

2024-2030年中国酿酒行业发展模式分析及未来前景规划报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2024-2030年中国酿酒行业发展模式分析及未来前景规划报告》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/202110/978568.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酿酒行业现状与前景，智研咨询特推出《2024-2030年中国酿酒行业发展模式分析及未来前景规划报告》（以下简称《报告》）。报告对中国酿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。

为确保酿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年酿酒行业的发展态势，以及创新前沿热点，进而赋能酿酒从业者抢跑转型赛道。

酿酒是通过微生物发酵生产一定浓度酒精饮料的过程。酿酒行业是指以酒类生产与销售为主营业务，兼顾其他相关产品的生产和经营的公司集合。以《国民经济行业分类与代码》作为判定标准，酿酒行业作为二级行业，主要包含了作为白酒、啤酒、黄酒、葡萄酒及其他酒四组产品分类，而其他酒还可以细分为果酒、养生酒、调制酒等。

人类最早有意识酿酒是从模仿大自然的杰作开始，因为水果和动物的乳汁极易发酵成酒，所需的酿造技术较为简单，人类最早学会酿造的酒，应是果酒和乳酒。公元前5000年-3000年，中国仰韶文化时期已出现耕作农具，即出现了农业，酒也随之进化到2.0版本——谷物酿造酒。从酿酒本身来看，酿造酒精饮料的行业，属于一种消费品行业。产品种类繁多，涵盖啤酒、白酒、葡萄酒、果酒等各类酒精饮料，市场需求旺盛。随着人们对品质的不断追求和消费水平的提高，酿酒产业已经发展成为一个规模庞大，且具备良好市场潜力和发展前景的新兴产业。据统计，2022年我国酿酒行业规模以上企业数量1756家，较2021年减少5家；酿酒行业规模以上企业产量5406.85万千升，较2021年增长20.65万千升。

对于全球华人来说，白酒文化不仅是中国传统文化的一部分，更是能够凝聚全球华人的一种精神力量。2022年我国酿酒行业规模以上企业销售收入9509亿元，其中：白酒销售收入6626.5亿元，占了全国酿酒行业销售收入的69.46%；酿酒行业规模以上企业利润总额2491.5亿元，其中：白酒利润总额2201.7亿元，占88.37%。酿酒行业是个万亿元级别的市场，但细分到具体的白酒领域，不仅行业的收入规高居于首位，利润总额占据全国酿酒行业90%，为我国酿酒产业主要增长点。

2022年6月28日，贵州茅台总市值达到25576.19亿元；五粮液总市值达到7749.63亿元，贵州茅台和五粮液总市值遥遥领先其他白酒企业，位于白酒行第一梯队；其次是山西汾酒、泸州老窖、洋河股份和古井贡酒，总市值超过1000亿元，位于第二梯队；第三梯队是舍得酒业、迎驾贡酒、今世缘、酒鬼酒等。

随着养生、健康等生活观念的转变，我国酒类消费已经逐渐从基本消费转变为“少喝酒、喝好酒”的趋势发展，市场需求也逐渐转向健康化和多样化。在高端和中高端产品快速发展的当下，行业会不断完善，得到更多技术支持，从而提高质量，提升自身竞争力。未来，优质产能会成为名优酒企能否持续增长的关键要素，酿酒行业的发展前景看好。

《2024-2030年中国酿酒行业发展模式分析及未来前景规划报告》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，更是酿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：

