

中国低度酒行业现状深度研究与发展前景分析报告（2025-2032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《中国低度酒行业现状深度研究与发展前景分析报告（2025-2032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/202503/746059.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

前言：

目前，我国低度酒行业建设和市场教育工作均已完成。近年来，在年轻人逐渐成为、主要消费人群以及传统酒业市场持续低迷的背景下，我国低度酒行业快速发展，市场规模已经超过千亿。那么我国低度酒行业品牌们该如何抓住这波市场机遇，在市场上更具竞争力呢？

1、低度酒一般指酒精度数在20%vol以下的酒精饮品

低度酒一般指酒精度数在20%vol以下的酒精饮品（具体标准因地区略有差异），具有口感友好、饮用场景广、健康风险较低等。

我国低度酒行业特点

特点

简介

口感友好

酒味较淡，果香或麦香突出，适合新手或不喜烈酒者。

饮用场景广

佐餐（如啤酒配烧烤）、聚会微醺、下午茶搭配甜品。

健康风险较低

适量饮用（如每日1杯葡萄酒）可能有益心血管，但过量仍有害。

资料来源：观研天下整理

2、我国低度酒行业市场规模超千亿，渗透率提升空间巨大

经过半个世纪积累，我国低度酒行业建设和市场教育工作均已完成。在2020年期间，梅见、贝瑞甜心、落饮等低度酒明星产品相继涌现，并且借助社交媒体大幅提升品类热度。根据京东报告显示，2020年低度酒在社交媒体中的讨论声量翻3倍。同期，“小酒馆”作为低度酒核心渠道起势，连锁酒馆海伦司门店数在2018-2021年间实现100.3%的复合增长率，2023年海伦司再次推出“嗨啤合伙人计划”，仅半年时间成功开设132家“嗨啤合伙人”酒馆。据报道，截至2024年8月，被称为“嗨啤合伙人”的加盟店已经超过了直营店，达到327家，在整体业绩承压的背景下，特许经营收入同比增长了2倍多，占公司整体收入的近三成。

数据来源：观研天下整理

在新营销、新渠道共同作用下，2022-2023年我国低度酒行业基本完成市场教育。近年来，我国低度酒行业市场规模复合增长率一直保持在25%以上，2023年将达到6341.74亿元。同时，我国低度酒渗透率提升空间巨大，仅以精酿啤酒为例，该品类在美国市场的渗透率已达到13%以上，而国内渗透率仅有不足3%。

数据来源：观研天下整理

而整体来看从市场增速驱动因素分析来看，低度酒行业高速增长则需要新变量作为核心引擎——整体总结为“一起一落”。

3、我国低度酒行业驱动因素分析：“一起一落”

“起”指的是年轻人逐渐成为低度酒行业主要消费人群。数据显示，当前，我国潜在年轻酒饮人群高达4.9亿，年轻人酒饮市场规模高达4000亿。而且，有平台数据显示，低度酒消费者40岁以下人群占比高达76.4%，其中18-26岁人群占41%。

“落”指的是传统酒业市场表现低迷。近几年，曾经销量霸占中国酒饮市场超90%的两大品类——白酒和啤酒双双进入下行期。数据显示，2020年我国啤酒产量3411万吨，同比下降7.04%，2024年再次下降到3108.0万吨。2024年，我国白酒市场受库存高企影响出现产品倒挂；到2025春节档，名酒整体销量同比下滑约10%。

数据来源：观研天下整理

紧随其后的是红酒及其他果酒市场持续萎缩。根据相关数据显示，2012-2022年，我国葡萄酒产量从138.2万千升降至21.4千升，这期间总降幅达84.5%，2024年全年国内葡萄酒产量累计约为11.8万千升，同比下降14.5%。而除葡萄酒外，近年来其他果酒的产量也从17.56万千升攀升到148.6万千升，增长率高至746.2%。

数据来源：观研天下整理

4、“轻量化”、聚焦女性用户、产品创新等成低度酒行业未来发展方向

那么我国低度酒行业品牌们该如何抓住这波市场红利，在市场上更具竞争力呢？首先，在消费者行为方面，各大低度酒品牌可以采用“轻量化”策略，包括精简配方、度数轻、口感清爽、品牌设计轻快等，旨在与传统酒的文化厚重感区隔。整体做“轻”之后，再精细化定位人群与场景。

人群方面，低度酒消费群体中女性用户更具成长性，这是当前“大女主”叙事潮流在消费领域的实证。

场景方面，近年来酒类超过60%的商务消费场景逐渐消失，这也说明被权力结构附着的传统酒品类风光成为过去。而比起常规的家庭宴饮、轰趴派对及独酌场景，以户外旅游、“搭子”聚会为代表的新型社交场景将会成为未来低度酒行业的主阵地。

