

中国光瓶酒行业发展趋势分析与投资前景预测报告（2024-2031年）

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《中国光瓶酒行业发展趋势分析与投资前景预测报告（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趋势、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：<https://www.chinabaogao.com/baogao/202405/709084.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：sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

价格亲民大众刚需，去繁从简更具性价比

光瓶酒，即不带纸盒等外包装、直接可以看到瓶身的酒，具有价格亲民、渠道便利、高频消费等特点。由于可以满足普通民众的日常白酒消费需求，光瓶酒目前是白酒中消费量最大的酒类产品，对于大众消费而言具备一定的刚需属性。目前市面上的光瓶酒以浓香型、清香型为主。近些年，随着国民消费升级与白酒消费回归理性，光瓶酒已逐渐撕下“低价”、“低端”、“接地气”的标签，价量双重驱动光瓶酒市场规模快速增长。

常见光瓶酒及香型的部分列举 品牌 光瓶酒产品 主要香型 产品示意图 牛栏山陈酿 浓香型
玻汾 清香型 尖庄 浓香型 泸州老窖黑盖 浓香型 绿瓶西凤 凤香型 红星二锅头 清香型

资料来源：公开资料整理

1.高性价比优势凸显，逐步替代低端盒装酒

光瓶酒与低端盒装酒均定位大众酒市场，目标群体重合度较高，随着白酒消费回归理性，更具性价比的光瓶酒有望进一步替代低端盒装酒。从成本结构看，简而精的光瓶酒摒弃了冗余的外观设计，包材成本占比更低，以光瓶酒为主的顺鑫农业与盒装酒为主的口子窖为例，顺鑫农业的包装采购成本占比仅为口子窖的三至五成，因此同价位的光瓶酒往往更具成本优势，节省的成本可用于品质升级和渠道让利以提升竞争优势；从消费场景看，光瓶酒以自饮为主、亲朋聚饮为辅，相比低端盒装酒虽然缺少礼赠属性，但在消费层面作为好喝不贵的高性价比口粮酒，更契合大众日常饮酒需求。目前光瓶酒价格带主要分布于10-100元，其中10-30元光瓶酒已占据主导优势，随着白酒消费更理性、名酒下沉、高线光瓶加速成长，光瓶酒有望向上跃升进一步抢占低档盒装酒市场份额。

光瓶酒与盒装酒饮用场景对比 光瓶酒 低端盒装酒 - 价格带 10-100元 30-100元 品类特点
玻璃瓶简易包装回归本质 通过外包装获得“酒盒溢价” 消费者诉求 高性价比 面子消费
消费场景 自饮、亲朋聚饮、低端商务、小微企业内招等

自饮、亲朋婚宴、礼赠、低端商务等

资料来源：公开资料整理

资料来源：观研天下数据中心整理

2.抓住年轻人自饮场景

在消费者画像方面，爱热闹、人民群众、爱娱乐、好酒量是光瓶酒消费者的四大标签。在早期，光瓶酒的消费群体多为对饮酒具有刚性需求而收入预算较为有限的工薪阶层和打工人，80后是光瓶酒消费的主力军，占比达到41.13%。然而，随着饮酒年轻化趋势和90后等新生代群体成长壮大，光瓶酒品类迎来新的消费群体，90后占比已达到23.10%，这一类消费群体赋予了光瓶酒新的想象空间，个性化、时尚化、轻奢化的需求使其社交属性增强。

资料来源：观研天下数据中心整理

3. 消费群体年轻化叠加白酒新国标出台，口感与品质成为核心关注

我国消费群体逐渐从80后向90后、95后过渡，80后新中产阶级占据商务消费的中坚力量，90后及95后Z世代成为新一代主力军，年龄结构迭代赋予光瓶酒消费新场景、新需求、新价值，新一代消费者在选购白酒时“口感”与“品牌”成为了最先考虑的因素。同时，2022年6月白酒新国标出台，明确区分了白酒与调香白酒的区别，即前者不能使用非粮谷食用酒精与食品添加剂，进一步提高了白酒的质量门槛，驱动酒企转型生产品价更高的纯粮酒，高线化、纯粮酒成为光瓶酒风口下的大势所趋。

