

中国酒类流通市场发展趋势分析与投资前景研究 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《中国酒类流通市场发展趋势分析与投资前景研究报告（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/202203/583595.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

酒类流通主要是指酒类产品从生产市场流向销售市场最终发生购买行为的整个过程。从产业链来看，包括上游酒厂、中游经销、下游服务三个环节。一般来说，酒厂通过自有的销售部门分销给一批商，一批商到之后各级分销商层层加价，最终到达终端点位。具体来看，上游主要由白酒、葡萄酒、黄酒、啤酒在内的各类酒类生产企业构成；中游是酒类流通环节，其细分结构较多，较为复杂；下游则是以消费者为主体。

资料来源：观研天下整理

1、上游市场

酿酒工业从属于轻工业，在食品工业中属于食品制造业范畴，在国民经济发展中占据重要地位。2020年受新冠肺炎疫情影响，企业复工复产时间延后，产量出现下降。但进入2021年，受疫情得到有效控制，市场消费需求的回升，产量得到增长。2021年我国酿酒行业规模以上企业酿酒总产量5407万千升，同比增长近4%；销售收入8687亿元，同比增长14%；利润总额1949亿元，同比增长31%。

数据来源：中国酒业协会，观研天下整理

（1）白酒市场

白酒在我国酒类市场当中，占据明显的主导地位。白酒是中国酒类的统称，又称烧酒、老白干、烧刀子等，深受消费者青睐。白酒行业属于完全竞争性行业，行业的市场化程度高，市场竞争激烈。近年来，白酒规上企业呈现减少的趋势，也在一定程度上显示出中国白酒市场日益明晰的集中化趋势。数据显示，我国目前现存白酒相关企业20.08万家。2020年新增2.85万家，同比减少12.41%。2021年新增1.67万家，同比减少41.19%。

数据来源：企查查，观研天下整理

产量方面，近几年来随着经济增速放缓、国家限制“三公”消费、禁酒令等因素的影响下，白酒行业产量总体呈现平稳下降趋势。数据显示，2021年我国白酒产量累计达715.6万千升，同比下降0.6%。预计2022年我国白酒产量将降至689.3万千升。

数据来源：观研天下整理

（2）啤酒市场

啤酒是一种以小麦芽和大麦芽为主要原料，并加啤酒花，经过液态糊化和糖化，再经过液态发酵酿制而成的酒精饮料。

我国是啤酒生产大国，也是啤酒消费大国。2020年受疫情影响，我国啤酒产量下降明显，产量3411.1万千升，同比下降7%。2021年啤酒产量回升明显，产量累计达3562.4万千升，

同比增长5.6%。

数据来源：观研天下整理

行业企业方面，自2019年以来，我国新增啤酒企业数量呈现下降态势。数据显示，2021年我国新增啤酒企业8695万家，同比下降26.9%。

数据来源：企查查，观研天下整理

市场竞争方面，目前我国啤酒行业整合基本完成，市场竞争格局已较为成熟，行业集中度较高，由华润雪花、青岛啤酒、百威英博、燕京啤酒以及嘉士伯占据大部份额。据了解，上述5大品牌合计市场份额达到70%以上，其中华润雪花市场份额占比最大，为23.2%。

数据来源：观研天下整理

（3）葡萄酒市场

葡萄酒是以葡萄为原料酿造的一种果酒。2016-2021年期间，我国葡萄酒产量持续下降，并在2021年达近年来产量最低值。数据显示，2021年全国葡萄酒产量为26.8万千升，同比下降29.1%。2022年1-2月全国葡萄酒产量达3.3万千升，同比下降34%，产量增幅下降。

数据来源：观研天下整理

二、中游市场

近些年，得益于国家经济和酒类市场的快速增长，加上企业的积累和奋斗，酒类流通行业涌现出一批年销售额过10亿元的龙头骨干企业，形成了行业发展的核心力量。随着酒类流通企业人员素质的提升，经营管理的升级，商业模式的更新，新理念、新技术的应用，酒类流通逐渐从传统落后的行业进入到现代化的发展轨道。