产品方面，在“大健康”产业背后隐藏着万亿级的市场机遇，这让本身就主打健康的低度酒饮具有得天独厚的创新空间。根据相关调研结果显示，“天然无添加”是消费者购买酒饮料偏好的首要因素，影响力占比高达78%；倾向于“低糖低脂低卡”和“低酒精度”的用户占比则分别高达56%和54%。

渠道方面，在推进低度酒“年轻化”进程中，企业需在品牌营销时转变话语体系，运用新媒体工具、体验营销等手段，以契合年轻消费者喜好的方式开展营销活动。如此更易引发群体传

播与裂变效应，达成低度酒内容向当代创新输出的转变，进而赢得年轻消费群体的青睐。（WYD）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。

个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国低度酒行业现状深度研究与发展前景分析报告（2025-2032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 低度酒 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：

【第一部分 行业定义与监管】

第一章 2020-2024年中国 低度酒 行业发展概述

第一节 低度酒 行业发展情况概述

- 一、 低度酒 行业相关定义
- 二、 低度酒 特点分析
- 三、 低度酒 行业基本情况介绍
- 四、 低度酒 行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、 低度酒 行业需求主体分析

第二节 中国 低度酒 行业生命周期分析

- 一、 低度酒 行业生命周期理论概述
- 二、 低度酒 行业所属的生命周期分析

第三节 低度酒 行业经济指标分析

- 一、 低度酒 行业的赢利性分析
- 二、 低度酒 行业的经济周期分析

三、	低度酒	行业附加值的提升空间分析	
第二章	中国	低度酒	行业监管分析
第一节	中国	低度酒	行业监管制度分析
一、			行业主要监管体制
二、			行业准入制度
第二节	中国	低度酒	行业政策法规
一、			行业主要政策法规
二、			主要行业标准分析
第三节	国内监管与政策对	低度酒	行业的影响分析
【第二部分 行业环境与全球市场】			
第三章	2020-2024年中国	低度酒	行业发展环境分析
第一节	中国宏观环境与对	低度酒	行业的影响分析
一、			中国宏观经济环境
一、	中国宏观经济环境对	低度酒	行业的影响分析
第二节	中国社会环境与对	低度酒	行业的影响分析
第三节	中国对磷矿石易环境与对	低度酒	行业的影响分析
第四节	中国	低度酒	行业投资环境分析
第五节	中国	低度酒	行业技术环境分析
第六节	中国	低度酒	行业进入壁垒分析
一、	低度酒		行业资金壁垒分析
二、	低度酒		行业技术壁垒分析
三、	低度酒		行业人才壁垒分析
四、	低度酒		行业品牌壁垒分析
五、	低度酒		行业其他壁垒分析
第七节	中国	低度酒	行业风险分析
一、	低度酒		行业宏观环境风险
二、	低度酒		行业技术风险
三、	低度酒		行业竞争风险
四、	低度酒		行业其他风险
第四章	2020-2024年全球	低度酒	行业发展现状分析
第一节	全球	低度酒	行业发展历程回顾
第二节	全球	低度酒	行业市场规模与区域分
第三节	亚洲	低度酒	行业地区市场分析
一、	亚洲	低度酒	行业市场现状分析
二、	亚洲	低度酒	行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲	低度酒	行业市场前景分析		
第四节 北美	低度酒	行业地区市场分析		
一、北美	低度酒	行业市场现状分析		
二、北美	低度酒	行业市场规模与市场需求分析		
三、北美	低度酒	行业市场前景分析		
第五节 欧洲	低度酒	行业地区市场分析		
一、欧洲	低度酒	行业市场现状分析		
二、欧洲	低度酒	行业市场规模与市场需求分析		
三、欧洲	低度酒	行业市场前景分析		
第六节 2025-2032年全球	低度酒	行业分	低度酒	走势预测
第七节 2025-2032年全球	低度酒	行业市场规模预测		
【第三部分 国内现状与企业案例】				
第五章 中国	低度酒	行业运行情况		
第一节 中国	低度酒	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	低度酒	行业市场规模分析		
一、影响中国	低度酒	行业市场规模的因素		
二、中国	低度酒	行业市场规模		
三、中国	低度酒	行业市场规模解析		
第三节 中国	低度酒	行业供应情况分析		
一、中国	低度酒	行业供应规模		
二、中国	低度酒	行业供应特点		
第四节 中国	低度酒	行业需求情况分析		
一、中国	低度酒	行业需求规模		
二、中国	低度酒	行业需求特点		
第五节 中国	低度酒	行业供需平衡分析		
第六节 中国	低度酒	行业存在的问题与解决策略分析		
第六章 中国	低度酒	行业产业链及细分市场分析		
第一节 中国	低度酒	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、	低度酒	行业产业链图解		
第二节 中国	低度酒	行业产业链环节分析		