资料来源：观研天下数据中心整理

三类光瓶酒品牌，布局高中低线

根据白酒企业主要产品的价格带和区域覆盖，光瓶酒品牌可以分为全国性光瓶酒、全国名酒光瓶酒、区域性光瓶酒：

1) 全国性光瓶酒：长期聚焦光瓶酒的全国性酒企，拥有较大市场体量与较高知名度，包括东北光瓶、京味二锅头等，是过去推动光瓶酒发展的主力军，主要价格在50元以下。其中，东北光瓶以老村长和龙江家园为代表，主打纯粮概念和县乡村消费市场，主要覆盖10-20元；京味二锅头以红星和牛栏山为代表，由品类和产区构成光瓶酒超级IP，主要覆盖15-30元；时尚新光瓶以江小白和光良为代表，具有高颜值、新时尚、新口感等特点，主要覆盖30-50元。

2) 全国名酒光瓶酒：全国名酒的光瓶酒品牌或产品，以玻汾、五粮液尖庄、郎酒顺品郎为代表，具有名酒基因、高知名度和高品质背书，且具有覆盖全国的强大分销网络支撑，过去在全国名酒战略中处于边缘化状态，近年来在玻汾的带领下，名酒纷纷推出光瓶酒战略和大单品，主要覆盖50-100元。

3) 区域性光瓶酒：地产名酒的光瓶酒产品，以洋河大曲、西凤、小刀酒等为代表，业内知名度较高，特定区域内市占率较高，营销专业化和系统化水平较高，主要覆盖20-60元。除区域名酒外，各地也存在规模较小、地域性更强的地产小品牌光瓶酒，主要覆盖20元以下价位，具有浓厚的地域情结、特产属性强、消费便利性好、性价比高的典型特征。

三类光瓶酒主要价格带及优劣势 / 全国性光瓶酒 全国名酒光瓶酒 区域性光瓶酒 主要价格带
中低线为主10-30元 中高线为主50-100元 呈现分化区域名酒20-60元 地产小酒 < 20元 优势
品牌优势：已在全国建立品牌基础，动销得到保障 渠道优势：成熟的下沉渠道体系和营促销
团队 品牌优势：名酒品牌，全国闻名 品质优势：高端基酒生产过程中产生大量高质量基酒
，且消费者更易认可 品牌优势：地方影响力强大 渠道优势：强大的渠道掌控和经销商体系
，光瓶酒可以凭名酒影响力增加曝光 劣势

提价能力较弱，需要不断推出新品；向上突破高线光瓶缺少品牌和品质基础

不熟悉低端白酒的营促销；与名酒销售网络共享可能带来品牌力损伤、低效率等问题

省外市场突破难度大、投入高、周期长；光瓶酒放量会挤压自身中低端盒装酒份额

资料来源：观研天下数据中心整理

行业容量稳步高增，格局分散百家争鸣

光瓶酒行业容量稳步高增，量价抬升迎千亿潜力。在我国6000亿元规模的白酒行业中，中低端酒的规模合计近4000亿元，占据较大的市场空间。其中，光瓶酒行业自2013年驶入快车道，市场规模自352亿元增至2021年的988亿元，CAGR达13.8%，持续稳定增长，预计2024年市场规模或将超过1500亿元。

资料来源：观研天下数据中心整理

光瓶酒竞争格局分散，未来集中度提升空间较大。由于技术壁垒不高，光瓶酒赛道进入门槛较低，区域性特征明显，竞争仍较为激烈。2023年光瓶酒市占率前三为牛栏山、玻汾、小郎酒，CR3为24.8%，与不同价格带白酒相比，高端酒市场和次高端市场前三名集中度可达82%和37%。光瓶酒快消品属性强于高端和次高端白酒，但高线光瓶热潮有望提高行业竞争壁垒，从而进一步提升市场集中度，因此至少可以次高端市场集中度为参考目标。

