

# 中国酱酒市场现状深度分析与未来前景调研报告 (2024-2031年)

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《中国酱酒市场现状深度分析与未来前景调研报告（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/202401/688672.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

### 一、行业相关概述

酱酒一般指酱香型白酒，是中国白酒的香型之一，以茅台、蜚声中外的美酒为代表，属大曲酒类。传统酱酒工艺以糯红高粱为原料，小麦制曲作糖化发酵剂，利用传统固态酿造工艺经发酵、蒸馏、贮存、勾兑而成，具有“酱香突出、幽雅细腻、酒体醇厚、回味悠长、空杯留香持久”的特点。

与其他香型白酒相比，酱酒不仅酿造耗时更长、工艺更复杂、且出酒率更低，因此定价较高，强化消费者高端认知。例如正宗的大曲坤沙酱香酒往往采用复杂的蒸馏技术“12987”工艺，从原料投入到基酒产出，需要经过二次投料、九次蒸煮、八次摊凉、七次摘酒，遵循“四高两长”（高温制曲、高温堆积、高温发酵、高温馏酒；生产周期长、储存时间长）的传统工艺，按照酱香、醇甜、窖底三种典型体和不同等级、不同轮次，入库装坛分型贮存，勾调出厂。

酱酒根据原料分，可以分为高粱酱酒、小麦酱酒、大麦酱酒、稻米酱酒、红曲酱酒、土式酱酒等。根据生产工艺分，酱酒又可分为坤沙、碎沙、翻沙、麸曲、回沙和串沙六大品类，其中坤沙酒，即大曲酱香酒品质最高。

资料来源：观研天下整理

### 二、行业市场发展情况

#### 1、白酒市场发展情况

##### （1）我国白酒市场需求疲软，行业进入“量减价增”阶段

中华文化历史悠久、积淀深厚，白酒是不可或缺的重要构成。近几年由于人们对于健康的关注越来越高，健康对于人们消费的影响指数不断提升，导致白酒的市场需求缓步下降，从而导致行业整体产量呈现下降趋势，进入“量减价增”阶段。数据显示，自2016年产量达到峰值后逐年下滑。到2022年我国白酒行业产量至671.2万千升，较2021年同比下降6.21%。2023年1-11月，我国白酒产量395.8万千升，同比去年下滑6%。

数据来源：观研天下整理

价格方面，呈现加速上涨趋势。数据显示，2016-2022年我国白酒行业吨价由4.51万元/吨上

涨至9.87万元/吨。在终端消费市场上，2019-2022年我国高档白酒（千元价位）由1044元提升至1283元，价增22.9%；高于中低档（百元价位），由157元提升至179元，价增13.71%。

数据来源：观研天下整理

## （2）我国白酒消费升级将进一步深化，高端/次高端白酒需求保持旺盛

虽然近年我国整体白酒整体供给和需求持续下降，但主要下降产品集中在中低端产品，而次高端和高端需求占比持续提升带动我国白酒市场规模持续增长。数据显示，2022年我国白酒市场规模约6589.75亿元。其中高端和次高端份额分别占比16.9%和20.8%左右。预计随着白酒高端产品认可度持续提升，高端和次高端占比将继续提升带动我国白酒市场规模持续增长。

数据来源：观研天下整理

## 2、酱酒市场发展情况

### （1）我国酱酒市场日益壮大，市占率持续提升

虽然由上述资料可知，目前我国白酒整体市场表现不佳。但由于与其他香型白酒相比，酱酒强化了消费者高端认知，是我国传统的高档白酒，大部分酱香酒企的主力产品均定位次高端及以上价位，恰好迎合了白酒行业消费升级的趋势。在此环境下，2017年以来我国酱酒市场发展向好，市占率持续提升。根据数据显示，2022年我国酱酒行业实现销售收入2100亿元，同比增长10.5%。另外从其在白酒板块的营收占比来看，2017-2022年也从15%提升到了32%左右。

