

# 2022年中国高端白酒企业对比分析报告： 贵州茅台、五粮液、泸州老窖

2022 China High-end Liquor Enterprises Comparative  
Analysis Report: Kweichow Moutai, Wuliangye,  
Luzhou Laojiao

2022年の中国の高級酒類企業の比較分析レポート：貴州  
茅台、五粮液、蘆洲老角  
(摘要版)

报告标签：白酒、消费升级、贵州茅台、五粮液、泸州老窖

撰写人：曾智强

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施、追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用“头豹研究院”或“头豹”的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。



## 观点摘要

中国白酒行业整体销量近5年来呈现下降趋势，由2016年的峰值1,358万千升下降至2021年的716万千升，同比2016年下降47.3%，近5年的平均复合增长率为-12.0%，这主要是由于受疫情影响，线下消费场景未完全恢复及经济增长压力影响导致。

而同时期中国高端白酒销量则由2019年的86,166.6吨增长至2021年的97,230.1吨，年复合增长率达4.1%，中国高端白酒市场表现出较强的逆势上涨趋势。

### ✓ 茅台、五粮液、泸州老窖三大品牌占据中国高端白酒市场主要份额

中国高端白酒市场呈现一超两强态势，2020年茅台在中国高端白酒市场份额中的占比为57%，领先优势明显，此后排名第二、第三的五粮液及泸州老窖市场份额占比分别为30%及7%

### ✓ 消费升级趋势持续影响高端白酒价位提升，中高端白酒购买频率皆出现不同程度增加

在产量相对稳定的高端白酒行业，消费结构性升级带来的白酒需求量增加，导致白酒的价格不断抬升，进而导致白酒的奢侈品属性增加，在经济条件允许的情况下，高端白酒的在消费人群的需求将持续提升

### ✓ 高端白酒行业已形成寡头垄断格局，其他高端单品规模较小

2021年茅台、五粮液及泸州老窖合计已占据高端白酒95%的市场份额，行业格局稳定。除茅台、五粮液及泸州老窖外，青花郎、酒鬼内参、国台龙酒、洋河M9等部分高端白酒单品在高端白酒的市场份额占比合计不足5%，规模极为有限

## 中国高端白酒行业综述 —— 白酒分类

根据价格分布，白酒可分为高端白酒、次高端白酒、中端白酒以及大众白酒四类，其中高端白酒竞争格局较为稳固，代表品牌有贵州茅台、五粮液以及泸州老窖

### 根据价格分布，中国的白酒产品可分为高端白酒、次高端白酒、中端白酒与大众白酒四类

高端白酒的价格普遍定位在800元以上，代表品牌为贵州茅台、五粮液以及泸州老窖，此类白酒主要针对高中收入人群，以送礼、商务宴请、高端晚宴等场景消费为主。次高端白酒普遍定位在300元至800元之间，代表品牌有山西汾酒、酒鬼酒、舍得酒、郎酒等，此类白酒主要针对中高收入人群，应用于商务活动、宴请等场景。中端白酒价格定位在100-300元，代表品牌有古井贡酒、口子窖、老白干等，主要针对中低收入人群，多用于自饮、家宴、亲友聚餐等消费场景。大众白酒价格普遍在100元以下，主要针对于中低收入人群，多用于自饮、亲友聚餐等生活场景

中国白酒分类（根据价格区分）

	主流品牌	代表产品	价格区间（元）	主要受众人群	主要消费场景
高端白酒	贵州茅台 五粮液 泸州老窖	飞天茅台 八代普五 国窖1573	≥ 800	高收入人群	送礼、商务活动、政务商宴等
次高端白酒	山西汾酒 酒鬼酒 舍得酒 洋河股份等	青花汾 酒鬼 品味舍得 郎酒等	300~800	中高收入人群	家宴、婚宴、政务宴请、商务宴请等
中端白酒	古井贡酒 口子窖 老白干 伊力特等	古年份原浆 口子窖5年型 衡水老白干 伊力特老窖	100~300	中低收入人群	家宴、亲友聚餐、自饮等
大众白酒	红星 顺鑫农业 江小白 金种子酒等	红星二锅头 牛栏山 江小白 金种子酒	≤ 100	低收入人群	自饮、亲友聚餐等

