

# 2022年中国精酿啤酒市场分析报告- 行业竞争格局与发展趋势预测

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2022年中国精酿啤酒市场分析报告-行业竞争格局与发展趋势预测》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://baogao.chinabaogao.com/jiulei/553404553404.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

整体而言，相比工业啤酒，精酿啤酒主要采用的是艾尔工艺，味道多变、口感醇厚，具有浓郁的酒花香气，逐渐受到年轻人喜爱。

精酿啤酒与工业啤酒对比

对比维度

精酿啤酒

工业啤酒

原料

水、麦芽、啤酒花、酵母

水、麦芽、啤酒花、酵母。部分用大米、玉米、淀粉等低成本原料取代麦芽

口味

在原料基础上添加如辣椒、苹果等多种材料，多样化

标准化，相对单一

发酵工艺

多为艾尔工艺，酵母在发酵罐顶端工作，浮在酒液上方，发酵温度一般控制在10-20°C。发酵罐通常较小，发酵结束后不进行过滤和杀菌处理。

多为拉格工艺，酵母在发酵罐底部工作，沉在酒液下方，发酵温度一般控制在10°C以下，发酵罐较大，发酵结束后通常采用过滤和巴氏杀菌，增加啤酒的货架期。

特点

反垄断、自有、小而美、手工艺、追求品质、丰富多彩的啤酒文化

垄断、工业化、标准化、最大限度低追求成本、保质期更加长久

发酵时间

品种繁多，从2天到2个月不等

通常为7天左右

保质期

多数保质期较短，有些品种保质期仅为几十天

普遍为1-2年，有些品种可达数十年

生产规模

产量小，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：观研天下整理

## 驱动因素分析

精酿啤酒崛起源于供需两端共振，供给端来看，啤酒市场趋于饱和，由增量向增质转变；需求端来看，消费品质要求提升，精酿啤酒社交属性不断增强。

一、传统工业啤酒发展进入瓶颈期，消费升级趋势下厂商需要通过产品结构升级提升盈利能力

首先，中国啤酒产量及销量在2013年达到高点后波动下行，尤其是中低端啤酒产销量持续下滑，量增驱动业绩增长已然成为历史。而高端啤酒市占逐渐增长，精酿品类成为厂商实现产品结构升级的重要载体。

2012-2020年我国啤酒产销量情况

数据来源：观研天下整理

2018-2020年我国精酿啤酒行业净利润 数据来源：观研天下整理

其次，对比盈利空间来看，美国精酿啤酒与普通啤酒的价差在2倍左右，而中国精酿啤酒与普通啤酒的价差达到3-4倍，盈利空间巨大，同时国内精酿啤酒的消费群体主要是高薪白领、海归精英等，消费能力强，对价格敏感度相对较低，为厂商提供了较高的利润空间。此外，对比渗透率而言，美国从2014年开始其精酿啤酒销量占比已达10%以上，而截至2019年，中国精酿啤酒销量占比仍不达3%，有着很大的提升空间。

2011-2019年美国精酿啤酒销量占比

数据来源：观研天下整理

2012-2019年中国精酿啤酒销量占比 数据来源：观研天下整理

二、行业竞争层次提高，由地面战转为抢夺制空权的空战

在经历了两轮并购整合期和调整期后，中国啤酒行业进入整合末期。2020年，中国啤酒市场被五大集团瓜分，华润啤酒、青岛啤酒、燕京啤酒、百威英博以及嘉士伯五大集团中国啤酒市场占有率高达92%。其中，华润啤酒在中国市场占据31.9%的市场份额，青岛啤酒市场份额达到22.9%，百威英博占据19.5%的市场。此外，我国啤酒CR5从2017-2020年的集中度一直在75%以上，其他品牌很难有挤占空间。

2020年我国啤酒行业竞争格局

数据来源：中国酒业协会

2017-2020年我国啤酒行业市场集中度—CR5 数据来源：中国酒业协会

当前我国精酿啤酒竞争格局高度分散，外资龙头厂商有优势，独立厂商分散度则更高。精酿啤酒市场CR4约为47%，其中百威、嘉士伯两大外资龙头凭借部分成熟精酿大单品占据了最高份额。部分独立精酿厂商已经展现出一定的全国化潜质，如优布劳、熊猫精酿等，但根据