数据来源：观研天下整理

行业利润方面来看，我国酱酒行业利润要高于其他香型白酒。根据数据显示，2022年我国酱酒行业实现利润约870亿元，同比增长11.5%，约占我国白酒总利润2201.7亿元的39.51%。

。

数据来源：观研天下整理

得益于市场需求旺盛，自2018年开始国内酱酒市场便进入产能提速阶段，名优企业纷纷扩产，使得产能产量整体呈现增长态势。数据显示，2022年我国酱酒产能约70万千升，同比增长16.7%，约占我国白酒总产量的10.43%。

数据来源：观研天下整理

(2) 我国酱酒行业依然具备渗透率提升空间，预计2027年行业规模可达3600亿

综上所述，2022年在我国白酒市场，酱酒以10%的产能占比，贡献了近40%利润，可见其盈利能力是比较强的。根据相关资料显示，我国酱酒行业依然具备渗透率提升空间，预计2027年行业规模可达3600亿，期间企业将走向全方位的综合竞争。其中在山东、广东、河南地区，随着价格带的补全、消费氛围的演变，占有率有望从40%、60%、50%更进一步提升至2027年的47%、70%、55%。在湖南地区，市场转酱进入后半场，占有率有望从30%，加速提升至42%。随着核心市场向周边辐射，除具备强势地产酒省份，预计其他市场稳中有升，2027年非核心市场酱酒市占率有望达到34%。

### 三、行业市场竞争情况

#### 1、市场集中度较高，行业CR3达到74%

酱酒市场日益壮大，酱酒企业数量也在不断增多。数据显示，目前酱酒企业数量从2010年350家上升到1000家以上。而虽然酱酒企业数量不断增多，但企业规模普遍较小，有95%以上酱酒企业规模小于1亿。

目前市场集中度较高。数据显示，2021年我国酱酒市场CR3达到74%。具体来看，茅台、习酒、郎酒是我国酱酒市场三巨头。其中茅台一家独大，其2021年市场份额达到了58%。2022年千亿茅台继续名副其实的坐稳“老大”位置，茅台股份及习酒旗下300-500元产品价格依然坚挺，珍品王子、汉酱、君品习酒（2022虽然剥离茅台集团，但前期增长主要是与茅台集团的增长呈现正相关），牢牢锁定主流价格带，成为茅台股份系列品牌红利最大的获益者。但值得注意的是，自2019年以来茅台市场份额不断下降（从66%下降至58%），而郎酒、习酒、国台酒、金沙酒市场份额均上涨，使得行业集中度下降迅速。

数据来源：观研天下整理

#### 2、行业呈现快速分化的态势

酱酒崛起是我国白酒品类发展的必然趋势。在此过程中，目前以仁怀核心产区为主的酱酒，顺势铺开了全国化的战略布局。其中作为优质力量代表的国台、夜郎古、衡昌烧坊一直是奋勇当先的存在，在品牌化道路上，不仅创造了喜人的业绩规模和增长速度，还塑造了“国台新领袖”“夜郎酒谷”“百年匠心”等时代名片与品牌注脚。

但相比于此前酱酒千帆竞发、泥沙俱下的景象，目前过热的酱酒行业已经呈现快速分化的态势。头部的茅台和系列酒保持稳定增长；第二梯队的习酒、郎酒、金沙、国台等酱酒企业也逐步调整到位；中小酱酒企业的销售依然不容乐观。不过在业内看来，这一调整已经比预想中的更快。

目前我国酱酒的贴牌时代已经结束，同时经销商暴利的时代也已经结束，2024年酱酒的渠道库存问题会基本得到解决。此前2023年随着酱酒热的泡沫被戳破，除茅台之外的酱酒企业纷纷陷入到渠道库存高企、动销缓慢和价格倒挂的困境。但随后在采取了一系列调整策略后，第二梯队酱酒品牌的库存和动销已经开始好转。截至2023年末，经销商库存较年初下降30%。整体来看，当前我国仍处于酱酒行业发展的中场，酱酒品类仍处于上升周期之中，但也出现了强分化的趋势。（WW）