来源：头豹研究院

## ■ 中国高端白酒行业综述 —— 发展历程

中国高端酒行业整体呈现上升趋势，随者中国高净值人群的增加以及消费升级趋势的加强，中国高端白酒市场仍将保持较快的增长水平，预计到2026年市场规模将达到3,318.0亿元人民币

- 中国高端白酒市场呈现量价齐升趋势，市场持续扩容，预计到2026年市场规模将有望达到3,318.0亿元。

从中国历年的高端白酒市场发展规律来看，高净值人群的增加与高端白酒的销量呈现高度相关性，中国高端白酒销量未来的增长仍将依赖于中国高净值客户数量的提升，以及中国消费升级趋势的加强。中国高净值人口自2005年的126万人增加至2020年的262万人，年复合增长率为15.8%，这一增速与中国高端白酒市场在2015年至2020年的销量增速大致保持正相关。价格方面，中国高端白酒的价格提升相对趋缓，2015年至2020年，茅台、五粮液及泸州老窖的提价复合年均增长率分别为2.8%、5.1%、6.2%，总体保持小幅度增长。总体来看，居民收入提升带动高端消费需求放量及中高收入群体占比提升带来的消费升级趋势持续推动中国高端白酒行业扩容，中国高端白酒市场规模预计在2026年有望达到3,318.0亿元，2022至2026年市场规模复合年均增长率为14.39%

中国高端白酒行业市场规模，2017-2026年预测

完整版登录[www.leadleo.com](http://www.leadleo.com)

搜索《2022年中国高端白酒企业对比分析报告：贵州茅台、五粮液、泸州老窖》

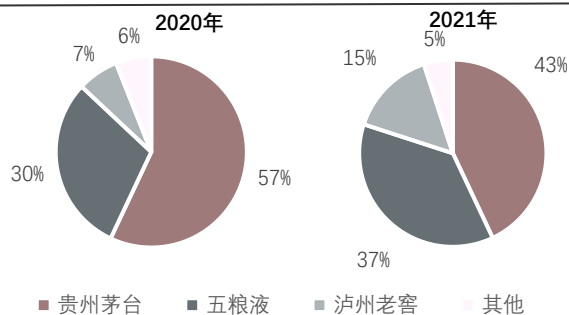
来源：头豹研究院

## 中国高端白酒行业综述 —— 竞争格局

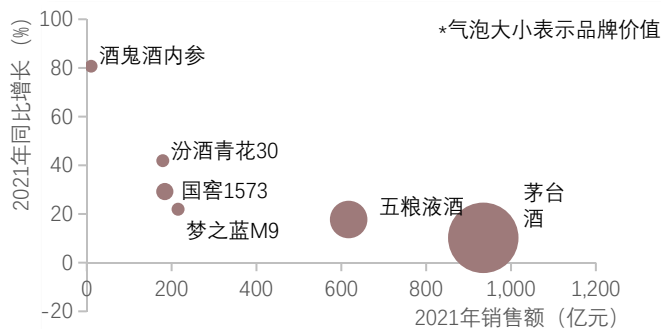
茅台、五粮液及泸州老窖在高端价位的领先优势显著，高端白酒市场竞争有序、格局稳定，量价规划及节奏、渠道变革、品牌定位、治理机制竞争的主导因素，溢出需求将给新进入高端单品留存空间

- 高端白酒行业已形成寡头垄断格局，其他高端单品规模较小。2021年茅台、五粮液及泸州老窖合计已占据高端白酒95%的市场份额，行业格局稳定。除茅台、五粮液及泸州老窖外，青花郎、酒鬼内参、国台龙酒、洋河M9等部分高端白酒单品在高端白酒的市场份额占比合计不足 5%，规模极为有限
- 高端白酒企业直销渠道占比提高，多款产品提价。高端白酒市场仍以经销模式为主，但近年直销占比逐渐增大，经销商数量不断减少，酒企资源进行整合，2021年国窖1573等多款产品提价
- 高端白酒酒企调整产品结构，高端白酒系列销售比重逐渐加大。泸州老窖2021年报指出将加大高端白酒布局力度，其他酒企也向高端白酒市场倾斜，预计未来高端白酒单品将有所增加，现存高端白酒单品的价格或将进一步提升

