

中国 预调酒 行业发展趋势分析与投资前景预测报告（2025-2032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 行业发展趋势分析与投资前景预测报告（2025-2032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/202502/741790.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

前言：

当前我国预调酒市场洗牌已完成，行业进入规范化、健康化发展阶段，市场重回增长轨道，2019-2023年CAGR为18.93%。从消费者偏好来看，消费群体主要为18-34岁的年轻人，口感、口味和酒精度数是消费者购买预调酒的主要影响因素。从市场格局来看，我国预调酒市场集中度高，市场呈现明显的寡头垄断格局。RIO地位较为稳固，其2023年销售额占比达到72.5%，遥遥领先其他企业。从长期来看，当前我国预调酒渗透率仍然很低，未来发展空间仍广阔，且渠道下沉空间大。

一、具备高醉价比、相对健康及高感官刺激三大特性

预调酒属于配制酒的一种，是指以蒸馏酒、发酵酒、配制酒等为酒基，加入可食用原料（如糖、果蔬汁等）或药食两用的原料、辅料、食品添加剂等，进行调配、混合而制成的含有或不含有二氧化碳的饮料酒。预调酒属于相对新兴的品类，其一般含2.5%~9%的酒精，相对于其他酒精饮料来说较低，可以直接饮用。

随着年轻群体逐渐进入酒水市场，酒水的主流消费场景从家庭聚餐和商务应酬逐渐拓展到更多娱乐化、悦己化的场合，产品个性化的需求凸显，酒饮越来越丰富多元。预调酒具有酒精度数低且口感好、饮用方便，是酒饮入门的绝佳选择，同时也符合适度饮酒的健康化趋势，兼具了高醉价比、相对健康及高感官刺激等三大特性等，因此成为了低度潮饮酒的热门品类。

资料来源：公开资料，观研天下整理

二、市场洗牌已完成，行业进入规范化、健康化发展阶段

预调酒最早主要出现在沿海发达城市的KTV、酒吧和休闲会所。2000年前后，随着市场不断扩张，更多的品牌逐步出现在中国市场，不仅包括“爵士”、“冰锐”、“红广场”等进口品牌，也包括以RIO为代表的国内预调鸡尾酒企业也开始进行探索和发展。2005年以后，国内生产趋势增强，本土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。到2010年前后，随着互联网及电商平台发展，海外品牌陆续入驻，同时具备性价比的国内品牌逐步崛起，我国预调鸡尾酒行业进入快速发展阶段。但在2016-2018年期间，由于市场降温调整，大量资本出清以及小品牌退出，预调酒市场规模阶段性回落，CAGR为-19.32%。直到2019年，我国预调酒市场才重回增长轨道。

目前我国预调酒市场洗牌已完成，行业进入规范化、健康化发展阶段，市场规模恢复持续增长态势。数据显示，2019-2023年我国预调酒市场规模从39.76亿元增至80.27亿元，CAGR为18.93%。

数据来源：公开数据，观研天下整理

三、消费群体主要为18-34岁的年轻人，口感、口味和酒精度数是消费者购买预调酒的主要影响因素

从消费偏好来看，出生于1995年之后的Z世代消费者成长于软饮料的普及阶段，更容易接受预调酒的口味，成为了预调酒的主要消费人群。根据相关调研数据显示，目前我国预调酒的消费群体主要为18-34岁的年轻人，占比71.4%。其中又以25-29岁群体占比最大，占比26%。

数据来源：公开数据，观研天下整理

口感、口味和酒精度数是消费者购买预调酒的主要影响因素。根据相关调研数据显示，目前口感是我国预调酒的最主要影响因素，占比67.5%；其次为酒精度数和口味，占比分别为35.9%、30.4%。

数据来源：公开数据，观研天下整理

社交、独酌场景为消费者主流品饮场景。根据相关调研数据显示，目前朋友聚会、家庭聚会时我国预调酒主要品饮场景，分别占据68%、67%；其次为家中独酌，占比63%。

数据来源：公开数据，观研天下整理

四、市场寡头垄断格局明显，RIO市占率达72.5%

目前我国预调酒市场集中度高，行业CR3超91%。从销售额来看，RIO、动力火车、三得利是我国预调酒市场领先企业。其中RIO预调酒龙头品牌的地位较为稳固，其2023年销售额占比达到72.5%，遥遥领先其他企业。而排名第二、第三的动力火车和三得利，它们的市场率分别只有18.4%、1.9%。可见目前我国预调酒市场呈现明显的寡头垄断格局。

