

中国啤酒行业发展趋势分析与投资前景调研报告 (2022-2029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《中国啤酒行业发展趋势分析与投资前景调研报告（2022-2029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/202210/611860.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

疫情后慕尼黑啤酒节回归，高成本下德国酒企难以维持经营

2022年9月，德国著名的“慕尼黑啤酒节”在因新冠疫情暂停两年之后，在慕尼黑再次开幕回归，吸引了来自世界各地的数百万游客。

德国“慕尼黑啤酒节”是世界上最大的民间节日，已有200年的历史。“慕尼黑啤酒节”自举办以来只取消了26次，主要是由于第一次世界大战和第二次世界大战，另外也有两次是因为霍乱爆发。

上一届“慕尼黑啤酒节”在2019年举行，有630万名游客参加，喝掉了730多万升德国啤酒。据悉，慕尼黑啤酒节的收入约为12亿欧元。啤酒在德国有着不可撼动的地位，尤其是在慕尼黑所在的巴伐利亚州。同时，德国也是欧洲啤酒消费量最大的国家之一，到2021年，德国人的年平均消费量为84升。

但是，德国酿酒商联盟DBB告诉政府，由于俄乌冲突，啤酒节面临着许多挑战与困境，包括能源价格飙升和供应链中断。DBB说，如果政府不迅速加以干预和援助，德国饮料行业的数百家企业将倒闭，数千人将面临失业。

事实上，食品工业生产和包装过程都离不开碳酸。二氧化碳和水反应生成碳酸。啤酒厂主要用其“预填充”酒罐、瓶子和酒桶，以便啤酒在灌装过程中不会与空气接触，也不会产生泡沫。许多啤酒厂还会生产无酒精饮料，这需要更多的碳酸。二氧化碳短缺问题持续恶化数月，这是因为天然气价格飙升导致化肥行业减产，而二氧化碳正是化肥生产中的副产品。

除了二氧化碳价格上涨，事实上能源危机下啤酒企业多个原材料都面临上涨的压力，甚至由于俄乌战争和极端气候，导致原材料价格也面临持续上涨的趋势。

根据业内上市公司公开财报数据显示，包装材料和酿酒原材料合计占 71.7%，其中包材为 52.2%（占比从高到低依次为玻璃瓶、铝罐、箱板纸），原材料为 19.4%（麦芽 11.7%、大米 5.4%、酒花 0.8%、水 0.2%、辅材 1.3%）；此外，能源、人工成本、制造费用各占 4.1%、5.9%、18.4%，合计 28.3%。

资料来源：上市公司财报，观研天下数据中心整理

中国作为全球啤酒第一大生产国，且国内能源成本相对可控的局面下，啤酒产品将会具备极强的竞争力，有望在相当长的时间填补欧洲企业因为高成本带来的市场空缺。

十年前，我国啤酒行业就已经进入存量竞争时代

事实上，我国啤酒行业是随着改革开放以来逐渐发展壮大的。改革开放以来我国啤酒行业大致可分为三个阶段。

我国啤酒行业发展阶段

资料来源：公开资料整理

目前我国啤酒行业已经形成五大龙头，分别为华润、青岛、百威、重庆、燕京，2021年国内市场上啤酒销量CR5达到72.2%，自2013年以来，国内啤酒市场CR5维持在70%以上。

资料来源：Euromonitor，观研天下数据中心整理

在存量竞争时代，啤酒企业要想在日益激烈的市场竞争中维持一席之地，除了通过产品升级弥补销量提高收入以外，还要尽可能减少不必要的成本和费用，从而增大利润空间，实现高质量增长。

与此同时，随着啤酒行业扩张高点过去，区域格局逐步稳定，各大企业纷纷建立起各自的优势市场，成为公司利润的核心来源。与此同时，产能过剩问题凸显，对企业而言淘汰弱势地区的低效产能不失为一种高效的降本措施。近年来重啤、华润等头部公司通过关停工厂的方式改善产能和成本结构，二者产能利用率显著提升，带动毛利改善，产能利用率和毛利率之间线性关系明显。目前来看，与重啤相比本土其他啤酒企业产能利用率仍然较低，整体毛利率仍有改善空间，后续产能优化举措持续推进有望帮助其加强成本和费用控制，提高生产和经营效率，进一步夯实核心区域利润。

高端核心产品是一切渠道与营销动作的落脚点，而淘汰升级中低档则可对外焕新产品形象，对内促进团队思维转变、资源聚焦、盈利提升。

啤酒高端化成为存量企业发展的共识

2018年，啤酒行业因当时原材料成本上涨掀起了行业性提价，价格对行业增长的驱动力开始显现，以此为契机，啤酒行业逐步形成以价格驱动增长的共识，但直接提价的持续性较弱，因此产品结构升级、高端化逐步开始成为行业共同的发展路径。