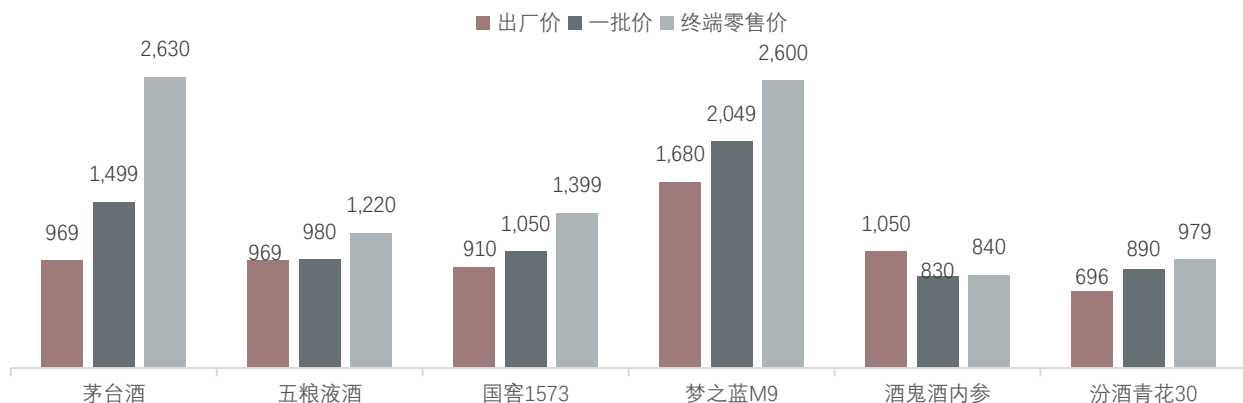
中国高端白酒市场份额占比，2020&2021年



中国高端白酒竞争格局，2021年



中国高端白酒产品各渠道平均销售价格，2021年



来源：头豹研究院

## 中国高端白酒行业企业对比分析 —— 价格对比

贵州茅台的一批价相对于其他高端酒而言更高，同时渠道利润率也高于其他竞争对手。高端白酒的价格在近年来节节攀升，不断刷新最高价格

高端白酒渠道利润，截至2021年9月

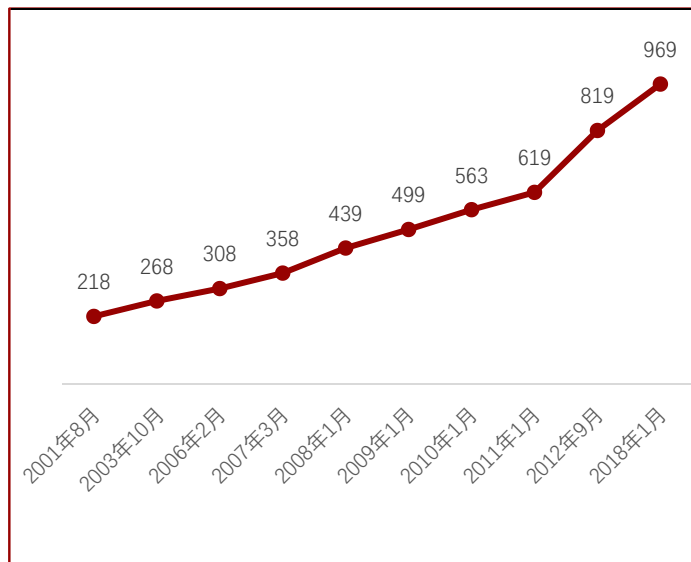
产品	出厂价 (元/瓶)	指导价 (元/瓶)	一批价 (元/瓶)	出厂价—指导价利润率	出厂价—批价利润率
飞天茅台 (53°)	969	1,499	2,750	55%	184%
15年份茅台	3,929	4,900	6,500	27%	65%
飞天茅台 (43°)	739	999	970	35%	31%
八代普五	889	1,399	975	57%	9%
国窖1573	890	1,399	910	57%	2%
青花郎	909	1,499	930	65%	2%

飞天茅台系列价格对比

规格 (ml)	出厂价 (元/瓶)	指导价 (元/瓶)	毫升/出厂价 (元/ml)	毫升/指导价 (元/ml)
1,000	1,939	3,799	1.94	3.80
500	969	1,499	1.94	3.00
375	749	1,299	2.00	3.46
200	409	699	2.05	3.50

