

中国啤酒行业现状深度研究与未来投资预测报告 (2024-2031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《中国啤酒行业现状深度研究与未来投资预测报告（2024-2031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/202408/722714.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

1、啤酒概述

啤酒是以麦芽、水为主要原料，加啤酒花（包括啤酒花制品），经酵母发酵酿制而成的、含有二氧化碳并可形成泡沫的发酵酒，又被称为“液体面包”。啤酒是人类最古老的酒精饮料，是水和茶之后世界上消耗量排名第三的饮料。

我国啤酒种类繁多。例如按色泽分，啤酒可分为淡色啤酒、浓色啤酒、黑啤酒；按杀菌情况分，可分为鲜啤酒、熟啤酒、生啤酒；按浓度分，可分为低浓度啤酒、中浓度啤酒、高浓度啤酒等。其中哈尔滨啤酒、青岛啤酒是我国发展历史最为悠久、最具备知名度和品牌效应的啤酒，此外西藏青稞啤酒、北京华润雪花啤酒、广州珠江啤酒等品牌也是我国知名啤酒品牌，深受国内消费者喜爱。

啤酒种类

分类标准

主要种类

按浊度分

可分为清亮啤酒、浑浊啤酒

按杀菌工艺分

可分为熟啤酒、生啤酒

按酵母类型分

可分为上面发酵啤酒、下面发酵啤酒、混合发酵啤酒

按色度分

可分为淡色啤酒、浓色啤酒、黑啤酒

按产品特性分

可分为特种啤酒，主要包括干啤酒、冰啤酒、白啤酒、司陶特（世涛）啤酒、皮尔森（比尔森）啤酒、酸啤酒、低醇啤酒、无醇啤酒、小麦啤酒、果蔬汁型啤酒、果蔬味型啤酒和工坊啤酒等

资料来源：观研天下整理

2、拒绝内卷，我国啤酒行业量降价升

在夏日旺季啤酒行业，各大主流啤酒企业拒绝市场内卷，并且对核心产品降一直提价。目前，啤酒企业提价的方式主要分两种：一是产品直接涨价，如2022年华润啤酒将其核心大单品、中国啤酒单品销量王勇闯天涯的终端价格由6元提升至7元；另一种方式是推出更多中高端新品，对传统低价产品进行渠道替换，如“绿棒子”现如今只能在下沉市场偶遇。根据啤酒营销专家方刚近期所总结中国啤酒的价格带路线也可以发现，中国啤酒价格带路线从30年前，123模式；20年前，235模式；10年前，358；今天，5810。

同时，2019-2023年，我国啤酒市场的平均吨价从4264元上涨至4917元左右。其中，提升

最明显的青岛啤酒，2019年吨价尚不足3500元，2023年超过4200元。

数据来源：观研天下整理

数据来源：观研天下整理

而各大啤酒巨头们守着各自的核心市场，安安心心赚钱。2019-2023年，中国啤酒产量只增加3%，但行业收入增加19%，利润总额增加95%；截止2024年1-6月，中国规模以上啤酒企业累计啤酒产量1908.8万吨，同比增长0.1%。披露业绩几家上市，营业收入均大幅增长。例如，燕京啤酒2024年上半年归母净利润同比增长40%-55%，扣非净利润同比增长60%-77%；珠江啤酒（002461.SZ）业绩增长30%-45%。

数据来源：观研天下整理

3、啤酒质价比提升

其实，从啤酒发展历程来看，早几年啤酒是价格战和阵地战的重灾区，各大品牌把啤酒价格打到一两块钱，市场内卷激烈，其主要原因是：当时我国啤酒市场正处高速增长期。在增量市场中，规模成为各大品牌的核心追求，为追求更多市场份额，为争夺线下点位，全武行也屡见不鲜。

目前，百威英博、华润啤酒、青岛啤酒（600600.SH）、嘉士伯、燕京啤酒五大巨头，在资本的加持下，终结啤酒市场一城一啤的状态，五大巨头集中90%以上的市场份额，并且形成相对稳定的市场格局。

数据来源：观研天下整理

而在增量缺乏的背景下，熬过2013-2015年调整期后，啤酒业开启一轮以高端化为主线的行业复苏，所以已经没有内卷土壤。虽然近几年啤酒一直在提价，但不高，其主要原因还是由于因为之前市场竞争和行业调整导致其错失涨价周期。白酒中档大单品，单价100-300元；红酒中档产品，单价80-300元；黄酒为20-60元；而啤酒的中档产品，5-8元。

从长周期来看，30年前，白酒的均价也只有几块钱，如今超过60元，啤酒只是从123模式变成5810模式。而啤酒价格提升伴随的是产品品质的提高，也就是说啤酒的质价比得到提升，消费者更容易接受。

4、次高端升级，价格带容量大+品牌力加持确定性强

而且啤酒业也有足够的底气和共识，拒绝内卷，尤其是自2016年以来的一轮全面高端化后，啤酒业有条件提升产品，主流啤酒市场正在逐步告别“水啤”。接下来，啤酒行业全面的、自上而下的高端化基本结束，行业即将步入高端化的下半场。

