

中国精酿啤酒行业现状深度研究与未来投资预测 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《中国精酿啤酒行业现状深度研究与未来投资预测报告（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：<https://www.chinabaogao.com/baogao/202508/761395.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: sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

1、精酿啤酒和工业啤酒对比

精酿啤酒是指只采用麦芽、啤酒花、酵母、水这4种原料来发酵，不添加任何人工添加剂的啤酒。国内精酿啤酒萌芽于2008年，起源于第一家专业精酿啤酒工厂“高大师”的成立，其后出现了丰收啤酒厂、上海拳击猫等精酿企业。2014年起资本开始注入，精酿行业步入高速发展期。与工业啤酒相比，精酿啤酒原材料纯净、发酵时间长，且口感香醇、口味多样，多为手工酿造，更加强调品质。

精酿啤酒和工业啤酒对比	类别	精酿啤酒	工业啤酒	原材料	麦芽，啤酒花，酵母，水	麦芽、啤酒花制品、大米、玉米、淀粉、酵母、水	发酵工艺
		上部发酵（艾尔工艺），发酵温度高，发酵后通常不进行过滤杀菌，发酵时间至少半个月	下部发酵（拉格工艺），发酵温度低，发酵后通常进行过滤杀菌，发酵时间7天左右				
	保存时间	1-3年	0.5-1年	口味	浓度高，口味香醇，风格各异	浓度低，口感偏淡	产量
		低产，存在较多手工酿造			大规模工业化生产		主要受众
		热爱啤酒文化的啤酒爱好者和追求个性、重视消费体验的年轻消费者	大众消费者	经营特点	集中度较低，区域化强 寡头垄断		

资料来源：《中国精酿观察》、观研天下数据中心整理

2、啤酒市场整体表现疲软，精酿啤酒赛道逆势向上

当前我国啤酒行业已走过增量时代，进入到了存量和缩量间波动的新时代，市场整体表现疲软，产量出现下滑。根据国家统计局数据显示，2024年，我国规模以上企业累计啤酒产量为3521.3万千升，同比下降0.6%。中国食品饮料工业协会的数据显示，2024年，我国啤酒行业营业收入大幅减少5.7%，成为食品饮料行业中唯一一个收入下滑的品类。

数据来源：观研天下整理

而精酿赛道却逆势向上。供给端，老牌酒厂、行业巨头、渠道玩家、原生品牌等等纷纷入局，精酿啤酒整个市场规模将从2020年的100亿元提升至2025年的1000亿元以上。数据显示，在售精酿商品数量从2024年Q1的843款，增长至2025Q1的1396款，增长率65.60%；在售新品数量则从95款增长至242款，增长率高达154.74%。消费端，根据数据，2025年，中国精酿啤酒渗透率将提升至6.3%，消费量将从2022年的14.3万千升激增至23万千升，复合增长率17%；销售额占比从2020年的6.8%提升至2025年的17.2%。

数据来源：观研天下整理

3、我国精酿啤酒相关企业注册量逐年增长

庞大的消费能力及供给能力吸引下，越来越多企业入局精酿啤酒市场。数据显示，截至目前我国现存在业、存续状态的精酿啤酒相关企业超7400家。其中，2025年截至目前新增注册

相关企业约1300余家。从企业注册数量趋势来看，近五年间，精酿啤酒相关企业的注册数量呈现出逐年增长的态势，并在2024年达到顶峰。

数据来源：观研天下整理

4、精酿啤酒企业类型主要分为四类，并且在各自赛道上大显神通

当前，我国精酿啤酒行业从事企业主要分为四类：一是，精酿酒馆（包括精酿打酒站、餐酒一体等业态），是每个渴望放松的精酿爱好者日常栖息之地，人均消费位于17.96元-100.87元之间，其中半数以上集中在40-60元。