2000年以来，茅台已历经10次提价。2008年以前，五粮液是高端白酒的提价主导者，这一时期的茅台亦跟随五粮液被动提价。2008年后，政商需求带动高端白酒需求大幅提升，茅台逐渐成为价格主导者，五粮液转为采用跟随策略。在茅台成为提价的主导者之后，五粮液通过提升出厂价使其批价提升，从而带动终端价格的上涨。国窖1573同样采取跟随战术，顺势提价。

贵州茅台 (53°) 提价历史，2001-2018年



■ 在高端酒中，茅台的渠道利润率高于其他高端品牌：在高端白酒中，53度飞天茅台的出厂价及批发价利润率超过150%，远高于其他品牌的渠道利润率，表明其提价空间相对充足，仍具有较大提升空间。与八代普五相比，国窖1573的出厂价与批价利润率相对较低，分别为9%和2%，渠道利润相对而言存在局限性。在出厂价与指导价利润率方面，五粮液、国窖1573与飞天茅台接近，均在55%左右

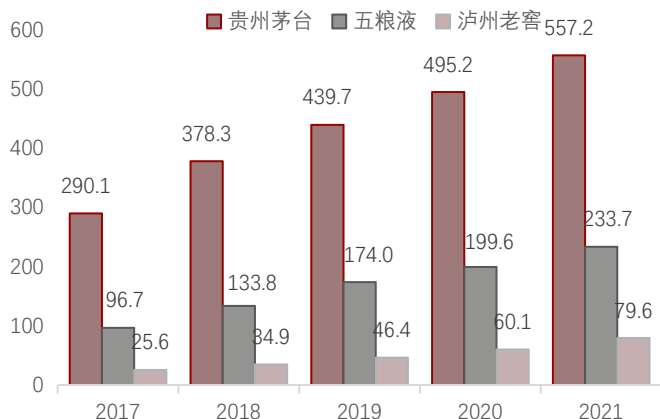
■ 飞天茅台产品中，500ml系列每毫升单价最低：在飞天茅台系列不同规格的产品当中，1,000ml产品单位价格最高，500ml单位最低

来源：Wind，各公司公告，头豹研究院

## 中国高端白酒行业企业对比分析 —— 财务对比

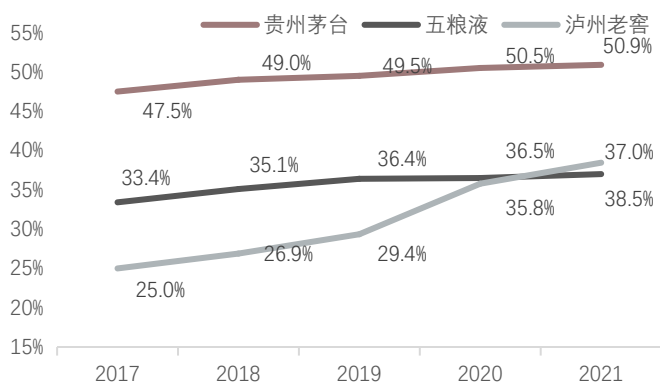
- 高端白酒行业主要企业为贵州茅台、五粮液集团、泸州老窖三家。其中贵州茅台各项财务指标均表现优秀，处于行业领先地位

贵州茅台、五粮液、泸州老窖净利润对比



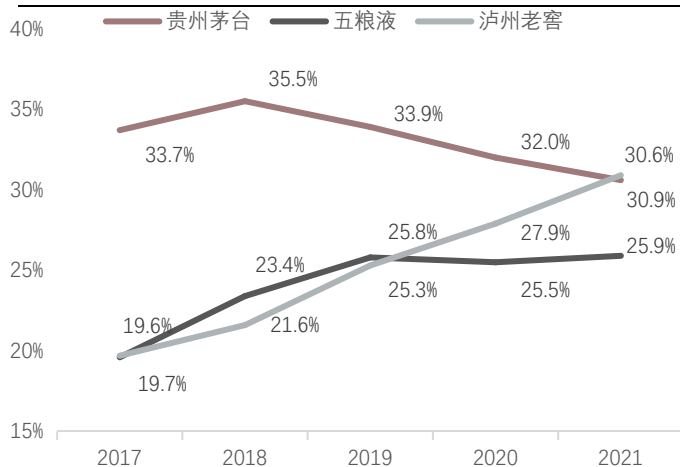
- 贵州茅台净利润远高于五粮液与泸州老窖，但泸州老窖增速相对更快：2017年至2021年间，贵州茅台净利润从290.1亿增加至557.2亿元，远远高于五粮液与泸州老窖的净利润收入，呈现绝对领先之势。相较而言，五粮液与泸州老窖呈现追赶之势，2017年至2021年间，贵州茅台、五粮液、泸州老窖净利润CAGR分别为17.7%，24.7%，32.7%。泸州老窖净利润收入虽相较于茅五而言更低，但其拥有更快的净利润增速。