资料来源：观研天下数据中心整理

目前，光瓶酒的市场竞争格局以品牌营收为指标，可以分为三大阵营：

第一阵营为100亿规模酒企，旗手是汾酒，主力产品是玻汾黄盖和红盖，售价为45-55元/瓶。凭借名酒品质和性价比优势成为影响力最大的品牌。其次是牛栏山，主力产品是白牛二，售价15-20元/瓶。

第二阵营为30-50亿规模酒企，旗手是劲酒，主力产品为小瓶劲酒和小瓶毛铺苦荞，售价20-25元/瓶。凭借保健和功能卖点占据小瓶酒市场制高点。其次为红星，主力产品为蓝瓶、兼香白瓶，清香绿瓶，售价15-35元/瓶，凭借第一家首都国企酒厂和对二锅头工艺的坚守精神，成为大众最信赖的北京二锅头品类代表。

第三阵营为5-10亿规模的酒企，主销15-50元/瓶的产品，主要有剑南绵竹、沱牌特级、杜康老字号、宝丰大曲、古井贡、绿西凤、一担粮、龙江家园、汾阳王等。此外，规模在1个亿以上的本土酒企遍布全国，大约有300家，他们为光瓶酒贡献出300-400亿的市场规模。

资料来源：观研天下数据中心整理 (fsw)

注：上述信息仅作参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。

个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

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趋势、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年中国光瓶酒行业发展概述

第一节 光瓶酒行业发展情况概述

一、光瓶酒行业相关定义

二、光瓶酒特点分析

三、光瓶酒行业基本情况介绍

四、光瓶酒行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、光瓶酒行业需求主体分析

第二节 中国光瓶酒行业生命周期分析

一、光瓶酒行业生命周期理论概述

二、光瓶酒行业所属的生命周期分析

第三节 光瓶酒行业经济指标分析

一、光瓶酒行业的赢利性分析

二、光瓶酒行业的经济周期分析

三、光瓶酒行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球光瓶酒行业市场发展现状分析

第一节 全球光瓶酒行业发展历程回顾

第二节 全球光瓶酒行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲光瓶酒行业地区市场分析

一、亚洲光瓶酒行业市场现状分析

二、亚洲光瓶酒行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲光瓶酒行业市场前景分析

第四节 北美光瓶酒行业地区市场分析

一、北美光瓶酒行业市场现状分析

二、北美光瓶酒行业市场规模与市场需求分析

三、北美光瓶酒行业市场前景分析

第五节 欧洲光瓶酒行业地区市场分析

一、欧洲光瓶酒行业市场现状分析

二、欧洲光瓶酒行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲光瓶酒行业市场前景分析

第六节 2024-2031年世界光瓶酒行业分布走势预测

第七节 2024-2031年全球光瓶酒行业市场规模预测

第三章 中国光瓶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光瓶酒行业的影响分析

第三节 中国光瓶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 政策环境对光瓶酒行业的影响分析

第五节 中国光瓶酒行业产业社会环境分析

第四章 中国光瓶酒行业运行情况

第一节 中国光瓶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 中国光瓶酒行业市场规模分析

一、影响中国光瓶酒行业市场规模的因素

二、中国光瓶酒行业市场规模

三、中国光瓶酒行业市场规模解析

第三节 中国光瓶酒行业供应情况分析

一、中国光瓶酒行业供应规模

二、中国光瓶酒行业供应特点

第四节 中国光瓶酒行业需求情况分析

一、中国光瓶酒行业需求规模

二、中国光瓶酒行业需求特点

第五节 中国光瓶酒行业供需平衡分析

第五章 中国光瓶酒行业产业链和细分市场分析

第一节 中国光瓶酒行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、光瓶酒行业产业链图解

第二节 中国光瓶酒行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对光瓶酒行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对光瓶酒行业的影响分析

