

2024-2030年中国酱酒行业市场研究分析及发展前景规划报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2024-2030年中国酱酒行业市场研究分析及发展前景规划报告》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：<https://www.chyxx.com/research/1125572.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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

为方便行业人士或投资者更进一步了解酱酒行业现状与前景，智研咨询特推出《2024-2030年中国酱酒行业市场研究分析及发展前景规划报告》（以下简称《报告》）。报告对中国酱酒市场做出全面梳理和深入分析，是智研咨询多年连续追踪、实地走访、调研和分析成果的呈现。

为确保酱酒行业数据精准性以及内容的可参考价值，智研咨询研究团队通过上市公司年报、厂家调研、经销商座谈、专家验证等多渠道开展数据采集工作，并对数据进行多维度分析，以求深度剖析行业各个领域，使从业者能够从多种维度、多个侧面综合了解2022年酱酒行业的发展态势，以及创新前沿热点，进而赋能酱酒从业者抢跑转型赛道。

酱香型亦称茅香型，以茅台、蜚声中外的美酒为代表，属大曲酒类。其酱香突出，幽雅细致，酒体醇厚，回味悠长，清澈透明，色泽微黄。

以酱香为主，略有焦香（但不能出头），香味细腻、复杂、柔顺含泸（泸香）不突出，酯香柔雅协调，先酯后酱，酱香悠长，杯中香气经久不变，空杯留香经久不散（茅台酒有“扣杯隔日香”的说法），味大于香，苦度适中，酒度低而不变。酱香型白酒的标准评语是：无色（或微黄）透明，无悬浮物，无沉淀，酱香突出、幽雅细腻，空杯留香幽雅持久，入口柔绵醇厚，回味悠长，风格（突出、明显、尚可）。

酱酒是一种中国传统的浓香型白酒，它是由发酵和蒸馏过程制成的。根据不同的制作工艺和原料，酱酒可以分为多个分类。以下是常见的酱酒分类：高粱酱酒：以高粱为主要原料酿制的酱酒，主要产于中国的四川、贵州、云南等地。小麦酱酒：以小麦为主要原料酿制的酱酒，主要产于中国的山东、安徽、江苏等地。大麦酱酒：以大麦为主要原料酿制的酱酒，主要产于中国的陕西、甘肃、宁夏等地。稻米酱酒：以稻米为主要原料酿制的酱酒，主要产于中国的江西、湖南、湖北等地。红曲酱酒：在酿制酱酒过程中使用红曲菌进行发酵的酱酒，具有特殊的风味和颜色，主要产于中国的江苏、浙江、福建等地。土式酱酒：以土坯窖穴发酵酿制的酱酒，具有特殊的风味和口感，主要产于中国的湖北、陕西、山西等地。

2017年该时段我国提出由制造大国向制造强国转变的总方针，结合此时供给侧改革相关政策频繁出台，各地方政府逐步清退落后产能，同时叠加高端和次高端产品横向挤压中低端市场需求，整体需求渐趋饱和背景下，中国酱酒行业销售收入呈现下降态势，国内酱酒市场从2018年开始，便进入产能提速阶段，名优企业纷纷扩产，酱酒热从2018年开始就已出现，2019年逐渐升温，根据数据显示，2022年中国酱酒行业销售收入约为2094亿元。中国酱酒行业的主要分布地区以环渤海地区为主，占比为19.02%。环渤海位置地理优势明显，交通便利，也有着丰富的优质水源和传统的酿酒技艺，成为酱酒行业的重要产区。需要注意的是，随着行业的发展和市场的扩大，中国的酱酒产区也在逐渐扩展到其他地区。

酱酒是中国传统的高档白酒，受到国内市场的广泛欢迎。消费者对高品质酱酒的需求持续增长，特别是对特色、名优、稀缺的产品有较高的追求。消费者结构的变化，特别是新兴消费群体的兴起，如年轻一代消费者、女性消费者的增加，对酱酒行业的需求带来了新的增长动力。根据数据显示，2022年中国酱酒行业产量约为65万千升、需求量约为64.4万千升。政府对酱酒行业的政策调控也可能对价格产生影响。政府限制高档酱酒的销售、调控市场供应量等措施，都可能导致酱酒价格的上涨。2022年中国酱酒均价约为325.18元/升。

