

中国预调酒行业发展现状调研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《中国预调酒行业发展现状调研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/202206/599227.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

1、预调酒定义及工艺流程

预调酒就是预先调配好的酒精饮料，是以蒸馏酒、发酵酒、配制酒等为酒基，加入可食用原料（糖、果蔬汁等）或药食两用的原料、辅料、食品添加剂等，进行调配、混和，含有或不含有二氧化碳的饮料酒，其颜色鲜艳，酒精度数较低，在2.5%-9%之间，口感偏甜，容易饮用。

预调酒的生产工艺来看，主要有七个环节：原料预处理、配料、过滤、碳酸化、灌装、杀菌、包装。在这七个环节中，决定预调酒的口味、口感的核心技术水平主要体现在原料选择及调配研发等环节。

资料来源：公开资料整理

2、行业已从调整期进入稳步回升期

世界上第一瓶真正意义上的预调酒诞生于1995年，一名澳大利亚人在英国以独特的配方调制出了第一杯预调酒，此后预调酒便迅速风靡英国，并漫延至北美、日本及其它世界时尚中心。与国外相比，我国预调酒行业起步相对略晚，而且初期市场主要是被欧美进口品牌占据，消费者对于预调酒的认知度不高。就我国预调酒行业具体发展历程来看，行业发展至今一共经历了三个时期：市场早起探索培育期（1900-2012年）、发展过热引发调整期（2013-2017年）和市场稳步回升期（2018年至今），其中市场早起探索培育期中包括启蒙、探索和培育三个阶段，发展过热引发调整期中又包括快速增长阶段和调整阶段。

上世纪末，随着预调酒逐渐风靡日本、东南亚等地，我国预调酒行业开始启蒙，但当时的预调酒仅仅是集中在沿海发达城市的夜场及高端餐饮渠道；经过近10年的探索发展，在21世纪初国内RIO预调鸡尾酒诞生，百加得、三得利等国外知名厂商也陆续进军国内市场，行业开始进入探索阶段；2006年到2012，市场逐渐进入培育阶段，产品呈现多样化发展，口味和包装方面都逐步实现了创新突破，国内预调酒市场体量也逐渐超过百万箱。紧接着从2013年开始行业进入快速发展阶段，市场保持了高速发展，市场容量CAGR超过75%，高毛利及成长空间使得经销商积极性高涨，渠道下沉，力度加大，同时市场竞争也开始趋向无序，因此从2016年开始渠道大量囤货造成的库存问题暴露，部分新进入厂商开始退出市场竞争，行业进入了调整阶段。经调整之后，消费也回开始归理性化，自2018年后，行业回归正常增长，市场整体进入回升阶段。

我国预调酒行业发展历程 时期 阶段 发展情况 市场早起探索培育期（1900-2012年）

1990-2000年启蒙阶段

预调酒登陆中国市场，主要集中在沿海发达城市的夜场及高端餐饮渠道。

2001-2005年探索阶段不同的预调酒品牌逐步出现在我国，百加得、三得利等国外知名厂商陆续进军国内市场；同时，以生产“RIO(锐澳)”品牌的巴克斯酒业为代表的国内预调鸡尾酒企业也开始进行探索和发展。 2006-2012年培育阶段 这一阶段市场总体规模较小，产品呈现多样化调整的趋势，口味方面更加适应国内消费群体的习惯，包装方面年轻化时尚化，2006年度全国预调鸡尾酒销售总量约百万箱，逐步进行KA渠道布局，形成百加得+巴克斯双龙头体系，且本土生产的预调鸡尾酒产品市场规模逐步超过了全进口的预调鸡尾酒品牌。

发展过热引发调整期（2013-2017年）2013-2015年快速增长阶段市场总量保持了高速发展态势，市场容量CAGR超过75%，高毛利及成长空间引发一轮尝鲜式消费热潮，预调酒厂商投放大量广告进行消费者教育，经销商积极性高涨，渠道下沉，力度加大，茅台等酒厂也纷纷推出鸡尾预调酒品牌，市场竞争趋向无序。 2016-2017年调整阶段 国内预调酒市场连续两年负增长，消费者趋于理性，需求热度降低，渠道大量囤货造成的库存问题暴露，部分新进入厂商开始退出行业竞争，主流企业集中度开始提升，