第一部分 酿酒业现状综述

第一章 2019-2023年中国酿酒行业运行状况分析

第一节 中国酿酒业发展历程

第二节 2019-2023年中国酿酒业现状综述

- 一、中国酿酒业初步形成“好而快”的发展趋势
- 二、中国酿酒业吹响集结号积极推进清洁生产工作
- 三、2019-2023年中国酿酒业利税总额分析

第三节 2019-2023年我国酿酒深度剖析

- 一、我国酿酒业成本与利润分析
- 二、上游行业我国酿酒业的影响分析
- 三、酒类公司资本市场表现

第四节 2019-2023年我国酿酒行业发展存在的问题与对策分析

第二章 2019-2023年中国酿酒所属行业运行经济指标监测与分析

第一节 2019-2023年中国酿酒所属行业数据统计与监测分析

- 一、2019-2023年中国酿酒行业企业数量增长分析
- 二、2019-2023年中国酿酒行业从业人数调查分析
- 三、2019-2023年中国酿酒行业总销售收入分析
- 四、2019-2023年中国酿酒行业利润总额分析
- 五、2019-2023年中国酿酒行业投资资产增长性分析

第二节 2023年中国酿酒行业最新数据统计与监测分析

- 一、企业数量与分布
- 二、销售收入

三、利润总额

四、从业人数

第三节 2023年中国酿酒行业投资状况监测

一、行业资产区域分布

二、主要省市投资增速对比

第三章 2019-2023年中国酿酒业所属行业产量数据分析

第一节 2019-2023年中国白酒所属行业产量分析

一、2019-2023年中国及重点省市白酒产量统计分析

二、2023年中国及重点省市白酒产量统计

三、白酒产量增长性分析

第二节 2019-2023年中国啤酒所属行业产量分析

一、2019-2023年中国及重点省市啤酒产量统计分析

二、2023年中国及重点省市啤酒产量统计

三、啤酒产量增长性分析

第三节 2019-2023年中国黄酒所属行业产量分析

一、2019-2023年中国及重点省市黄酒产量统计分析

二、2023年中国及重点省市黄酒产量统计

三、黄酒产量增长性分析

第四节 2019-2023年中国葡萄酒所属行业产量分析

一、2019-2023年中国及重点省市葡萄酒产量统计分析

二、2023年中国及重点省市葡萄酒产量统计

三、葡萄酒产量增长性分析

第四章 2019-2023年中国酿酒业细分产品所属行业进出口数据监测

第一节 2019-2023年中国白酒进出口贸易分析

一、白酒进出口量值

二、白酒进出口单价

三、白酒主要进出口国家及地区

四、白酒进出口省市分析

第二节 2019-2023年中国麦芽酿造的啤酒所属行业进出口贸易分析

一、麦芽酿造的啤酒进出口量值

二、麦芽酿造的啤酒进出口单价

三、麦芽酿造的啤酒主要进出口国家及地区

四、麦芽酿造的啤酒进出口省市分析

第三节 2019-2023年中国葡萄酒所属行业进出口贸易分析

- 一、葡萄酒进出口量值
- 二、葡萄酒进出口单价
- 三、葡萄酒主要进出口国家及地区
- 四、葡萄酒进出口省市分析

第四节 2019-2023年中国黄酒所属行业进出口数据统计情况

- 一、2019-2023年中国黄酒出口量及金额统计
- 二、2019-2023年中国黄酒进口量及金额统计
- 三、2019-2023年中国黄酒进出口价格分析

第二部分 中国酿酒细分市场运行形势分析

第五章 2019-2023年中国白酒制造业所属行业市场运行分析

第一节 2023年白酒制造行业主要企业竞争力指标对比分析

- 一、盈利指标对比
- 二、资产负债指标对比
- 三、运营能力指标对比
- 四、主要企业成本费用构成情况及对比

第二节 2019-2023年中国白酒业集中度分析

- 一、产品产量区域分布
- 二、生产企业的集中分布
- 三、市场集中度分析

第三节 2019-2023年中国白酒市场亮点

- 一、中档酒是新生白酒品牌的最佳立足空间
- 二、餐饮终端是白酒企业的竞争焦点
- 三、渠道价值仍然不可低估
- 四、促销方式以单纯产品促销为主
- 五、地域市场品牌及商务用酒占消费主流