贵州茅台、五粮液、泸州老窖净利润对比




- 贵州茅台相对于五粮液与泸州老窖有着更高的净利率，整体而言趋于平缓：在中国高端酒行业中，贵州茅台的净利率相较于五粮液与泸州老窖而言更高，并持续稳定上升。2017年至2021年间，贵州茅台的净利率从47.5%，增加至50.9%，增长了3.4%。泸州老窖的净利率水平上升较快，净利率水平由2017年的25.0%增长至2021年的38.5%，增长了13.5%，主要原因是泸州老窖近年来的回归高端战略逐渐显现，净利率水平持续上升。

贵州茅台、五粮液、泸州老窖净利润对比



- 泸州老窖资产收益率提升显著，贵州茅台有所下降：泸州老窖由于早期的定价以及产品定位的战略失误，其公司遭遇了重创。泸州老窖于2017年成立品牌复兴领导小组后，取得了显著的效果。2017年后的泸州老窖的净资产回报率显著提升，截至2021年，其公司的净资产回报率达到30.9%，高于贵州茅台与五粮液。而贵州茅台在2017至2021年间净资产收益率由33.7%下降至30.6%，呈现略微下降的态势。

来源：贵州茅台年报，五粮液年报，泸州老窖年报，头豹研究院



未完待续  
下篇正在进行中

若您期待尽快看到下篇报告或对下篇报告的内容有独到见解，头豹欢迎您加入到此篇报告的研究中。相关咨询，欢迎联系头豹研究院消费行业研究团队

邮箱：[gary.liu@leadleo.com](mailto:gary.liu@leadleo.com)

## 完整版研究报告阅读渠道：

- 登录[www.leadleo.com](http://www.leadleo.com)，搜索《2022年中国高端白酒企业对比分析报告：贵州茅台、五粮液、泸州老窖》

## 了解其他系列课题，登陆头豹研究院官网搜索查阅：

- 2021年中国低度酒行业：微醺经济下低度酒市场发展空间如何？
- 2020年洋河股份深度研究报告
- 2021年海伦司企业研究报告：中国夜间小酒馆投资逻辑分析
- 2021年中国预调酒行业概览
- 2019年中国光瓶酒行业概览



## 头豹研究院简介

- ◆ 头豹是中国领先的原创行企研究内容平台和新型企业服务提供商。围绕“协助企业加速资本价值的挖掘、提升、传播”这一核心目标，头豹打造了一系列产品及解决方案，包括：**报告/数据库服务、行企研报定制服务、微估值及微尽调自动化产品、财务顾问服务、PR及IR服务**，以及其他以企业为基础，利用大数据、区块链和人工智能等技术，围绕产业焦点、热点问题，基于丰富案例和海量数据，通过开放合作的增长咨询服务等
- ◆ 头豹致力于以优质商业资源共享研究平台，汇集各界智慧，推动产业健康、有序、可持续发展



备注：数据截止2022.6

### 四大核心服务

#### 企业服务

为企业提供**定制化报告服务、管理咨询、战略调整**等服务

#### 行业排名、展会宣传

行业峰会策划、**奖项评选、行业白皮书**等服务

#### 云研究院服务

提供**行业分析师外派驻场服务**，平台数据库、报告库及内部研究团队提供技术支持服务

#### 园区规划、产业规划

地方**产业规划、园区企业孵化**服务

## 报告阅读渠道

头豹官网 —— [www.leadleo.com](http://www.leadleo.com) 阅读更多报告

头豹APP/小程序 —— 搜索“头豹”手机可便捷阅读研报

头豹交流群 —— 可添加企业微信13080197867，身份认证后邀您进群

详情咨询



客服电话

400-072-5588



上海

王先生：13611634866

李女士：13061967127



深圳

李先生：13080197867

李女士：18049912451



南京

杨先生：13120628075

唐先生：18014813521