RIO市场份额逐渐提升，并更加注重提升产品的复购率。 市场稳步回升期（2018年至今）

2018年至今平稳回升阶段 消费回归理性化之后，行业回归正常增长，同时市场格局发生变化，以RIO为首推进渠道变革和消费者培养，市场整体进入回升阶段。

资料来源：观研天下整理

3、行业规模高开低走后迎来第二春

我国预调酒行业销售规模来看，从2015年到2018年其整体呈现的是“高开低走”态势，2018年之后一直持续至2021年，市场销售规模则呈现稳步回升态势。根据数据显示，2015年我国预调酒行业销售规模便增长至了15.28万吨；此后随着行业调整期的来临，其销售规模便逐步下降，到2017年下降至9万吨左右；一直到2018年开始，随着消费回归理性化之后，行业销售规模逐步回升，2020年其销售规模回升至12.92万吨。

资料来源：公开资料整理

市场规模方面，其整体呈现的也是“高开低走后回升”态势。从2009年到2015年，我国预调酒市场规模便从2亿元增长至约35亿元；到2018年其市场规模便下降至20亿元左右；此后便出现回升，在2020年回升到32亿元左右；2021年持续回升，截止至2021年我国预调酒市场规模约为46.55亿元。

资料来源：观研天下整理

分析我国预调酒行业在2015年后“低走”的原因：供给端方面，由于行业技术门槛低，市场的快速发展使得企业纷纷涌入，而行业又缺乏统一的标准和产品标准，这使得行业内企业参差不齐，大量品质不过关的产品开始涌现市场，且而且产品定位混乱且定价过高，行业陷入无序竞争；需求端方面，在消费习惯尚未养成的背景下，由于产品定位混乱、定价过高抑制了市场真实需求。因此自2015年后市场泡沫开始破碎，行业销售规模市场规模均呈现下降态势。2018年后，以RIO为首推进渠道变革和消费者培养，国内预调酒市场消费逐渐回归理性，行业也随之逐渐回归正常增长，而且近两来国内低度、微醺酒兴起，年轻女性逐渐成为我国预调酒消费大军，在此机遇下我国预调酒行业规模发展迎来第二春。

4、市场发展空间巨大，仍需不断挖掘

当前尽管我国预调酒行业已经步入稳步回升期，但是无论是与国内其他酒类市场比较还是与国际同类别酒比较，其都还存在着巨大发展空间，仍需不断挖掘。

国内市场来看，我国有历史悠久的酒文化与消费习惯，酒类市场在我国早已达到万亿级别市场规模。产量方面来看，国内啤酒、白酒产量占比分别达67.36%、14.06%，相比之下包括预调酒在内的其他酒类产量占比仅有5.41%；消费量来看，我国啤酒消费每年大概4000万吨，白酒消费每年大概是在700-800万吨，相比之下国内预调酒每年消费量不到50万吨，由此可见我国的预调酒市场发展空间较大。

国际市场来看，从2017年到2021年我国预调酒的人均销量均远低于日本、澳大利亚和美国（主要发达国家排名前三）。截止至2021年日本、澳大利亚、美国的预调酒人均销量分别为13.6、14.4、7.7升/人，分别占本国酒类销量约22%、14%、8%，相比之下，我国预调酒人均销量只有0.15升/人左右，占到国内酒类销量也只有0.42%，由此可见我国预调酒行业市场发展空间仍需不断挖掘。

资料来源：公开资料整理

5、市场洗牌期已过，百润成为龙头企业

行业竞争情况来看，市场已经经历了大洗牌，现如今市场洗牌期已过，且随着市场规模的逐步回升，部分新进入厂商开始退出行业竞争，市场企业集中度开始提升，百润已经成为行业的龙头企业。根据数据显示，在2012年百润的市场占有率约为11%；到2018年其一家市占率便达到84%；截止至2021年其市占率已经接近90%。

资料来源：公开资料整理

2021年我国预调酒行业市场竞争格局来看，百润占据行业绝对龙头地位，市场份额高达89.4%；相比之下三得利、百加得只有约2.4%和0.5%的份额。

资料来源：公开资料整理

我国百润品牌成为龙头企业的原因来看，一方面，在行业急剧萎缩的2016-2017年，公司积极募资扩产，进行产能扩建，截至2021年，公司已经拥有自建产能6600万箱；另一方面，在行业调整期公司积极进行渠道改革，一改传统酒水的渠道运作方式，积极布局电商等新渠道，并向饮料的渠道运作方式靠拢，截至2021年，百润的数字零售渠道已经实现了整体营收的25%。这些均助力百润逐渐成为了我国预调酒行业的领头羊。