注：上述信息仅供参考，具体内容请以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国酱酒市场现状深度分析与未来前景调研报告（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。

## 【目录大纲】

### 第一章 2019-2023年中国酱酒行业发展概述

#### 第一节 酱酒行业发展情况概述

- 一、酱酒行业相关定义
- 二、酱酒特点分析
- 三、酱酒行业基本情况介绍

#### 四、酱酒行业经营模式

##### 1、生产模式

##### 2、采购模式

##### 3、销售/服务模式

#### 五、酱酒行业需求主体分析

#### 第二节 中国酱酒行业生命周期分析

##### 一、酱酒行业生命周期理论概述

##### 二、酱酒行业所属的生命周期分析

#### 第三节 酱酒行业经济指标分析

##### 一、酱酒行业的赢利性分析

##### 二、酱酒行业的经济周期分析

##### 三、酱酒行业附加值的提升空间分析

#### 第二章 2019-2023年全球酱酒行业市场发展现状分析

##### 第一节 全球酱酒行业发展历程回顾

##### 第二节 全球酱酒行业市场规模与区域分布情况

##### 第三节 亚洲酱酒行业地区市场分析

##### 一、亚洲酱酒行业市场现状分析

##### 二、亚洲酱酒行业市场规模与市场需求分析

##### 三、亚洲酱酒行业市场前景分析

##### 第四节 北美酱酒行业地区市场分析

##### 一、北美酱酒行业市场现状分析

##### 二、北美酱酒行业市场规模与市场需求分析

##### 三、北美酱酒行业市场前景分析

##### 第五节 欧洲酱酒行业地区市场分析

##### 一、欧洲酱酒行业市场现状分析

##### 二、欧洲酱酒行业市场规模与市场需求分析

##### 三、欧洲酱酒行业市场前景分析

##### 第六节 2024-2031年世界酱酒行业分布走势预测

##### 第七节 2024-2031年全球酱酒行业市场规模预测

#### 第三章 中国酱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酱酒行业的影响分析

##### 第三节 中国酱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 政策环境对酱酒行业的影响分析

#### 第五节 中国酱酒行业产业社会环境分析

### 第四章 中国酱酒行业运行情况

#### 第一节 中国酱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 中国酱酒行业市场规模分析

##### 一、影响中国酱酒行业市场规模的因素

##### 二、中国酱酒行业市场规模

##### 三、中国酱酒行业市场规模解析

#### 第三节 中国酱酒行业供应情况分析

##### 一、中国酱酒行业供应规模

##### 二、中国酱酒行业供应特点

#### 第四节 中国酱酒行业需求情况分析

##### 一、中国酱酒行业需求规模

##### 二、中国酱酒行业需求特点

#### 第五节 中国酱酒行业供需平衡分析

### 第五章 中国酱酒行业产业链和细分市场分析

#### 第一节 中国酱酒行业产业链综述

##### 一、产业链模型原理介绍

##### 二、产业链运行机制

##### 三、酱酒行业产业链图解

#### 第二节 中国酱酒行业产业链环节分析

##### 一、上游产业发展现状

##### 二、上游产业对酱酒行业的影响分析

##### 三、下游产业发展现状

##### 四、下游产业对酱酒行业的影响分析

#### 第三节 我国酱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年中国酱酒行业市场竞争分析

#### 第一节 中国酱酒行业竞争现状分析

##### 一、中国酱酒行业竞争格局分析



## 二、中国酱酒行业主要品牌分析

### 第二节 中国酱酒行业集中度分析

#### 一、中国酱酒行业市场集中度影响因素分析

#### 二、中国酱酒行业市场集中度分析

### 第三节 中国酱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年中国酱酒行业模型分析

### 第一节 中国酱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 中国酱酒行业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、中国酱酒行业SWOT分析结论