部分精酿酒馆品牌汇总

品牌

在营门店数

成立时间

公司总部

人均消费（元）

覆盖城市数量

优布劳精酿酒馆

1782

2013

邯郸

41.61

296

泰山原浆啤酒

1189

2000

泰安

44.39

126

Helens海伦司

560

2009

深圳

65.76

162

鲜啤福鹿家

424

2021

郑州

17.96

102

德伦堡精酿酒馆

509

2017

大庆

24.39

90

失眠企鹅精酿酒馆

177

2021

郑州

24.89

30

爱啤士精酿啤酒

173

2020

枣庄

22.59

57

斑马精酿酒馆

144

2017

阜阳

45.11

67

先启半步颠小酒馆

144

2018

上海

71.04

62

猫员外精酿啤酒馆

116

2020

深圳

64.53

12

COMMUNE幻师

96

2016

珠海

87.98

36

鲜啤30公里

92

2019

宁波

46.39

21

贰麻酒馆

76

2014

成都

100.87

60

汉森熊啤酒屋

71

2017

扬州

58.33

28

玩夫精酿

37

2020

北京

42.46

32

资料来源：观研天下整理

二是，啤酒厂商，如华润啤酒、青岛啤酒、哈尔滨啤酒、河南金星啤酒、山东锦泰山酒业、北京双合盛五星啤酒等酒企，这类企业在品牌力、市场占有率、渠道网络、供应链能力、产能等方面积累全方位的生态优势，也是其成为抢占市场份额的核心助力。例如，2024年，燕京啤酒宣布在湖北省十堰市投建规模5000吨的精酿啤酒工厂；百威亚太在福建莆田建成了年产1万吨的精酿啤酒工厂。

啤酒大厂入局精酿赛道情况（不完全统计）

集团

品牌

代表产品

百威亚太

哈尔滨啤酒

小麦王精酿

华润啤酒

雪花

全麦系列、黑狮白啤

西湖啤酒

精酿系列

库母巴特

浪涛沙·浑浊IPA、水果酸艾尔啤酒

青岛啤酒

青岛啤酒

果味精酿、1903时光精酿

重庆啤酒

重庆

精酿白啤、精酿果啤

山城

山城精酿

燕京啤酒

狮王精酿

狮王世涛、树莓小麦

燕京9号

原浆精酿白啤

燕京V10
精酿白啤
金星啤酒
金星啤酒
中式精酿系列
英豪啤酒
英豪啤酒
经典茶啤系列
双合盛五星啤酒
双合盛
桔汁风味小麦啤酒、吴裕泰联名茉莉花茶精酿啤酒
富贵象
富贵象
大红袍精酿
蓝宝石
贝尔嘉
东北大花原浆精酿

资料来源：观研天下整理

三是，零售渠道及平台。零售渠道自营精酿产品一般采用代工合作的形式实现，如歪马送酒自营精酿由华润啤酒代工，胖东来精酿由杭州千岛湖啤酒代工，永辉咏悦汇则由青岛金特啤酒代工，这类渠道选手们在开品及渠道铺设上有着天然优势，且自有品牌也是其提高利润率的利器。