6、龙头企业有望带领市场持续扩容

总的来说，随着低度酒市场的快速发展，预调酒近些年来也迎来了新的变化，从之前的低谷期慢慢复苏，目前我国预调酒行业市场发展已经迎来了第二春，市场规模稳步回升。尽管如此，但目前我国预调酒市场渗透率仍然不高，行业仍然有着巨大的发展空间。而且，随着人们生活水平的不断提升，“健康”已经变得越来越重要，人们对于饮酒的习惯正在逐步向低度、营养、安全、个性等方向转变，这也为我国预调酒市场带来了新的发展前景。

当前行业已经经历了一轮洗牌，市场竞争格局已然定型，百润已经成为引领行业进步的龙头企业。百润旗下的预调酒RIO产品上市至今已近20年，经过近20年的努力，RIO至今已然成了预调酒的代名词，消费者已经形成了“RIO=预调酒”的概念。除此之外，百润其自身创新能力也较强，不断推陈出新，开发新场景、新口味、新包装，并根据酒精含量差异推出不同的系列，现该公司已经对食品饮料口味发展趋势有一套自己的研究体系，并成功打通基础研究、调香及应用、预调鸡尾酒研发、烈酒研发等各板块研发通道，进行了上到辅料、基酒，下到终端消费者的全产业链布局。预计未来百润将有望带领我国预调酒行业市场规模的持续扩容，助力预调酒在国内市场渗透率的进一步提升。（LQM）

观研报告网发布的《中国预调酒行业发展现状调研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年中国预调酒行业发展概述

第一节 预调酒行业发展情况概述

一、预调酒行业相关定义

二、预调酒特点分析

三、预调酒行业基本情况介绍

四、预调酒行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、预调酒行业需求主体分析

第二节 中国预调酒行业生命周期分析

一、预调酒行业生命周期理论概述

二、预调酒行业所属的生命周期分析

第三节 预调酒行业经济指标分析

一、预调酒行业的赢利性分析

二、预调酒行业的经济周期分析

三、预调酒行业附加值的提升空间分析

第二章 2018-2022年全球预调酒行业市场发展现状分析

第一节 全球预调酒行业发展历程回顾

第二节 全球预调酒行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲预调酒行业地区市场分析

- 一、亚洲预调酒行业市场现状分析
- 二、亚洲预调酒行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲预调酒行业市场前景分析
- 第四节 北美预调酒行业地区市场分析
 - 一、北美预调酒行业市场现状分析
 - 二、北美预调酒行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美预调酒行业市场前景分析
- 第五节 欧洲预调酒行业地区市场分析
 - 一、欧洲预调酒行业市场现状分析
 - 二、欧洲预调酒行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧洲预调酒行业市场前景分析
- 第六节 2022-2029年世界预调酒行业分布走势预测
- 第七节 2022-2029年全球预调酒行业市场规模预测
- 第三章 中国预调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预调酒行业的影响分析
 - 第三节 中国预调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 政策环境对预调酒行业的影响分析
 - 第五节 中国预调酒行业产业社会环境分析
- 第四章 中国预调酒行业运行情况
 - 第一节 中国预调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 中国预调酒行业市场规模分析

- 一、影响中国预调酒行业市场规模的因素
- 二、中国预调酒行业市场规模
- 三、中国预调酒行业市场规模解析
- 第三节 中国预调酒行业供应情况分析
 - 一、中国预调酒行业供应规模
 - 二、中国预调酒行业供应特点
- 第四节 中国预调酒行业需求情况分析
 - 一、中国预调酒行业需求规模
 - 二、中国预调酒行业需求特点
- 第五节 中国预调酒行业供需平衡分析
- 第五章 中国预调酒行业产业链和细分市场分析
 - 第一节 中国预调酒行业产业链综述
 - 一、产业链模型原理介绍
 - 二、产业链运行机制
 - 三、预调酒行业产业链图解
 - 第二节 中国预调酒行业产业链环节分析
 - 一、上游产业发展现状
 - 二、上游产业对预调酒行业的影响分析
 - 三、下游产业发展现状
 - 四、下游产业对预调酒行业的影响分析
 - 第三节 我国预调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年中国预调酒行业市场竞争分析
 - 第一节 中国预调酒行业竞争现状分析
 - 一、中国预调酒行业竞争格局分析
 - 二、中国预调酒行业主要品牌分析
 - 第二节 中国预调酒行业集中度分析
 - 一、中国预调酒行业市场集中度影响因素分析
 - 二、中国预调酒行业市场集中度分析
 - 第三节 中国预调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年中国预调酒行业模型分析