### 第三节 中国酱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年中国酱酒行业需求特点与动态分析

### 第一节 中国酱酒行业市场动态情况

### 第二节 中国酱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 酱酒行业成本结构分析

第四节 酱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 中国酱酒行业价格现状分析

第六节 中国酱酒行业平均价格走势预测

一、中国酱酒行业平均价格趋势分析

二、中国酱酒行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国酱酒行业所属行业运行数据监测

第一节 中国酱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 中国酱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 中国酱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年中国酱酒行业区域市场现状分析

第一节 中国酱酒行业区域市场规模分析

一、影响酱酒行业区域市场分布的因素

二、中国酱酒行业区域市场分布

第二节 中国华东地区酱酒行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区酱酒行业市场分析

- (1) 华东地区酱酒行业市场规模
- (2) 华南地区酱酒行业市场现状
- (3) 华东地区酱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、华中地区酱酒行业市场分析

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

- (1) 华南地区酱酒行业市场规模
- (2) 华南地区酱酒行业市场现状
- (3) 华南地区酱酒行业市场规模预测

### 第五节 华北地区酱酒行业市场分析

#### 一、华北地区概述

#### 二、华北地区经济环境分析

#### 三、华北地区酱酒行业市场分析

- (1) 华北地区酱酒行业市场规模
- (2) 华北地区酱酒行业市场现状
- (3) 华北地区酱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、东北地区酱酒行业市场分析

- (1) 东北地区酱酒行业市场规模
- (2) 东北地区酱酒行业市场现状
- (3) 东北地区酱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、西南地区酱酒行业市场分析

- (1) 西南地区酱酒行业市场规模
- (2) 西南地区酱酒行业市场现状
- (3) 西南地区酱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、西北地区酱酒行业市场分析
  - (1) 西北地区酱酒行业市场规模
  - (2) 西北地区酱酒行业市场现状
  - (3) 西北地区酱酒行业市场规模预测

## 第十一章 酱酒行业企业分析（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年中国酱酒行业发展前景分析与预测

#### 第一节 中国酱酒行业未来发展前景分析

##### 一、酱酒行业国内投资环境分析

##### 二、中国酱酒行业市场机会分析

### 三、中国酱酒行业投资增速预测

#### 第二节 中国酱酒行业未来发展趋势预测

#### 第三节 中国酱酒行业规模发展预测

##### 一、中国酱酒行业市场规模预测

##### 二、中国酱酒行业市场规模增速预测

##### 三、中国酱酒行业产值规模预测

##### 四、中国酱酒行业产值增速预测

##### 五、中国酱酒行业供需情况预测

#### 第四节 中国酱酒行业盈利走势预测

### 第十三章 2024-2031年中国酱酒行业进入壁垒与投资风险分析

#### 第一节 中国酱酒行业进入壁垒分析

##### 一、酱酒行业资金壁垒分析

##### 二、酱酒行业技术壁垒分析

##### 三、酱酒行业人才壁垒分析

##### 四、酱酒行业品牌壁垒分析

##### 五、酱酒行业其他壁垒分析

#### 第二节 酱酒行业风险分析

##### 一、酱酒行业宏观环境风险

##### 二、酱酒行业技术风险

##### 三、酱酒行业竞争风险

##### 四、酱酒行业其他风险

#### 第三节 中国酱酒行业存在的问题

#### 第四节 中国酱酒行业解决问题的策略分析

### 第十四章 2024-2031年中国酱酒行业研究结论及投资建议

#### 第一节 观研天下中国酱酒行业研究综述

##### 一、行业投资价值

##### 二、行业风险评估

#### 第二节 中国酱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 酱酒行业营销策略分析

##### 一、酱酒行业产品策略

##### 二、酱酒行业定价策略

##### 三、酱酒行业渠道策略

#### 四、酱酒行业促销策略

##### 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：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202401/688672.html>