零售（含酒类垂直）渠道入局精酿赛道典型动作汇总

平台

门店数量

品牌

代表产品

售价

胖东来

19

DL

精酿小麦啤酒

2.5元/300ml;3.75元/500ml

永辉超市

549

咏悦汇

小酌德式小麦啤酒

2.5元/330ml;10.9元/L

盒马鲜生

430

盒马

精酿绿豆百合风味小麦啤酒

9.9元/500ml

全麦原浆啤酒

19.9元/500ml*4

小象超市

5000+

小象

香茅佛手精酿啤酒

29.8元/460ml

德式小麦精酿原浆白啤

12.9元/L

叮咚买菜

2000+

叮咚定制

德式小麦精酿啤酒

16.9元/L

葡萄冰萃美式精酿啤酒

6.9元/500ml

美团歪马送酒

1000+

歪马精酿

全麦原浆啤酒桶装

25.9元/2L

青啤茉莉果味啤酒

14.9元/650ml

资料来源：观研天下整理

值得注意的是，虽然目前入局精酿啤酒的多股力量交织，但品牌处于比较分散的状态，在相当长的时间内，精酿啤酒行业并未出现如传统工业啤酒一样的绝对龙头品牌。在其方兴未艾

的几年内，“小而美”的品牌及门店打造被视为重点，还一度被冠以“小众消费”的标签。长远来看，相对于美国精酿啤酒13%的渗透率，精酿啤酒在我国市场的占比尚不足5%，这之间充满想象力的空间，也是千亿市场爆发的起点。（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《中国精酿啤酒行业现状深度研究与未来投资预测报告（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，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	精酿啤酒	行业发展概述
第一节	精酿啤酒	行业发展情况概述
一、	精酿啤酒	行业相关定义
二、	精酿啤酒	特点分析
三、	精酿啤酒	行业基本情况介绍
四、	精酿啤酒	行业经营模式
		（1）生产模式
		（2）采购模式
		（3）销售/服务模式
五、	精酿啤酒	行业需求主体分析
第二节 中国	精酿啤酒	行业生命周期分析
一、	精酿啤酒	行业生命周期理论概述
二、	精酿啤酒	行业所属的生命周期分析
第三节	精酿啤酒	行业经济指标分析
一、	精酿啤酒	行业的赢利性分析

二、	精酿啤酒	行业的经济周期分析	
三、	精酿啤酒	行业附加值的提升空间分析	
第二章 中国	精酿啤酒	行业监管分析	
第一节 中国	精酿啤酒	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	精酿啤酒	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	精酿啤酒	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	精酿啤酒	行业发展环境分析	
第一节 中国宏观环境与对	精酿啤酒	行业的影响分析	
一、	中国宏观经济环境		
二、	中国宏观经济环境对	精酿啤酒	行业的影响分析
第二节 中国社会环境与对	精酿啤酒	行业的影响分析	
第三节 中国对外贸易环境与对	精酿啤酒	行业的影响分析	
第四节 中国	精酿啤酒	行业投资环境分析	
第五节 中国	精酿啤酒	行业技术环境分析	
第六节 中国	精酿啤酒	行业进入壁垒分析	
一、	精酿啤酒	行业资金壁垒分析	
二、	精酿啤酒	行业技术壁垒分析	
三、	精酿啤酒	行业人才壁垒分析	
四、	精酿啤酒	行业品牌壁垒分析	
五、	精酿啤酒	行业其他壁垒分析	
第七节 中国	精酿啤酒	行业风险分析	
一、	精酿啤酒	行业宏观环境风险	
二、	精酿啤酒	行业技术风险	
三、	精酿啤酒	行业竞争风险	
四、	精酿啤酒	行业其他风险	
第四章 2020-2024年全球	精酿啤酒	行业发展现状分析	
第一节 全球	精酿啤酒	行业发展历程回顾	
第二节 全球	精酿啤酒	行业市场规模与区域分 布	情况
第三节 亚洲	精酿啤酒	行业地区市场分析	
一、	亚洲 精酿啤酒	行业市场现状分析	

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

第二节 中国	精酿啤酒	行业产业链环节分析
一、上游产业发展现状		
二、上游产业对	精酿啤酒	行业的影响分析
三、下游产业发展现状		
四、下游产业对	精酿啤酒	行业的影响分析
第三节 中国	精酿啤酒	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	精酿啤酒	行业市场竞争分析
第一节 中国	精酿啤酒	行业竞争现状分析
一、中国	精酿啤酒	行业竞争格局分析
二、中国	精酿啤酒	行业主要品牌分析
第二节 中国	精酿啤酒	行业集中度分析
一、中国	精酿啤酒	行业市场集中度影响因素分析
二、中国	精酿啤酒	行业市场集中度分析
第三节 中国	精酿啤酒	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		
第八章 2020-2024年中国	精酿啤酒	行业模型分析
第一节 中国	精酿啤酒	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	精酿啤酒	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	精酿啤酒	行业SWOT分析结论