第一节 中国预调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 中国预调酒行业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、中国预调酒行业SWOT分析结论

第三节 中国预调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年中国预调酒行业需求特点与动态分析

第一节 中国预调酒行业市场动态情况

第二节 中国预调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 预调酒行业成本结构分析

第四节 预调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 中国预调酒行业价格现状分析

第六节 中国预调酒行业平均价格走势预测

一、中国预调酒行业平均价格趋势分析

二、中国预调酒行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国预调酒行业所属行业运行数据监测

第一节 中国预调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 中国预调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 中国预调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年中国预调酒行业区域市场现状分析

第一节 中国预调酒行业区域市场规模分析

一、影响预调酒行业区域市场分布的因素

二、中国预调酒行业区域市场分布

第二节 中国华东地区预调酒行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区预调酒行业市场分析

(1) 华东地区预调酒行业市场规模

(2) 华南地区预调酒行业市场现状

(3) 华东地区预调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、华中地区预调酒行业市场分析

(1) 华中地区预调酒行业市场规模

(2) 华中地区预调酒行业市场现状

(3) 华中地区预调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、华南地区预调酒行业市场分析

(1) 华南地区预调酒行业市场规模

(2) 华南地区预调酒行业市场现状

(3) 华南地区预调酒行业市场规模预测

第五节 华北地区预调酒行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区预调酒行业市场分析

(1) 华北地区预调酒行业市场规模

(2) 华北地区预调酒行业市场现状

(3) 华北地区预调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、东北地区预调酒行业市场分析

(1) 东北地区预调酒行业市场规模

(2) 东北地区预调酒行业市场现状

(3) 东北地区预调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、西南地区预调酒行业市场分析

(1) 西南地区预调酒行业市场规模

(2) 西南地区预调酒行业市场现状

(3) 西南地区预调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、西北地区预调酒行业市场分析

(1) 西北地区预调酒行业市场规模

(2) 西北地区预调酒行业市场现状

(3) 西北地区预调酒行业市场规模预测

第十一章 预调酒行业企业分析（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年中国预调酒行业发展前景分析与预测

第一节 中国预调酒行业未来发展前景分析

一、预调酒行业国内投资环境分析

二、中国预调酒行业市场机会分析

三、中国预调酒行业投资增速预测

第二节 中国预调酒行业未来发展趋势预测

第三节 中国预调酒行业规模发展预测

一、中国预调酒行业市场规模预测

二、中国预调酒行业市场规模增速预测

三、中国预调酒行业产值规模预测

四、中国预调酒行业产值增速预测

五、中国预调酒行业供需情况预测

第四节 中国预调酒行业盈利走势预测

第十三章 2022-2029年中国预调酒行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 中国预调酒行业进入壁垒分析

一、预调酒行业资金壁垒分析

二、预调酒行业技术壁垒分析

三、预调酒行业人才壁垒分析

四、预调酒行业品牌壁垒分析

五、预调酒行业其他壁垒分析

第二节 预调酒行业风险分析

一、预调酒行业宏观环境风险

二、预调酒行业技术风险

三、预调酒行业竞争风险

四、预调酒行业其他风险

第三节 中国预调酒行业存在的问题

第四节 中国预调酒行业解决问题的策略分析

第十四章 2022-2029年中国预调酒行业研究结论及投资建议

第一节 观研天下中国预调酒行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节 中国预调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 预调酒行业营销策略分析

一、预调酒行业产品策略

二、预调酒行业定价策略

三、预调酒行业渠道策略

四、预调酒行业促销策略

第四节 观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202206/599227.html>