虽然在2020年受疫情影响，我国酒类流通市场增速放缓。但市场依然表现出坚韧发展，保持4%-5%左右的正增长。数据显示，2020年我国酒类流通市场规模为11942亿元。

数据来源：观研天下整理

互联网时代及消费升级进一步推动新零售模式发展

目前我国已经进入到互联网时代，我国网民规模及互联网普及率稳步提升。有相关数据显示，截止2021年12月，我国网民规模达10.32亿，较2020年12月增长4296万，互联网普及率达73.0%。其中手机网民规模为10.29亿，较2020年12月新增手机网民4373万，网民中使用手机上网的比例为99.7%。

数据来源：CNNIC，观研天下整理

数据来源：CNNIC，观研天下整理

与此同时，我国已经进入到第三阶段的消费升级阶段，消费者更加重视消费体验，需求呈现多样化与个性化。线上线下融合的酒类新零售模式能够通过采购、互联网工具、品牌、数据等与线下渠道进行整合，从而达到更好的服务效果。由此未来在互联网时代及消费升级的大背景下，酒品线上线下相融合的新零售模式将会得到进一步地发展。

（2）直播带货模式给行业带来全新气象

直播行业的兴起，由于既可以直观展示商品，又可以实时互动，给消费者提供了全新消费体验，直播带货模式受到市场各方热捧。当然白酒企业也不例外。特别是自2020年以来，酒水成为行业内关注度比较高的赛道，不仅有许多知名品牌入局，区域品牌、新生品牌也纷纷涉足。有数据显示，2022年1~3月，白酒直播带货销售额达31.8亿元，占整个酒类的70.8%；日销百万的直播间达436个，带货破万短视频达1000多个。

直播带货作为新零售模式下的创新探索，相对传统的O2O模式更有生命力。当前酒业直播带货进入爆发期，越来越多的明星、网红、店铺店主、企业老板进入直播带货行业，淘宝第一带货女王@薇娅、抖音初代网红@罗永浩纷纷开始卖酒，@拉飞哥、@老宋专业做酒抖音平台涨粉迅猛，也开始直播卖酒。2021年快手616大促期间，快手的酒类头部主播“李宣卓”曾单场带货超6000万元。

对比有相关人士认为，电商直播是酒业长周期转型升级的必经之路，未来的营销要靠两个因素，即专业化、供应链，把这两点打通了，直播带货或将成为酒企寻求增量的突破点。

（3）酒类流通迎来“资本热”

近几年来越来越多的投资者将目光投向了酒业。融资作为取得资产筹集所采取的货币交易手段，已经成为酒企筹集资金、扩充业务实现跨越式发展的重要标志。据相关机构不完全统计，2021年酒业赛道融资事件达到76起（截至2021年11月15日数据），较2020年的49起，约翻一番。

例如2021年4月，十点一刻完成A轮融资，9月又完成A1轮融资，投资方为嘉御基金及腾讯；随后6月，走岂清酿完成新一轮数千万人民币融资；9月，成立不到三个月的新酒饮品牌“梅花里”获千万元融资。中国中高端酱酒品牌肆拾玖坊也先后在2021年4月、7月完成A轮融资和B轮融资。

2021年部分酒企融资情况

企业/品牌	融资轮数	融资金额
观云白酒	- 数亿元	
厚雪酒业	第二轮	
十点一刻	A轮	
肆拾玖坊	A轮	
走岂清酿	- 数千万人民币融资	
宝酝集团	A轮	超6亿元
肆拾玖坊	B轮	6亿人民币
十点一刻	A1轮	
梅花里	- 千万元融资	
原究院	- 千万级	
落饮	Pre-A轮	近千万美元

资料来源：观研天下整理

三、下游市场

随着我国城镇居民人均可支配收入持续增长，酒类消费的主导力量逐步从政务消费向商务消费、大众消费转型，使得终端用户消费需求有所上升。根据数据显示，2021年我国居民人均