第三节 中国	精酿啤酒	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	精酿啤酒	行业需求特点与动态分析
第一节 中国	精酿啤酒	行业市场动态情况
第二节 中国	精酿啤酒	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	精酿啤酒	行业成本结构分析
第四节	精酿啤酒	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	精酿啤酒	行业价格现状分析
第六节 2025-2032年中国	精酿啤酒	行业价格影响因素与走势预测
第十章 中国	精酿啤酒	行业所属行业运行数据监测
第一节 中国	精酿啤酒	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	精酿啤酒	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	精酿啤酒	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 精酿啤酒 行业区域市场现状分析

第一节 中国 精酿啤酒 行业区域市场规模分析

一、影响 精酿啤酒 行业区域市场分布 的因素

二、中国 精酿啤酒 行业区域市场分布

第二节 中国华东地区 精酿啤酒 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 精酿啤酒 行业市场分析

（1）华东地区 精酿啤酒 行业市场规模

（2）华东地区 精酿啤酒 行业市场现状

（3）华东地区 精酿啤酒 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 精酿啤酒 行业市场分析

（1）华中地区 精酿啤酒 行业市场规模

（2）华中地区 精酿啤酒 行业市场现状

（3）华中地区 精酿啤酒 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 精酿啤酒 行业市场分析

（1）华南地区 精酿啤酒 行业市场规模

（2）华南地区 精酿啤酒 行业市场现状

（3）华南地区 精酿啤酒 行业市场规模预测

第五节 华北地区 精酿啤酒 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 精酿啤酒 行业市场分析

（1）华北地区 精酿啤酒 行业市场规模

（2）华北地区 精酿啤酒 行业市场现状

（3）华北地区 精酿啤酒 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 精酿啤酒

（1）东北地区 精酿啤酒

（2）东北地区 精酿啤酒

（3）东北地区 精酿啤酒

行业市场分析

行业市场规模

行业市场现状

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 精酿啤酒

（1）西南地区 精酿啤酒

（2）西南地区 精酿啤酒

（3）西南地区 精酿啤酒

行业市场分析

行业市场规模

行业市场现状

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 精酿啤酒

（1）西北地区 精酿啤酒

（2）西北地区 精酿啤酒

（3）西北地区 精酿啤酒

行业市场分析

行业市场规模

行业市场现状

行业市场规模预测

第九节 2025-2032年中国 精酿啤酒 行业市场规模区域分布 预测

第十二章 精酿啤酒 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 精酿啤酒 行业发展前景分析与预测

第一节 中国 精酿啤酒 行业未来发展前景分析

一、中国 精酿啤酒 行业市场机会分析

二、中国 精酿啤酒 行业投资增速预测

第二节 中国 精酿啤酒 行业未来发展趋势预测

第三节 中国 精酿啤酒 行业规模发展预测

一、中国 精酿啤酒 行业市场规模预测

二、中国 精酿啤酒 行业市场规模增速预测

三、中国 精酿啤酒 行业产值规模预测

四、中国 精酿啤酒 行业产值增速预测

五、中国 精酿啤酒 行业供需情况预测

第四节 中国 精酿啤酒 行业盈利走势预测

第十四章 中国 精酿啤酒 行业研究结论及投资建议

第一节 观研天下中国 精酿啤酒 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 精酿啤酒 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 精酿啤酒

行业品牌营销策略分析

一、精酿啤酒

行业产品策略

二、精酿啤酒

行业定价策略

三、精酿啤酒

行业渠道策略

四、精酿啤酒

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：<https://www.chinabaogao.com/baogao/202508/761395.html>