

中国光瓶酒市场发展现状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《中国光瓶酒市场发展现状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/202202/574871.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

光瓶酒又称裸瓶酒，顾名思义，就是去掉包装盒，直接能看到瓶身的酒，基本上除了酒瓶酒标之外，上就没有其他的包装了。

其实“光瓶酒”并不鲜见，放眼世界，纵观整个酒行业的发展，光瓶酒似乎成为了最终的选择。比如英格兰人民最爱的金酒、德国人民最爱的啤酒、战斗民族俄罗斯人民最爱的伏特加、日韩人民最爱的清酒露酒等，大多数都是光瓶酒；又比如现在被大众熟知的葡萄酒，也基本上都是以光瓶酒配酒标的形象呈现在世人面前。而且，这些国外的光瓶酒的形象早已脱离了我们“低档”光瓶的形象。这也证实了光瓶酒实际上是消费者消费行为日益理性、成熟后，对品牌、品质、品格等综合认知的升级。

图片来源：pexels

在我国，过去的白酒也大多是光瓶酒，像我国的茅台酒、五粮液、汾酒、西凤酒、泸州老窖特曲、古井贡酒、全兴大曲酒和董酒等名酒都曾以“光瓶”形象示人。但是，到了上世纪八九十年代，随着白酒行业开始市场化发展，各大酒厂商开始增加产品的附加值，酒包装也随之变得丰富多彩。酒包装的精致豪华程度开始对其的销量和售价产生直接影响，许多成本几十块的白酒产品在经过精细、豪华包装之后，市场销售价能够飙升至数百元甚至数千元。

与此同时，白酒的低端价位出现空档，二锅头、东北酒等区域性光瓶酒开始变得琳琅满目，而且光瓶酒也因其价格低、生产和消费门槛低，逐渐被大众贴上了“低端、低价、低质”的标签。

一、行业现状

1、我国光瓶酒市场规模已破千亿大关

近些年，我国消费者在经历了炫耀和面子情节后，对消费场景、消费体验和产品包装的需求趋于理性，光瓶酒成为广大酒友们“品质回归”的选择，其热度也持续上涨。据中国酒业协会统计数据显示，截至2020年12月，我国光瓶酒市场规模已经突破千亿大关，同比增速达20%，预计今年其市场规模有望增长至1200亿元以上。

资料来源：中国酒业协会

2、部分品牌完成全国化布局

过去，我国光瓶酒多是区域性发展，比如邵阳大曲光瓶、酒鬼三两三等。

部分光瓶酒品牌区域发展情况（以湖南为例）

品牌名称	导入时间	市场发展轨迹	年销售额
邵阳大曲光瓶	1988年	邵阳—长沙—株洲—湘潭—其他	1.5亿元左右
酒鬼三两三	2010年	岳阳—衡阳—怀化—长沙—湘潭—其他	1亿元左右
小郎酒	2012年	湘西怀化—吉首—岳阳—其他	5亿元左右
五粮头曲小酒	2016年	长株潭—湘西—常德—其他	几千万元

资料来源：观研天下整理

然而，近些年来，老村长、牛栏山陈酿等品牌已经逐渐完成了全国化布局。

光瓶酒品牌牛栏山市场布局情况 时间 事件 2015年 牛栏山提出“2+6+2”的市场策略，立足北京、布局全国。全年实现销售46.48亿，产量30万千升，销量29万千升，外埠市场销售收入刚刚超过北京市场，仍处在泛全国化的初级阶段。 2016年 牛栏山新增湖南、江西、湖北、黑龙江、陕西五个亿元省级市场，使得牛栏山的亿元省级市场超过10个。 2017年 牛栏山亿元省级市场在全国扩容到18个，同时发展福建、新疆等新兴市场。 2018年 牛栏山亿元省级市场在全国再度扩容到22个，尤其在长三角和珠三角两大地区发展迅猛。 2019年 牛栏山转变市场策略，提出“1+4+N”样板市场培育计划，打造以北京为中心，以初具样板模式的南京、长春、东莞、苏州为多核，以未来多个外埠样板市场为多点的“一心多核多点”的标准化、规范化的样板市场，并初步形成了四大样板市场。 2020年 牛栏山实现销售收入101.85亿元，中高端产品的销售额超过了25.5亿元产量69.05万千升，销量69.01万千升。 2021年 牛栏山外埠市场的份额已经大幅超过了北京市场，其省级亿元市场已经超过25个，成为“民酒之王”，已经彻底完成了全国化布局。