可支配收入35128元，比上年名义增长9.1%；居民人均消费支出24100元，比上年名义增长13.6%。

数据来源：国家统计局，观研天下整理

以白酒为例，即便在2020年上半年疫情影响和产量下降的双重压力下，白酒行业仍然克服了阻力，在销售收入上实现了同期的正增长，利润总额增速超过10%。数据显示，2020年我国规模以上白酒企业完成销售收入5836.39亿元，同比增长4.61%；实现利润总额1585.41亿元，同比增长13.35%。预计2021年我国规模以上白酒企业将完成销售收入5572.63亿元，同比下降5.5%；实现利润总额1775.22亿元，同比增长16.3%。2022年我国规模以上白酒企业将完成销售收入5377.85亿元，实现利润总额1996.36亿元。

数据来源：观研天下整理（WW）

观研报告网发布的《中国酒类流通市场发展趋势分析与投资前景研究报告（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年中国酒类流通行业发展概述

第一节 酒类流通行业发展情况概述

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

第二节 中国酒类流通行业生命周期分析

- 一、酒类流通行业生命周期理论概述
- 二、酒类流通行业所属的生命周期分析

第三节 酒类流通行业经济指标分析

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

第二章 2018-2022年全球酒类流通行业市场发展现状分析

第一节 全球酒类流通行业发展历程回顾

第二节 全球酒类流通行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲酒类流通行业地区市场分析

- 一、亚洲酒类流通行业市场现状分析
- 二、亚洲酒类流通行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲酒类流通行业市场前景分析

第四节 北美酒类流通行业地区市场分析

- 一、北美酒类流通行业市场现状分析
- 二、北美酒类流通行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美酒类流通行业市场前景分析

第五节 欧洲酒类流通行业地区市场分析

- 一、欧洲酒类流通行业市场现状分析
- 二、欧洲酒类流通行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲酒类流通行业市场前景分析

第六节 2022-2029年世界酒类流通行业分布走势预测

第七节 2022-2029年全球酒类流通行业市场规模预测

第三章 中国酒类流通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酒类流通行业的影响分析

第三节 中国酒类流通行业政策环境分析

- 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 政策环境对酒类流通行业的影响分析

第五节 中国酒类流通行业产业社会环境分析

第四章 中国酒类流通行业运行情况

第一节 中国酒类流通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 中国酒类流通行业市场规模分析

- 一、影响中国酒类流通行业市场规模的因素
- 二、中国酒类流通行业市场规模
- 三、中国酒类流通行业市场规模解析

第三节 中国酒类流通行业供应情况分析

- 一、中国酒类流通行业供应规模
- 二、中国酒类流通行业供应特点

第四节 中国酒类流通行业需求情况分析

- 一、中国酒类流通行业需求规模
- 二、中国酒类流通行业需求特点

第五节 中国酒类流通行业供需平衡分析

第五章 中国酒类流通行业产业链和细分市场分析

第一节 中国酒类流通行业产业链综述

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、产业链运行机制
- 三、酒类流通行业产业链图解

第二节 中国酒类流通行业产业链环节分析

- 一、上游产业发展现状
- 二、上游产业对酒类流通行业的影响分析
- 三、下游产业发展现状
- 四、下游产业对酒类流通行业的影响分析

第三节 我国酒类流通行业细分市场分析

- 一、细分市场一
- 二、细分市场二

第六章 2018-2022年中国酒类流通行业市场竞争分析

第一节 中国酒类流通行业竞争要素分析

- 一、产品竞争
- 二、服务竞争
- 三、渠道竞争
- 四、其他竞争

第二节 中国酒类流通行业竞争现状分析

- 一、中国酒类流通行业竞争格局分析
- 二、中国酒类流通行业主要品牌分析

第三节 中国酒类流通行业集中度分析

- 一、中国酒类流通行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国酒类流通行业市场集中度分析

第七章 2018-2022年中国酒类流通行业模型分析

第一节 中国酒类流通行业竞争结构分析（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 中国酒类流通行业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、中国酒类流通行业SWOT分析结论