数据来源：公开数据，观研天下整理

五、长期看发展空间仍广阔，未来渠道下沉空间较大

虽然近年市场得到了不小的发展，但与美日等成熟市场相比，目前我国预调酒渗透率仍然很低，长期看发展空间仍广阔。从RTD销量占啤酒的比例来看，截至2023年世界主要经济体中澳大利亚、美国、加拿大等地区的RTD销量占啤酒的比例均超10%。同时与我国饮食习惯相似的日本这一比例近40%。而我国RTD销量占啤酒的比例仅1%。可见我国RTD销量占啤酒的比例有着较大的提升空间。而预计随着RTD销量占啤酒比例的提升，也将带动预调酒市场销售。

数据来源：Euromonitor，观研天下整理

从人均消费来看，2023年日本每年人均预调酒饮用量达14.1升，而我国仅为

0.3L，可见未来还有很大的提升空间。

数据来源：Euromonitor，观研天下整理

我们按照日本和美国预调酒市场发展情况测算我国 RTD 行业空间下限。假设我国 RTD 行业销量能够达到啤酒的 10%，即按 2023 年全国啤酒行业产量 3789 万千升*10%，对应目前 379 万千升的 RTD 市场，未来有 10 倍以上的发展空间，行业收入有望达 361 亿元。

此外从渠道方面来看，未来我国预调酒渠道下沉空间较大。从线下消费渠道来看，与日本预调酒市场和我国啤酒市场对比，我国预调酒渠道均有较大下沉空间。目前我国预调酒消费渠道多集中在高线城市 KA 以及大型商超渠道，而便利店及下沉市场的消费占比较低。

数据来源：公开数据，观研天下整理

数据来源：公开数据，观研天下整理（ww）

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。

观研报告网发布的《中国 预调酒 行业发展趋势分析与投资前景预测报告（2025-2032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预调酒的权威数据，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：

【第一部分 行业定义与监管】

第一章 2020-2024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 中国 预调酒 行业监管分析

第一节 中国 预调酒 行业监管制度分析

一、 行业主要监管体制

二、 行业准入制度

第二节 中国 预调酒 行业政策法规

一、 行业主要政策法规

二、 主要行业标准分析

第三节 国内监管与政策对 预调酒 行业的影响分析

【第二部分 行业环境与全球市场】

第三章 2020-2024年中国 预调酒 行业发展环境分析

第一节 中国宏观环境与对 预调酒 行业的影响分析

一、 中国宏观经济环境

一、 中国宏观经济环境对 预调酒 行业的影响分析

第二节 中国社会环境与对 预调酒 行业的影响分析

第三节 中国对磷矿石易环境与对 预调酒 行业的影响分析

第四节 中国 预调酒 行业投资环境分析

第五节 中国 预调酒 行业技术环境分析

第六节 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

第七节 中国 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

第四章 2020-2024年全球 预调酒 行业发展现状分析

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预调酒情况

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 2025-2032年全球 预调酒 行业分预调酒走势预测

第七节 2025-2032年全球 预调酒 行业市场规模预测

【第三部分 国内现状与企业案例】

第五章 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

第六节 中国 预调酒 行业存在的问题与解决策略分析

第六章 中国 预调酒 行业产业链及细分市场分析

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 中国 预调酒 行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第七章 2020-2024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、企业区域分预调酒特征

二、企业规模分预调酒特征

三、企业所有制分预调酒特征

第八章 2020-2024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、SWOT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

第九章 2020-2024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 2025-2032年中国 预调酒 行业价格影响因素与走势预测

第十章 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

第十一章 2020-2024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 行业区域市场分预调酒的因素

二、中国 预调酒 行业区域市场分预调酒

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) 华东地区 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

第九节 2025-2032年中国 预调酒 行业市场规模区域分预调酒预测

第十二章 预调酒 行业企业分析（随数据更新可能有调整）

第一节 企业一

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 企业二

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

第三节 企业三

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

第四节 企业四

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

第五节 企业五

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

第六节 企业六

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

第七节 企业七

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

第八节 企业八

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

第九节 企业九

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

第十节 企业十

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

【第四部分 展望、结论与建议】

第十三章 2025-2032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、中国 预调酒 行业市场机会分析
- 二、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

第十四章 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 行业品牌营销策略分析

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 行业推广策略

第四节 观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202502/741790.html>