酱酒行业市场集中度持续提升，“一超多强”竞争格局愈加清晰。贵州茅台独占鳌头，五粮液、洋河股份、泸州老窖等龙头企业业绩稳健。高端白酒行业格局更加简单清晰，飞天茅台（茅台）、普五（五粮液）、国窖1573（泸州老窖）三分天下，茅台占据了将近一半市场。次高端、中低端白酒行业则百花齐放。根据数据显示，贵州茅台产能占比为11.40%。2022年贵州茅台收入为1078亿元。

“白酒生产线”从“限制类”条目中删除，一解困扰行业14年发展的“紧箍咒”。国家政策相继推出，有利与白酒、酱酒行业资本进入市场，推动行业重新洗牌，行业营销渠道多元化、市场渗透率逐步提升，行业规模不断扩大，市场前景未来可期，与此同时，酱酒企业掀起扩产潮，未来供给驱动成长。

《2024-2030年中国酱酒行业市场研究分析及发展前景规划报告》是智研咨询重要成果，是智研咨询引领行业变革、寄情行业、践行使命的有力体现，更是酱酒领域从业者把脉行业不可或缺的重要工具。智研咨询已经形成一套完整、立体的智库体系，多年来服务政府、企业、金融机构等，提供科技、咨询、教育、生态、资本等服务。