第四节 2019-2023年中国白酒市场格局

- 一、中高档白酒市场
- 二、流通渠道市场
- 三、终端白酒市场
- 四、促销白酒市场
- 五、区域细分市场

第六章 2019-2023年中国啤酒制造业发展情况分析

第一节 2019-2023年中国啤酒市场总体概况

- 一、我国啤酒市场平稳发展
- 二、我国啤酒市场进入价格提升周期
- 三、我国啤酒季节性 与消费区域特性分析

第二节 2019-2023年我国啤酒细分市场运行透析

- 一、城市啤酒市场网络构成
- 二、国内农村啤酒市场潜力巨大
- 三、中高档啤酒成为啤酒市场利润引擎

第七章 2019-2023年中国葡萄酒制造业运行分析

第一节 2019-2023年中国葡萄酒发展现状分析

- 一、我国跻身全球十大葡萄酒消费国
- 二、中国葡萄酒消费增幅居全球之冠
- 三、我国葡萄酒人均消费水平偏低
- 四、新国标促葡萄酒行业洗牌
- 五、北京奥运是中国葡萄酒行业新起跑线
- 六、葡萄酒行业进入高速增长期
- 七、葡萄酒“四大品牌”产量已占全国半壁江山
- 八、国产葡萄酒向高端转型
- 九、进口葡萄酒在国内面临价格瓶颈

第二节 2019-2023年中国葡萄酒品牌市场运行分析

- 一、集中度较高，国产品牌占据优势
- 二、品牌忠诚度都较高，长城高居首位
- 三、葡萄酒更容易被高收入的中青年人群所接受

第三节 2019-2023年中国葡萄酒国际化分析

- 一、国产葡萄酒商国际化路径渐宽
- 二、中国葡萄酒三巨头加速国际化
- 三、中国葡萄酒国际化道路如何开展

第四节 2019-2023年中国高端葡萄酒市场动态分析

- 一、期酒搅热中国高端葡萄酒市场
- 二、我国高端葡萄酒市场走势分析

第五节 制约中国葡萄酒业发展的问题分析

- 一、关于葡萄酒的种类问题
- 二、葡萄的品种及区域问题
- 三、种植加工一体化问题

- 四、葡萄酒质量等级制问题
- 五、葡萄酒文化的发展问题
- 六、葡萄酒的营销问题

第八章 2019-2023年中国黄酒与其他酒制造业运行分析

第一节 2019-2023年中国黄酒业运行总况

- 一、我国黄酒行业步入加速上升阶段
- 二、我国黄酒工业结构升级的表现模式

第二节 2019-2023年我国黄酒市场发展状况分析

- 一、黄酒市场由江浙沪向全国范围扩延
- 二、中国黄酒占领日本黄酒市场
- 三、四大问题阻碍黄酒市场突破性增长

第三节 2019-2023年中国黄酒行业市场特征分析

- 一、黄酒“区域经济”特征显著
- 二、企业规模效应差
- 三、低价同质化竞争明显
- 四、黄酒市场进入者增多
- 五、黄酒科技创新明显
- 六、技术装备水平不断提高
- 七、品牌培育受到企业充分重视