第三节 我国光瓶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年中国光瓶酒行业市场竞争分析

第一节 中国光瓶酒行业竞争现状分析

一、中国光瓶酒行业竞争格局分析

二、中国光瓶酒行业主要品牌分析

第二节 中国光瓶酒行业集中度分析

一、中国光瓶酒行业市场集中度影响因素分析

二、中国光瓶酒行业市场集中度分析

第三节 中国光瓶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年中国光瓶酒行业模型分析

第一节中国光瓶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

第二节中国光瓶酒行业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、中国光瓶酒行业SWOT分析结论

第三节中国光瓶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年中国光瓶酒行业需求特点与动态分析

第一节中国光瓶酒行业市场动态情况

第二节中国光瓶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

第三节光瓶酒行业成本结构分析

第四节光瓶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

第五节中国光瓶酒行业价格现状分析

第六节中国光瓶酒行业平均价格走势预测

一、中国光瓶酒行业平均价格趋势分析

二、中国光瓶酒行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国光瓶酒行业所属行业运行数据监测

第一节中国光瓶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

第二节中国光瓶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

第三节中国光瓶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年中国光瓶酒行业区域市场现状分析

第一节中国光瓶酒行业区域市场规模分析

一、影响光瓶酒行业区域市场分布的因素

二、中国光瓶酒行业区域市场分布

第二节中国华东地区光瓶酒行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区光瓶酒行业市场分析

(1) 华东地区光瓶酒行业市场规模

(2) 华南地区光瓶酒行业市场现状

(3) 华东地区光瓶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、华中地区光瓶酒行业市场分析

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

- (1) 华南地区光瓶酒行业市场规模
- (2) 华南地区光瓶酒行业市场现状
- (3) 华南地区光瓶酒行业市场规模预测

第五节华北地区光瓶酒行业市场分析

- 一、华北地区概述
- 二、华北地区经济环境分析
- 三、华北地区光瓶酒行业市场分析
 - (1) 华北地区光瓶酒行业市场规模
 - (2) 华北地区光瓶酒行业市场现状
 - (3) 华北地区光瓶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、东北地区光瓶酒行业市场分析
 - (1) 东北地区光瓶酒行业市场规模
 - (2) 东北地区光瓶酒行业市场现状
 - (3) 东北地区光瓶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、西南地区光瓶酒行业市场分析
 - (1) 西南地区光瓶酒行业市场规模
 - (2) 西南地区光瓶酒行业市场现状
 - (3) 西南地区光瓶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、西北地区光瓶酒行业市场分析

- (1) 西北地区光瓶酒行业市场规模
- (2) 西北地区光瓶酒行业市场现状
- (3) 西北地区光瓶酒行业市场规模预测

第十一章 光瓶酒行业企业分析（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 2024-2031年中国光瓶酒行业发展前景分析与预测

第一节中国光瓶酒行业未来发展前景分析

一、光瓶酒行业国内投资环境分析

二、中国光瓶酒行业市场机会分析

三、中国光瓶酒行业投资增速预测

第二节中国光瓶酒行业未来发展趋势预测

第三节中国光瓶酒行业规模发展预测

一、中国光瓶酒行业市场规模预测

二、中国光瓶酒行业市场规模增速预测

三、中国光瓶酒行业产值规模预测

四、中国光瓶酒行业产值增速预测

五、中国光瓶酒行业供需情况预测

第四节中国光瓶酒行业盈利走势预测

第十三章 2024-2031年中国光瓶酒行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国光瓶酒行业进入壁垒分析

一、光瓶酒行业资金壁垒分析

二、光瓶酒行业技术壁垒分析

三、光瓶酒行业人才壁垒分析

四、光瓶酒行业品牌壁垒分析

五、光瓶酒行业其他壁垒分析

第二节光瓶酒行业风险分析

一、光瓶酒行业宏观环境风险

二、光瓶酒行业技术风险

三、光瓶酒行业竞争风险

四、光瓶酒行业其他风险

第三节中国光瓶酒行业存在的问题

第四节中国光瓶酒行业解决问题的策略分析

第十四章 2024-2031年中国光瓶酒行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国光瓶酒行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国光瓶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

第三节光瓶酒行业营销策略分析

一、光瓶酒行业产品策略

二、光瓶酒行业定价策略

三、光瓶酒行业渠道策略

四、光瓶酒行业促销策略

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：<https://www.chinabaogao.com/baogao/202405/709084.html>