

中国白酒行业发展深度分析与未来投资预测报告 (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《中国白酒行业发展深度分析与未来投资预测报告（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/202208/607977.html>

报告价格：电子版: 7800元 纸介版：7800元 电子和纸介版: 8000

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

白酒的标准定义是：以粮谷为主要原料，以大曲、小曲或麸曲及酒母等为糖化发酵剂，经蒸煮、糖化、发酵、蒸馏而制成的蒸馏酒。又称烧酒、老白干、烧刀子等。酒质无色(或微黄)透明，气味芳香纯正，入口绵甜爽净，酒精含量较高，经贮存老熟后，具有以酯类为主体的复合香味。白酒主要集中在长江上游和赤水河流域的贵州仁怀、四川宜宾、泸州三角地带、以及山西汾阳有着全球规模最大、质量最优的蒸馏酒产区，其白酒产业集群扛起中国白酒产业的半壁河山。

白酒行业是指以生产、销售白酒为主的行业。食品工业看白酒，白酒行业看龙头。一直以来，白酒都是食品工业中产值最大，附加值最高的行业，也是国家税收的重要来源。

资料来源：观研天下数据中心整理

白酒行业运营情况

1、白酒行业经营模式

白酒在我国已经有五千年的历史，发展至今，它的经营模式已经延伸出了各种各样的形式，不仅丰富了人们生活，还在一定程度上刺激了消费者进行白酒消费的行为，目前比较常见的白酒经营形式有总代模式、区域代理模式、“代理+直销”混合模式、深度分销模式。

资料来源：观研天下整理

2、白酒行业生命周期

白酒属于快消品，产品的生命周期较长，行业规模大而稳定，马太效应较为显著，大型酒企对小酒企的挤出效应明显，龙头企业的护城河不容易被颠覆。

中国白酒业经由20世纪 8、90 年代的大发展及过度竞争时期，2012年从成长期步入成熟期，目前行业处于生命周期中成熟期的中后期，表现为前期积累的产能过剩，社会库存过大，潜在顾客越来越少，行业竞争加剧，产品价格走低，促销费用增加，整个白酒行业的盈利空间持续缩减。

资料来源：观研天下整理

从行业内来看，不同的白酒品牌产品生命周期曲线形状也存在差异，例如：茅台、五粮液、洋河等全国性品牌生命周期较长，发展下沉速度快，多处于快速成长期或成熟期；其它一些区域性品牌仅极少数处于成长期、成熟期，绝大部分处于成熟期与衰退期间，甚至有许多产品根本就没有进入市场或没走完幼稚期和成长期就夭折了。根据近十年我国酒企整体注册量变化来看，不仅是新增酒企数量降低，白酒规模以上酒企和整体产量也出现递减趋势，由此可以看出白酒品牌多处于衰退期。

资料来源：企查查、观研天下整理

3、白酒行业赢利性

从盈利的角度来看，白酒行业是完全符合巴菲特所推崇的拥有无法攻破的“护城河”的行业，独特的行业特征和经营模式是其业绩成长性傲视群雄的根源所在。2000年以来,我国一共经历四轮通胀周期，期间白酒表现出“量稳利增”趋势（即毛利率和净利润率持平或提升），不惧通胀影响。一方面是因为白酒的原材料和人工成本等上升对企业盈利的负面影响小，盈利能力受通胀影响较小。另一方面，白酒企业产业地位突出，一旦品牌优势形成，就具有较高的议价权，且消费者对于价格接受度高，酒企可以通过提价来转移成本压力。目前我国白酒行业处于量减价增的挤压式增长阶段，即使没有成本上行压力，为实现品牌价值提升、维护产品生命周期，各酒企也在积极的进行小步提价、规模扩张、产能提升、营销攻势加剧、布局电商平台、跨界经营等活动，进而带动利润空间进一步提升。

4、白酒行业附加值的提升空间

在白酒行业产品同质化竞争日趋激烈、市场价格空间紧凑、渠道利润透明的大市场环境下，中低档白酒的市场及盈利空间在不断的缩小，而代表着高利润、高附加值的高档白酒市场正逐渐呈现快速上升的态势。从生意属性看，白酒行业更容易做出差异化，品牌溢价能力更强，可以提升单一品牌的高附加值；从生产角度来看，产区集中也能带来附加值。