第四节 2019-2023年我国黄酒市场消费行为分析

- 一、国内黄酒消费市场的分布
- 二、中国黄酒市场消费现状分析
- 三、解析制约黄酒消费的瓶颈

第五节 2019-2023年中国黄酒业的市场潜力分析

- 一、黄酒消费特性分析
- 二、中国黄酒业市场容量分析
- 三、中国黄酒业的市场规模

第三部分 2019-2023年中国酿酒行业市场竞争格局分析

第九章 2019-2023年中国酿酒行业竞争状况分析

第一节 2019-2023年我国酿酒行业竞争激烈分析

- 一、我国酿酒行业竞争激烈
- 二、我国酿酒竞争力体现

第二节 2019-2023年我国酿酒行业集中度分析

一、产品产量区域分布

二、生产企业的集中分布

三、市场集中度分析

第三节 2019-2023年我国酿酒行业与世界洋酒比较分析

第四节 2019-2023年影响我国酿酒行业发展的因素分析

第十章 2019-2023年中国酿酒行业区域发展格局分析

第一节 四川省

一、四川省酿酒制造业在全国地位

二、四川省酿酒制造业主要生产企业

三、四川省酿酒制造业经济运行状况

四、四川省酿酒制造业发展趋势预测

第二节 山东省

一、2023年山东省酿酒制造业在全国地位

二、山东省酿酒业主要生产企业

三、山东省酿酒制造业经济运行状况

四、山东省酿酒制造业发展趋势预测

第三节 贵州省

一、2023年贵州省酿酒制造业在全国地位

二、贵州省酿酒业主要生产企业

三、贵州省酿酒制造业经济运行状况

四、贵州省酿酒制造业发展趋势预测

第四节 河南省

一、2023年河南省酿酒制造业在全国地位

二、河南省酿酒制造业主要生产企业

三、河南省酿酒制造业经济运行状况

四、河南省酿酒制造业发展趋势预测

第五节 湖北省

一、2023年湖北省酿酒业在全国地位

二、湖北省酿酒业主要生产企业

三、湖北省酿酒业经济运行状况

四、湖北省酿酒制造业发展趋势预测

第十一章 2019-2023年中国酿酒著名企业运营情况分析

第一节 白酒

- 一、贵州茅台酒股份有限公司 (600519)
- 二、宜宾五粮液股份有限公司 (000858)
- 三、泸州老窖股份有限公司 (000568)
- 四、四川沱牌曲酒股份有限公司 (600702)
- 五、四川水井坊股份有限公司 (600779)
- 六、山西杏花村汾酒厂股份有限公司 (600809)
- 七、安徽古井贡酒股份有限公司 (000596)
- 八、酒鬼酒股份有限公司 (000799)

第二节 啤酒

- 一、青岛啤酒(600600)
- 二、燕京啤酒(000729)

第三节 葡萄酒

- 一、张裕葡萄酿酒股份有限公司分析
- 二、通化葡萄酒股份有限公司
- 三、中国长城葡萄酒有限公司

第四节 黄酒

- 一、浙江古越龙山绍兴酒股份有限公司
- 二、浙江中国轻纺城集团股份有限公司
- 三、上海金枫酒业股份有限公司

第四部分 2024-2030年中国酿酒行业发展前景与投资规划分析

第十二章 2024-2030年中国酿酒行业发展趋势分析

第一节 2024-2030年我国酿酒行业整体发展前景分析

第二节 2024-2030年我国酿酒各子行业发展前景分析

- 一、白酒行业景气持续看好
- 二、啤酒市场分层明显
- 三、葡萄酒转向奢侈消费
- 四、黄酒：加大营销力度，行业集中度提高

第十三章 2024-2030年中国酿酒行业投资前景分析

第一节 2024-2030年我国酿酒行业投资概况分析

- 一、投资周期分析
- 二、投资环境分析

第二节 2024-2030年我国酿酒行业投资机会分析

- 一、投资热点分析

二、与产业链相关投资机会分析

第三节 2024-2030年我国酿酒行业投资风险分析

一、政策风险

二、结构调整风险

三、市场风险

四、渠道风险

五、原材料风险

图表目录：部分

图表1：酿酒行业产业链

图表2：中国酿酒行业企业数量情况

图表3：中国酿酒行业产量情况

图表4：中国酿酒行业企业销售收入情况

图表5：中国酿酒行业企业利润总额情况

图表6：中国及重点省市白酒产量情况

图表7：中国及重点省市啤酒产量情况

图表8：中国及重点省市黄酒产量情况

图表9：中国及重点省市葡萄酒产量情况

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202110/978568.html>