中国酒业协会口径下，2021年我国啤酒规模以上企业平均吨价为4449元/吨（包括外资品牌），与美国约1万元/吨、日本约2万元/吨、百威亚太4999元/吨、喜力亚太7173元/吨的吨价仍有较大差距。

资料来源：公司公告，公开资料整理

未来随着经济水平、居民人均可支配收入水平提升，以及对啤酒品质和口感的差异化追求，我国啤酒企业吨价有较大提升空间。参考美日，我国啤酒吨价本轮较快提升的阶段有望持续多年，而且我国消费分级特征明显、收入和区域分布差异巨大、下沉市场广阔，消费升级的潜力更大、动力更强、持续性有望超过美日。

高端化趋势下，啤酒龙头企业各有优势和重要抓手

啤酒企业推进高端化的重点区域可分为两类：一是具备较高消费水平的区域，当前高端空间较为广阔、教育难度较低，且建立品牌后可辐射中低成熟度区域。比如华润啤酒进攻两省五市八大高地，重庆啤酒东进扩张，选定大城市计划从41个拓展至76个，均与此契合。二是自身优势市场，酒企可凭借垄断地位，低风险、低投入地推动全价格带升级，增量亦十分

可观。

当前高端啤酒销售仍主要集中于夜店、商务餐饮等渠道，而此类渠道壁垒较高，多依靠社会资源驱动且要求经销商拥有更强的综合实力。故对拥有足够资源与规模发展大客户的酒企而言，通过大客户进攻高端渠道是为“王道”。而对于资金与规模有限的酒企而言，依靠差异化的品牌力切入并绑定渠道亦不失为一种策略，譬如乌苏早期通过品牌力拉动进入并绑定烧烤与西北菜为场景实现放量，后拓展流通与其他餐饮场景。

从高端化的发展来看，五大龙头各有其独特的背景和优势，因而其高端化的路径又各不相同

。

五大啤酒龙头各自特点和竞争力优势

啤酒企业

品牌定位

企业属性

核心优势

华润雪花

全国性本土品牌

央企（华润集团）

渠道力+组织力

青岛啤酒

百年国潮品牌

国企（青岛国资）

品牌力+产品力

燕京啤酒

地方性品牌

国企（北京国资）

产品力

重庆啤酒

地方性品牌+海外品牌

外企（嘉士伯）+混合资本（地方+外资）

产品力+营销力

百威中国

全球性品牌

外资（百威）

综合实力

资料来源：公开资料整理

五大啤酒龙头各自高端化路径和代表性产品

啤酒企业

高端化路径

主打产品

华润雪花

品牌迭代+进口放量

喜力、SuperX、纯生

青岛啤酒

罐装化+品牌迭代+品种升级

纯生、经典、原浆

燕京啤酒

产品迭代+市场扩张

燕京 U8、漓泉1998

重庆啤酒

品牌裂变+渠道拓展

乌苏、乐堡、1664

百威中国

高端矩阵+非即饮

科罗娜、蓝妹等

资料来源：公开资料整理（YM）

观研报告网发布的《中国啤酒行业发展趋势分析与投资前景调研报告（2022-2029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。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场

调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章 2018-2022年中国啤酒行业发展概述

第一节 啤酒行业发展情况概述

- 一、啤酒行业相关定义
- 二、啤酒特点分析
- 三、啤酒行业基本情况介绍
- 四、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、啤酒行业需求主体分析

第二节 中国啤酒行业生命周期分析

- 一、啤酒行业生命周期理论概述
- 二、啤酒行业所属的生命周期分析

第三节 啤酒行业经济指标分析

- 一、啤酒行业的赢利性分析
- 二、啤酒行业的经济周期分析
- 三、啤酒行业附加值的提升空间分析

第二章 2018-2022年全球啤酒行业市场发展现状分析

第一节 全球啤酒行业发展历程回顾

第二节 全球啤酒行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲啤酒行业地区市场分析

- 一、亚洲啤酒行业市场现状分析
- 二、亚洲啤酒行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲啤酒行业市场前景分析

第四节 北美啤酒行业地区市场分析

- 一、北美啤酒行业市场现状分析

二、北美啤酒行业市场规模与市场需求分析

三、北美啤酒行业市场前景分析

第五节 欧洲啤酒行业地区市场分析

一、欧洲啤酒行业市场现状分析

二、欧洲啤酒行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲啤酒行业市场前景分析

第六节 2022-2029年世界啤酒行业分布走势预测

第七节 2022-2029年全球啤酒行业市场规模预测

第三章 中国啤酒行业产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

第二节 我国宏观经济环境对啤酒行业的影响分析

第三节 中国啤酒行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节 政策环境对啤酒行业的影响分析

第五节 中国啤酒行业产业社会环境分析

第四章 中国啤酒行业运行情况

第一节 中国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 中国啤酒行业市场规模分析

一、影响中国啤酒行业市场规模的因素

二、中国啤酒行业市场规模

三、中国啤酒行业市场规模解析

第三节 中国啤酒行业供应情况分析

一、中国啤酒行业供应规模

二、中国啤酒行业供应特点

第四节 中国啤酒行业需求情况分析

一、中国啤酒行业需求规模

二、中国啤酒行业需求特点

第五节 中国啤酒行业供需平衡分析

第五章 中国啤酒行业产业链和细分市场分析

第一节 中国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、啤酒行业产业链图解

第二节 中国啤酒行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对啤酒行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对啤酒行业的影响分析