资料来源：《中国酒业》、观研天下整理

二、白酒行业消费特点

1、白酒行业消费主体

根据近两年《中国白酒消费趋势报告》数据显示：白酒消费的主力军年龄在31-40岁，21-30岁用户占比逐年增加，消费群体在逐渐年轻化，且白酒消费者中超七成为男性，是女性消费者人数的2.6倍。

资料来源：《中国白酒消费趋势报告》、观研天下整理

2、白酒行业消费者偏好调查

1) 消费场景

中国自古以来便有“无酒不成席”的传统饮酒习惯，千年来酒类饮品都是人们在各种社交场合中联络感情、相互交流和沟通的工具。从消费场景来看，朋友聚会和商务应酬是最常喝白酒的场合。

资料来源：观研天下整理

2) 消费地点及价格接受度

目前白酒市场消费主体呈现出消费代际新特点，从白酒消费地点以及价格接受度来看，18-29岁的年轻消费者偏好选择中高档餐厅且酒饮消费在300元以下，30岁以上的消费者偏好选

择大众餐厅且对白酒价格接受程度高于年轻消费者。

资料来源：观研天下整理

资料来源：观研天下整理

3) 购买考虑因素

从白酒购买考虑因素来看，酒精度数和香型是首要考虑因素，占比高达33%。白酒具有强社交属性，在朋友聚会及宴席场景里，消费者饮用白酒时希望可以展现自身良好的人际关系和社会交往能力，酒精度数相对偏低，味道好及包装精美是选酒时的主要考量因素。

而商务应酬有着明显的按级别接待的规则，不同地域间会略有差异，除了酒的品质味道，价格、品牌与度数也是非常重要的考量因素。知名品牌在口感、身份象征、社交工具、品牌文化和好口碑这几个方面满足消费者在该场景下更高效的处理工作，令商务活动添彩的需求。

资料来源：观研天下整理

4) 香型及产品度数

从香型来看，酱香型白酒产品是当下的潮流，但浓香型白酒占据着中国白酒市场的最大份额，处于绝对优势，汾酒引领的大清香趋势正在快速崛起。

资料来源：观研天下整理

从产品度数来看，18-29岁的消费者对酒精度数“40度及以下”和“41-50度”、香型为馥郁香、兼香、凤香的白酒更加偏爱；30岁及以上年龄的消费者则更偏爱“51-55度”和“56-60度”，香型为酱香、浓香、清香的白酒。

资料来源：观研天下整理

3、白酒行业消费趋势

1、白酒消费低度化

近年来，新生代年轻人是白酒消费的主要群体，也是未来中国白酒新的增长点。据京东超市《2022年一季度白酒消费趋势报告》数据显示，31-40岁人群是白酒消费的主力军，占白酒消费比例达47%，与其他几个年龄段的用户拉开了显著的距离。

由于国内的白酒市场主要以高度数的烈酒为主，与年轻化的市场相悖，目前许多酒企纷纷推出了年轻人更偏爱利口化的低度白酒产品，并通过线上、线下品牌营销活动，快速打入年轻消费群体市场。预计在年轻一代消费者中，低度白酒市场将进一步扩大。

2、消费趋势品质化

目前白酒消费呈现两极分化格局，据京东超市《2022年一季度白酒消费趋势报告》显示，300元以下和800元以上白酒产品消费者接受度更高。随着新中产消费人群的崛起以及新一轮

消费升级红利的刺激，白酒行业竞争格局、消费者需求偏好、产品基本属性等都在不断优化更新，品质化的产品具备更充沛的全国化潜力，像五粮液、茅台、剑南春等这类制造能力和自身发展优势造就竞争壁垒，渠道掌控形成蓄水池的老牌名酒在未来的行业竞争中更具优势。（LZC）

资料来源：观研天下整理

观研报告网发布的《中国白酒行业发展深度分析与未来投资预测报告（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 2018-2022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 2022-2029年世界白酒行业分布走势预测

第七节 2022-2029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 2018-2022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 2018-2022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 2018-2022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 2018-2022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

第九节 2022-2029年中国白酒行业市场规模区域分布预测

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

.....

第十二章 2022-2029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 2022-2029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 2022-2029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、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

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202208/607977.html>