第三节 中国酒类流通行业竞争环境分析（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年中国酒类流通行业需求特点与动态分析

第一节 中国酒类流通行业市场动态情况

第二节 中国酒类流通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 酒类流通行业成本结构分析

第四节 酒类流通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 中国酒类流通行业价格现状分析

第六节 中国酒类流通行业平均价格走势预测

一、中国酒类流通行业平均价格趋势分析

二、中国酒类流通行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国酒类流通行业所属行业运行数据监测

第一节 中国酒类流通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 中国酒类流通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 中国酒类流通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年中国酒类流通行业区域市场现状分析

第一节 中国酒类流通行业区域市场规模分析

影响酒类流通行业区域市场分布的因素

中国酒类流通行业区域市场分布

第二节 中国华东地区酒类流通行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区酒类流通行业市场分析

（1）华东地区酒类流通行业市场规模

（2）华南地区酒类流通行业市场现状

（3）华东地区酒类流通行业市场规模预测

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、华中地区酒类流通行业市场分析

（1）华中地区酒类流通行业市场规模

（2）华中地区酒类流通行业市场现状

（3）华中地区酒类流通行业市场规模预测

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、华南地区酒类流通行业市场分析

- (1) 华南地区酒类流通行业市场规模
- (2) 华南地区酒类流通行业市场现状
- (3) 华南地区酒类流通行业市场规模预测

第五节 华北地区酒类流通行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区酒类流通行业市场分析

- (1) 华北地区酒类流通行业市场规模
- (2) 华北地区酒类流通行业市场现状
- (3) 华北地区酒类流通行业市场规模预测

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、东北地区酒类流通行业市场分析

- (1) 东北地区酒类流通行业市场规模
- (2) 东北地区酒类流通行业市场现状
- (3) 东北地区酒类流通行业市场规模预测

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、西南地区酒类流通行业市场分析

- (1) 西南地区酒类流通行业市场规模
- (2) 西南地区酒类流通行业市场现状
- (3) 西南地区酒类流通行业市场规模预测

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、西北地区酒类流通行业市场分析

- (1) 西北地区酒类流通行业市场规模
- (2) 西北地区酒类流通行业市场现状
- (3) 西北地区酒类流通行业市场规模预测

第十一章 酒类流通行业企业分析 (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年中国酒类流通行业发展前景分析与预测

第一节 中国酒类流通行业未来发展前景分析

一、酒类流通行业国内投资环境分析

二、中国酒类流通行业市场机会分析

三、中国酒类流通行业投资增速预测

第二节 中国酒类流通行业未来发展趋势预测

第三节 中国酒类流通行业规模发展预测

一、中国酒类流通行业市场规模预测

二、中国酒类流通行业市场规模增速预测

三、中国酒类流通行业产值规模预测

四、中国酒类流通行业产值增速预测

五、中国酒类流通行业供需情况预测

第四节 中国酒类流通行业盈利走势预测

第十三章 2022-2029年中国酒类流通行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 中国酒类流通行业进入壁垒分析

一、酒类流通行业资金壁垒分析

二、酒类流通行业技术壁垒分析

三、酒类流通行业人才壁垒分析

四、酒类流通行业品牌壁垒分析

五、酒类流通行业其他壁垒分析

第二节 酒类流通行业风险分析

一、酒类流通行业宏观环境风险

二、酒类流通行业技术风险

三、酒类流通行业竞争风险

四、酒类流通行业其他风险

第三节 中国酒类流通行业存在的问题

第四节 中国酒类流通行业解决问题的策略分析

第十四章 2022-2029年中国酒类流通行业研究结论及投资建议

第一节 观研天下中国酒类流通行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节 中国酒类流通行业进入策略分析

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 酒类流通行业营销策略分析

- 一、酒类流通行业产品营销
- 二、酒类流通行业定价策略
- 三、酒类流通行业渠道选择策略
- 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/202203/583595.html>