一、上游产业发展现状

二、上游产业对 低度酒 行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对 低度酒 行业的影响分析

第三节 中国 低度酒 行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第七章 2020-2024年中国 低度酒 行业市场竞争分析

第一节 中国 低度酒 行业竞争现状分析

一、中国 低度酒 行业竞争格局分析

二、中国 低度酒 行业主要品牌分析

第二节 中国 低度酒 行业集中度分析

一、中国 低度酒 行业市场集中度影响因素分析

二、中国 低度酒 行业市场集中度分析

第三节 中国 低度酒 行业竞争特征分析

一、企业区域分 低度酒 特征

二、企业规模分 低度酒 特征

三、企业所有制分 低度酒 特征

第八章 2020-2024年中国 低度酒 行业模型分析

第一节 中国 低度酒 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 低度酒 行业SWOT分析

一、SWOT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 低度酒 行业SWOT分析结论

第三节 中国 低度酒 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

第九章 2020-2024年中国 低度酒 行业需求特点与动态分析

第一节 中国 低度酒 行业市场动态情况

第二节 中国 低度酒 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 低度酒 行业成本结构分析

第四节 低度酒 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 低度酒 行业价格现状分析

第六节 2025-2032年中国 低度酒 行业价格影响因素与走势预测

第十章 中国 低度酒 行业所属行业运行数据监测

第一节 中国 低度酒 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 低度酒 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 低度酒 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

第十一章 2020-2024年中国	低度酒	行业区域市场现状分析
第一节 中国	低度酒	行业区域市场规模分析
一、影响	低度酒	行业区域市场分 低度酒 的因素
二、中国	低度酒	行业区域市场分 低度酒
第二节 中国华东地区	低度酒	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	低度酒	行业市场分析
（1）华东地区	低度酒	行业市场规模
（2）华东地区	低度酒	行业市场现状
（3）华东地区	低度酒	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	低度酒	行业市场分析
（1）华中地区	低度酒	行业市场规模
（2）华中地区	低度酒	行业市场现状
（3）华中地区	低度酒	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	低度酒	行业市场分析
（1）华南地区	低度酒	行业市场规模
（2）华南地区	低度酒	行业市场现状
（3）华南地区	低度酒	行业市场规模预测
第五节 华北地区	低度酒	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	低度酒	行业市场分析
（1）华北地区	低度酒	行业市场规模
（2）华北地区	低度酒	行业市场现状
（3）华北地区	低度酒	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	低度酒	行业市场分析		
(1) 东北地区	低度酒	行业市场规模		
(2) 东北地区	低度酒	行业市场现状		
(3) 东北地区	低度酒	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	低度酒	行业市场分析		
(1) 西南地区	低度酒	行业市场规模		
(2) 西南地区	低度酒	行业市场现状		
(3) 西南地区	低度酒	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	低度酒	行业市场分析		
(1) 西北地区	低度酒	行业市场规模		
(2) 西北地区	低度酒	行业市场现状		
(3) 西北地区	低度酒	行业市场规模预测		
第九节 2025-2032年中国	低度酒	行业市场规模区域分	低度酒	预测
第十二章	低度酒	行业企业分析（随数据更新可能有调整）		
第一节 企业一				
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 企业二				
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

第三节 企业三

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

第四节 企业四

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

第五节 企业五

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

第六节 企业六

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

第七节 企业七

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

第八节 企业八

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

第九节 企业九

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

第十节 企业十

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

【第四部分 展望、结论与建议】

第十三章 2025-2032年中国 低度酒 行业发展前景分析与预测

第一节 中国 低度酒 行业未来发展前景分析

一、中国 低度酒 行业市场机会分析

二、中国 低度酒 行业投资增速预测

第二节 中国 低度酒 行业未来发展趋势预测

第三节 中国 低度酒 行业规模发展预测

一、中国 低度酒 行业市场规模预测

二、中国 低度酒 行业市场规模增速预测

三、中国 低度酒 行业产值规模预测

四、中国 低度酒 行业产值增速预测

五、中国 低度酒 行业供需情况预测

第四节 中国 低度酒 行业盈利走势预测

第十四章 中国 低度酒 行业研究结论及投资建议

第一节 观研天下中国 低度酒 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 低度酒 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 低度酒 行业品牌营销策略分析

一、 低度酒 行业产品策略

二、 低度酒 行业定价策略

三、 低度酒 行业渠道策略

四、 低度酒 行业推广策略

第四节 观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202503/746059.html>