第三节 我国啤酒行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2018-2022年中国啤酒行业市场竞争分析

第一节 中国啤酒行业竞争现状分析

一、中国啤酒行业竞争格局分析

二、中国啤酒行业主要品牌分析

第二节 中国啤酒行业集中度分析

一、中国啤酒行业市场集中度影响因素分析

二、中国啤酒行业市场集中度分析

第三节 中国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

第七章 2018-2022年中国啤酒行业模型分析

第一节 中国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

第二节中国啤酒行业SWOT分析

一、SOWT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、中国啤酒行业SWOT分析结论

第三节中国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

第八章 2018-2022年中国啤酒行业需求特点与动态分析

第一节中国啤酒行业市场动态情况

第二节中国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

第三节啤酒行业成本结构分析

第四节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

第五节中国啤酒行业价格现状分析

第六节中国啤酒行业平均价格走势预测

一、中国啤酒行业平均价格趋势分析

二、中国啤酒行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国啤酒行业所属行业运行数据监测

第一节中国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

第十章 2018-2022年中国啤酒行业区域市场现状分析

第一节中国啤酒行业区域市场规模分析

一、影响啤酒行业区域市场分布的因素

二、中国啤酒行业区域市场分布

第二节中国华东地区啤酒行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区啤酒行业市场分析

(1) 华东地区啤酒行业市场规模

(2) 华南地区啤酒行业市场现状

(3) 华东地区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、华中地区啤酒行业市场分析

(1) 华中地区啤酒行业市场规模

(2) 华中地区啤酒行业市场现状

(3) 华中地区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、华南地区啤酒行业市场分析

- (1) 华南地区啤酒行业市场规模
- (2) 华南地区啤酒行业市场现状
- (3) 华南地区啤酒行业市场规模预测

第五节华北地区啤酒行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区啤酒行业市场分析

- (1) 华北地区啤酒行业市场规模
- (2) 华北地区啤酒行业市场现状
- (3) 华北地区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、东北地区啤酒行业市场分析

- (1) 东北地区啤酒行业市场规模
- (2) 东北地区啤酒行业市场现状
- (3) 东北地区啤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、西南地区啤酒行业市场分析

- (1) 西南地区啤酒行业市场规模
- (2) 西南地区啤酒行业市场现状
- (3) 西南地区啤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、西北地区啤酒行业市场分析

- (1) 西北地区啤酒行业市场规模
- (2) 西北地区啤酒行业市场现状
- (3) 西北地区啤酒行业市场规模预测

第九节 2022-2029年中国啤酒行业市场规模区域分布预测

第十一章 啤酒行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节企业

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

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

.....

第十二章 2022-2029年中国啤酒行业发展前景分析与预测

第一节中国啤酒行业未来发展前景分析

一、啤酒行业国内投资环境分析

- 二、中国啤酒行业市场机会分析
- 三、中国啤酒行业投资增速预测
- 第二节中国啤酒行业未来发展趋势预测
- 第三节中国啤酒行业规模发展预测
- 一、中国啤酒行业市场规模预测
- 二、中国啤酒行业市场规模增速预测
- 三、中国啤酒行业产值规模预测
- 四、中国啤酒行业产值增速预测
- 五、中国啤酒行业供需情况预测
- 第四节中国啤酒行业盈利走势预测

第十三章 2022-2029年中国啤酒行业进入壁垒与投资风险分析

- 第一节中国啤酒行业进入壁垒分析
- 一、啤酒行业资金壁垒分析
- 二、啤酒行业技术壁垒分析
- 三、啤酒行业人才壁垒分析
- 四、啤酒行业品牌壁垒分析
- 五、啤酒行业其他壁垒分析
- 第二节啤酒行业风险分析
- 一、啤酒行业宏观环境风险
- 二、啤酒行业技术风险
- 三、啤酒行业竞争风险
- 四、啤酒行业其他风险
- 第三节中国啤酒行业存在的问题
- 第四节中国啤酒行业解决问题的策略分析

第十四章 2022-2029年中国啤酒行业研究结论及投资建议

- 第一节观研天下中国啤酒行业研究综述
- 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
- 第三节啤酒行业营销策略分析

- 一、啤酒行业产品策略
- 二、啤酒行业定价策略
- 三、啤酒行业渠道策略
- 四、啤酒行业促销策略
- 第四节观研天下分析师投资建议
- 图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202210/611860.html>