按照零售价格来划分，啤酒通常包括高档（10元）、次高档（8-10元）、主流（6-8元）、低档（6元）四个层次。而超高端啤酒的市场空间，极为有限；过于低质低价的啤酒，因为

利润太过有限，会被啤酒厂商和它身后的经销体系所抛弃；而8元左右，兼具主流和次高端的大众化价格区间，将成为啤酒市场接下来一个时期的黄金价格带。

从各家酒企来看，华润啤酒着力打造喜力高端大单品，并推出“4+4”高端产品矩阵，国内品牌与国际品牌共同发力；青岛啤酒聚焦“青岛+崂山”双品牌，在青岛主品牌端落实“1+1+1+2+N”的产品组合，打造了青啤经典、纯生、白啤等多款大单品；重庆啤酒以超级大单品乌苏打开全国知名度，并搭建“6+6”本土品牌+国际品牌产品矩阵；燕京啤酒全力打造高端年轻化大单品U8，以“1+3”品牌战略（主品牌燕京+子品牌漓泉、惠泉、雪鹿）推进全国化进程。

我国啤酒行业主要公司品牌战略及产品布局情况

品牌

品牌战略

中高端大单品/品牌

其他产品布局

华润啤酒

“4+4”高端品牌矩阵

喜力、勇闯天涯

国内品牌：马尔斯绿、匠心营造、脸谱、雪花纯生、勇闯天涯、老雪；国际品牌：红爵、苏尔、虎牌

青岛啤酒

“1+1”双品牌战略

经典、纯生、白啤

中高端：一世传奇、百年之旅、琥珀拉格、奥古特、鸿运当头、经典1903、原浆啤酒、皮尔森、青岛啤酒IPA；低端：崂山、汉斯

重庆啤酒

“6+6”产品矩阵

乌苏

本地品牌：重庆、山城、西夏、大理、风花雪月、京A；国际品牌：嘉士伯、乐堡、1664、格林堡、布鲁克林、夏日纷

燕京啤酒

“1+3”品牌战略

燕京U8

中高端：燕京八景、V10白啤、漓泉、雪鹿；低端：清爽、鲜啤、惠泉

百威亚太

专注高端品牌战略

百威

高端、超高端：科罗娜、蓝妹、福佳、凯狮、鹅岛、拳击猫、乐飞、时代；核心：哈尔滨啤

酒、雪津

资料来源：观研天下整理

次高端升级确定性较强

资料来源：观研天下整理

5、精酿赛道“风起云涌”，成为啤酒行业新增量

此外，近几年，精酿啤酒异军突起，在2008年国内首家精酿啤酒酿造企业“高大师啤酒工厂”成立，随后以丰收精酿、拳击猫为代表精酿品牌出现，百威啤酒、青岛啤酒、珠江啤酒等啤酒龙头也纷纷布局精酿品类，市场上纯正的精酿啤酒厂也快速增加，市场规模继续快速发展。同时，由于精酿啤酒行业门槛低，众多中小型企业凭借创新优势入局精酿赛道，如啤酒装备一线厂商乐惠国际在全国范围打造自有独立啤酒品牌“鲜啤30公里”，发展势头强劲。精酿赛道“风起云涌”，成为啤酒行业新增量。

我国主要啤酒公司的精酿啤酒产品

公司

布局精酿啤酒举措

百威英博

主打鹅岛IPA、312小麦艾尔和Honker艾尔三款精酿啤酒

华润啤酒

借助于喜力联手拿下多个精酿品牌

青岛啤酒

推出IPA精酿啤酒、原浆啤酒等

燕京啤酒

推出燕京八景精酿啤酒

嘉士伯、重庆啤酒

2019年嘉士伯宣布入股精酿啤酒企业京A

资料来源：观研天下整理

根据不完全统计，被称为“精酿啤酒元年”的2021年，我国精酿啤酒品牌融资超过10亿元，碧山村、泰山原浆、新零售啤酒等15家精酿啤酒品牌陆续获得融资，且有16个投资机构对精酿啤酒赛道进行过2次及以上的投资。根据天眼查数据显示，目前，在业的精酿啤酒企业超一万家，仅2023年一年间成立的企业就有2010家。

不过，与传统工业啤酒企业相比，目前尚未出现一家独立精酿啤酒品牌的体量和品牌地位足以成为赛道头部，所以市场发展空间巨大。根据数据显示，2022年我国精酿啤酒消费量14.3亿升，预计2025年可达23亿升，复合增长率将达到17%。

数据来源：观研天下整理

6、总结

综上所述，虽然在口红效应下，低客单价的啤酒依旧具备强大的消费升级的潜力，但是行业正在从全面高端化转为结构调整，接下来价格带的整体提升会趋弱，可吨价依旧会提升，而精酿啤酒赛道潜力释放力度将会越来越大。（WYD）

注：上述信息仅作参考，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《中国啤酒行业现状深度研究与未来投资预测报告（2024-2031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】

第一章 2019-2023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 2019-2023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 2024-2031年世界啤酒行业分布走势预测

第七节 2024-2031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 2019-2023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 2019-2023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 2019-2023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 2019-2023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) 华东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

第六节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节企业

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 2024-2031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 2024-2031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 2024-2031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、行业目标客户群体

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/202408/722714.html>