报告目录：

第一章 酱酒行业相关概述

第一节 酱酒行业相关概述

一、产品概述

二、产品性能

三、产品用途

第二节 酱酒行业发展特征分析

一、周期性

二、区域性

三、季节性

第三节 酱酒行业经营模式分析

- 一、生产模式
- 二、采购模式
- 三、销售模式

第二章 中国酱酒行业发展环境分析

第一节 中国酱酒行业经济发展环境分析

- 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

第二节 中国酱酒行业政策环境分析

- 一、行业监管管理体制
- 二、行业相关政策分析
- 三、上下游产业政策影响
- 四、进出口政策影响分析

第三节 中国酱酒行业技术环境分析

- 一、行业技术发展概况
- 二、行业技术发展现状

第三章 2019-2023年中国酱酒市场供需分析

第一节 中国酱酒市场供给状况

- 一、中国酱酒行业主要生产分析
- 二、2019-2023年中国酱酒产量分析
- 三、2024-2030年中国酱酒产量预测

第二节 中国酱酒市场需求状况

- 一、2019-2023年中国酱酒需求分析
- 二、2024-2030年中国酱酒需求预测

第三节 中国酱酒市场价格分析

第四章 中国酱酒行业产业链分析

第一节 酱酒行业产业链概述

第二节 酱酒上游产业发展状况分析

- 一、上游原料市场发展现状

二、上游原料生产情况分析

三、上游原料价格走势分析

第三节 酱酒下游应用需求市场分析

一、行业发展现状分析

二、行业生产情况分析

三、行业需求状况分析

四、行业需求前景分析

第五章 中国酱酒行业市场竞争格局分析

第一节 酱酒行业波特五力竞争分析

一、行业现有企业竞争

二、行业替代产品威胁

三、行业新进入者威胁

四、行业上游议价能力

五、行业下游议价能力

第二节 酒行业集中度分析

一、行业集中度

二、区域集中度

三、企业集中度

第三节 酱酒行业SWOT分析

一、酱酒行业发展优势

二、酱酒行业发展劣势

三、酱酒行业发展机遇

四、酱酒行业发展挑战

第四节 酱酒企业竞争策略分析

一、我国酱酒企业的市场竞争优势

二、酱酒企业竞争力的提升途径

三、提高酱酒企业核心竞争力的对策

第六章 中国酱酒行业重点区域行业发展分析

第一节 环渤海地区

一、酱酒行业发展概况

二、酱酒行业发展分析

三、酱酒行业发展前景

第二节 长三角地区

一、酱酒行业发展概况

二、酱酒行业发展分析

三、酱酒行业发展前景

第三节 珠三角地区

一、酱酒行业发展概况

二、酱酒行业发展分析

三、酱酒行业发展前景

第七章 国内白酒行业领先企业竞争力分析

第一节 贵州茅台酒股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业销售网络布局

五、企业发展战略分析

第二节 宜宾五粮液股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业销售网络布局

五、企业发展战略分析

第三节 泸州老窖股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业销售网络布局

五、企业发展战略分析

第四节 贵州习酒投资控股集团有限责任公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业销售网络布局

五、企业发展战略分析

第五节 四川郎酒股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业销售网络布局

五、企业发展战略分析

第六节 贵州国台酒业集团股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业销售网络布局

五、企业发展战略分析

第八章 中国酱酒行业商业模式构建与实施策略

第一节 酱酒行业商业模式要素与特征

一、商业模式的构成要素

二、商业模式的模式要素

三、成功商业模式的特征

第二节 酱酒行业企业商业模式构建步骤

一、挖掘客户价值需求

二、产业价值链再定位

三、寻找利益相关者

四、构建盈利模式

第三节 酱酒行业商业模式的实施策略

一、企业价值链管理的目标

二、企业价值链管理系统建设

三、企业文化建设

第九章 2024-2030年中国酱酒行业发展前景与趋势分析

第一节 中国酱酒行业发展影响因素分析

一、中国酱酒行业发展有利因素分析

二、中国酱酒行业发展不利因素分析

第二节 2024-2030年中国酱酒行业前景与趋势分析

一、酱酒行业发展前景

二、酱酒发展趋势分析

三、酱酒行业市场预测

第三节 2024-2030年中国酱酒行业发展策略分析

第十章 2024-2030年中国酱酒行业投资风险与建议分析

第一节 2024-2030年中国酱酒行业投资壁垒分析

- 一、市场壁垒
- 二、资金壁垒
- 三、技术壁垒
- 四、人才壁垒

第二节 2024-2030年中国酱酒行业投资风险分析

- 一、产业政策风险
- 二、原材料风险分析
- 三、市场竞争风险
- 四、技术风险分析

第三节 2024-2030年酱酒行业投资策略及建议

第十一章 酱酒企业投资战略与客户策略分析

第一节 酱酒企业发展战略规划背景意义

- 一、企业转型升级的需要
- 二、企业做大做强的需要
- 三、企业可持续发展需要

第二节 酱酒企业战略规划制定依据

- 一、国家产业政策
- 二、行业发展规律
- 三、企业资源与能力
- 四、可预期的战略定位

第三节 酱酒企业战略规划策略分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、区域战略规划
- 四、产业战略规划
- 五、营销品牌战略
- 六、竞争战略规划

第四节 酱酒企业重点客户战略实施

- 一、重点客户战略的必要性
- 二、重点客户的鉴别与确定
- 三、重点客户的开发与培育

四、重点客户市场营销策略

第十二章 酱酒行业规划制定战略研究

第一节 酱酒行业战略规划的制定原则

第二节 酱酒行业战略规划发展分析

第三节 酱酒行业战略规划发展措施分析

图表目录：部分

图表1：酱酒主要分类及酿造工艺

图表2：2019-2023年中国酱酒行业专利数量趋势（件）

图表3：2019-2023年中国酱酒产量及占比白酒产量情况

图表4：2024-2030年中国酱酒产量预测

图表5：2019-2023年中国酱酒收入及占比白酒收入份额情况

图表6：2019-2023年中国酱酒需求量情况

图表7：2024-2030年中国酱酒需求预测

图表8：2019-2023年中国酱酒市场价格走势情况

图表9：酱酒行业产业链

图表10：2019-2023年中国谷物播种面积及产量

图表11：2019-2023年中国高粱行业价格走势

图表12：2019-2023年中国批发和零售业商品购进额

图表13：2023年中国酱酒市场区域集中度

图表14：2023年中国酱酒行业主要企业产能占比

图表15：2019-2023年环渤海地区酱香型白酒销售收入

图表16：2024-2030年环渤海地区酱香型白酒销售收入预测

图表17：2019-2023年长三角地区酱香型白酒销售收入

图表18：2024-2030年长三角地区酱香型白酒销售收入预测

图表19：2019-2023年珠三角（广东）地区酱香型白酒销售收入

图表20：2024-2030年珠三角（广东）地区酱香型白酒销售收入预测

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/1125572.html>