区酱酒行业市场分析

- (1) 华北地区酱酒行业市场规模
- (2) 华北地区酱酒行业市场现状
- (3) 华北地区酱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、东北地区酱酒行业市场分析

- (1) 东北地区酱酒行业市场规模
- (2) 东北地区酱酒行业市场现状
- (3) 东北地区酱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、西南地区酱酒行业市场分析

- (1) 西南地区酱酒行业市场规模
- (2) 西南地区酱酒行业市场现状
- (3) 西南地区酱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、西北地区酱酒行业市场分析

- (1) 西北地区酱酒行业市场规模
- (2) 西北地区酱酒行业市场现状
- (3) 西北地区酱酒行业市场规模预测

第十一章 酱酒行业企业分析（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年中国酱酒行业发展前景分析与预测

第一节 中国酱酒行业未来发展前景分析

一、酱酒行业国内投资环境分析

二、中国酱酒行业市场机会分析

三、中国酱酒行业投资增速预测

第二节 中国酱酒行业未来发展趋势预测

第三节 中国酱酒行业规模发展预测

一、中国酱酒行业市场规模预测

二、中国酱酒行业市场规模增速预测

三、中国酱酒行业产值规模预测

四、中国酱酒行业产值增速预测

五、中国酱酒行业供需情况预测

第四节中国酱酒行业盈利走势预测

第十三章 2023-2030年中国酱酒行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国酱酒行业进入壁垒分析

一、酱酒行业资金壁垒分析

二、酱酒行业技术壁垒分析

三、酱酒行业人才壁垒分析

四、酱酒行业品牌壁垒分析

五、酱酒行业其他壁垒分析

第二节酱酒行业风险分析

一、酱酒行业宏观环境风险

二、酱酒行业技术风险

三、酱酒行业竞争风险

四、酱酒行业其他风险

第三节中国酱酒行业存在的问题

第四节中国酱酒行业解决问题的策略分析

第十四章 2023-2030年中国酱酒行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国酱酒行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国酱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 酱酒行业营销策略分析

一、酱酒行业产品策略

二、酱酒行业定价策略

三、酱酒行业渠道策略

四、酱酒行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202403/696849.html>