资料来源：观研天下整理

3、名酒企业纷纷入局，光瓶酒热度持续上涨

在我国光瓶酒老村长、牛栏山陈酿等品牌逐渐走向全国化之时，泸州老窖、舍得酒业、五粮液、郎酒股份等众多大型酒企纷纷布局高线光瓶酒市场，我国光瓶酒的热度也持续上涨。

2020-2021年我国部分名酒企业光瓶酒领域布局情况	时间	事件	
	2020年2月	古井贡酒在天猫、京东、苏宁、拼多多等全平台线上同时发布了72度小壘神精酿小瓶白酒。	
	2020年3月	金种子酒业推出高线光瓶酒“颍州清纯”酒。	2020年4月
		金种子酒业通过直播方式，推出了“种子清纯”酒，进一步加码高线光瓶酒。	2020年4月
	4月	衡水老白干酒业推出市场终端价为68元的高线光瓶酒产品“冰川398”。	2021年10月
		泸州老窖发布黑盖光瓶酒产品，定位百元价格区间。	

资料来源：观研天下整理

4、成熟大众消费群体与新生代消费群体并存

当前，我国光瓶酒市场的持续火爆一定程度上与消费群体的变化有关。在我国酒类消费群体中，可以说是成熟大众消费群体与新生代消费群体并存的局面。

据不完全统计，2021年我国酒类消费群体中，70后占比约为29%；80后占比约为42%；90后占比约23%。而且近几年酒类消费群体有逐渐向90后、95后过渡的趋势。年轻消费群体占比持续上升，也为我国光瓶酒发展起到了一定的推动作用。与成熟老一辈的消费者相比，新生代年轻消费群体更加注重产品的品质和颜值，其消费观念也更加理性、讲究性价比，因此饮酒方面，他们也更愿意选择价格“亲民”的光瓶酒。

资料来源：公开资料整理

二、行业发展趋势

简化包装是国际趋势、也是理性趋势，当前我国光瓶酒市场持续升温，市场“蛋糕”持续变大，行业已经进入快速发展阶段。未来我国光瓶酒会是一个巨大且长期存在的“蛋糕”。随着人们消费观念日趋理智，光瓶酒的选择既是消费换代的潮流，也是环保时代的大势。

1、行业或将迎来新一轮的洗牌期

当前全国性名酒企业纷纷布局光瓶酒市场，这使得区域性的光瓶酒品牌的市场份额受到挤压。

然而，2021年6月，我国国家标准化管理委员会发布《白酒工业术语》《饮料酒术语和分类》两项国家标准，其中提到“白酒不得使用食品添加剂，将调香白酒从白酒分类中剔除。此外，液态法和固液法不得使用非谷物食用酒精，发酵时必须用大曲、小曲和麸曲”。该标准将于2022年6月正式实施。这一标准的发布表示像四特酒这类配料中添加食用酒精及食用香料的白酒将不符合新国标。

新政策的发布以及消费群体年轻化给我国光瓶酒新老品牌均带来了机会，因此，品牌竞争格局方面，我国光瓶酒行业或将迎来新一轮的洗牌期。

2、产品将从低端、性价比向名酒、品质比转变

当前，我国一些全国性的中高端白酒企业纷纷布局高线光瓶酒，一些地产酒的市场份额受到挤压。中高端名酒企业不断收割市场，迫使牛栏山、老村长等低端光瓶酒企不得不升级布局中高端市场，同时，部分品牌也借机开始对光瓶酒提价，例如去年牛栏山光瓶酒系列每件上调6元；42度玻汾终端标价上调2元；53度玻汾终端标价上调3元；泸州老窖发布的“高光”系列也将高线光瓶酒天花板拉升至698元/瓶。未来，我国光瓶酒价格档次将更加多元化，行业产品“低端、低价、低质”的标签将被撕掉。

除此之外，我国消费市场已经进入了品质时代，高品质产品逐渐成为了市场刚需。伴随着消费迭代的出现，90后、95后，甚至部分00成为了消费主力军，业成为了光瓶酒的意见主导者，他们对产品价格的敏感模糊性、品牌追求和个性追求的倾向性为我国高品质光瓶酒的发展提供了动力。同时这将促进我国光瓶酒产品的高端化、高品质发展，而且，我国的光瓶酒市场已经到了可以脱掉包装实现高端的文化自信的时代，未来我国光瓶酒将从低端、性价比向名酒、品质比转变。

3、产品消费群体逐渐多阶层化

过去我国光瓶酒消费者主要是大众消费阶层，然而，未来随着我国光瓶酒的高端化发展，以及光瓶酒新生代消费群体的崛起，光瓶酒的消费阶层将会向新中产阶级、年轻化、商务化等多个消费阶层转变。（LQM）

观研报告网发布的《中国光瓶酒市场发展现状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、光瓶酒行业基本情况介绍

三、光瓶酒行业发展特点分析

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 2018-2022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 2022-2029年世界光瓶酒行业分布走势预测
- 第七节 2022-2029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
 - 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 2018-2022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

第三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

第七章 2018-2022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 2018-2022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 2018-2022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

影响光瓶酒行业区域市场分布的因素

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) 华东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 2022-2029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 2022-2029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 2022-2029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、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、光瓶酒行业产品营销

二、光瓶酒行业定价策略

三、光瓶酒行业渠道选择策略

第四节观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202202/574871.html>