我们调研，这些品牌的年销量在5万吨以下，且部份销量来自为非自有品牌代工，更多的区域性独立精酿厂商年销量难以破千吨，格局高度分散。未来精酿行业仍将持续处于洗牌过程中，集中度存在较大提升空间。

当前我国精酿啤酒行业竞争格局 数据来源：观研天下整理

### 三、人均消费水平提升伴随消费观念转变，消费者对啤酒的品质要求提升

21世纪以来，中国经济始终保持高速发展，国内生产总值由2011年的487940.2元增至2020年的1015986.2元，国民总收入由2011年的483392.8元增至2020年的1008782.5元。经济环境的改善使得人们的消费观念发生变化，生活压力的增大也使得消费者更加注重品质生活的享受，对啤酒的消费观念开始从“拼酒”向“品酒”转变。消费者对高品质多样化产品的高需求倒逼企业加速产品升级，提高高端及精酿啤酒占比。

2011-2020年中国国内生产总值及国民总收入情况 数据来源：国家统计局

2019-2024年我国各档次啤酒销售额占比 数据来源：观研天下整理

除了消费升级的驱动，精酿啤酒的走红还少不了年轻人的助力。精酿啤酒现阶段主力消费人群为80、90后男性，其对啤酒品质要求较高，加之人们健康意识不断增强，“喝少但喝好”的消费需求愈发强烈。从人口结构看，整体啤酒目标人群为20-35岁的成熟男性，中国20-34岁男性绝对人口数量从2020年开始将逐年减少，目标消费者的减少使得啤酒销量自然下滑，加上80/90后对品质要求更高，一定程度上倒逼厂家做少做精。

当前中国精酿啤酒消费者画像（性别） 数据来源：观研天下整理

当前中国精酿啤酒消费者画像（年龄） 数据来源：观研天下整理

### 四、精酿啤酒社交需求逐步增加

啤酒本身具备一定的社交属性，高品质、风味独特的精酿啤酒进一步丰富了消费场景，开始出现在商务社交、高端约会场所。不同于普通啤酒平淡如水，精酿啤酒的高浓度能够使人们在优雅小酌的同时达到微醺这一社交必备途径。同时由于高档餐厅、夜场、KTV 消费人群比价空间小，其价格接受程度更高，保障了精酿啤酒需求释放。

精酿就把、餐吧门店密度与城镇居民人均可支配收入关联情况 数据来源：观研天下整理

### 五、精酿啤酒作为舶来品具备一定的价值加成

由于中国过去几十年经济发展水平较为落后，消费者对于欧美发达国家先进产品的好感度和接受度较高。精酿啤酒作为“先进文化”的标志，产生了远超消费品本身的价值，具有精神富有和口袋富有的双倍象征，因而更容易被啤酒爱好者推崇。

核心精酿品牌电商渠道价格

数据来源：京东旗舰店（WWTQ）

观研报告网发布的《2022年中国精酿啤酒市场分析报告-行业竞争格局与发展趋势预测》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。（YYJ）

## 【目录大纲】

### 第一章 2018-2022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 2018-2022年全球精酿啤酒行业市场发展现状分析

### 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 2022-2029年世界精酿啤酒行业分布走势预测

### 第七节 2022-2029年全球精酿啤酒行业市场规模预测

## 第三章 中国精酿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

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品零售总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

## 第二节我国宏观经济环境对精酿啤酒行业的影响分析

### 第三节中国精酿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

### 第四节政策环境对精酿啤酒行业的影响分析

### 第五节中国精酿啤酒行业产业社会环境分析

## 第四章 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

## 第五章 中国精酿啤酒行业产业链和细分市场分析

### 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

### 第三节我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

## 第六章 2018-2022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

## 第七章 2018-2022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、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

## 第八章 2018-2022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

### 第六节中国精酿啤酒行业平均价格走势预测

- 一、中国精酿啤酒行业平均价格趋势分析
- 二、中国精酿啤酒行业平均价格变动的影响因素

## 第九章 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

## 第十章 2018-2022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) 华南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、东北地区精酿啤酒行业市场分析
  - (1) 东北地区精酿啤酒行业市场规模
  - (2) 东北地区精酿啤酒行业市场现状
  - (3) 东北地区精酿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、西南地区精酿啤酒行业市场分析
  - (1) 西南地区精酿啤酒行业市场规模
  - (2) 西南地区精酿啤酒行业市场现状
  - (3) 西南地区精酿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、西北地区精酿啤酒行业市场分析
  - (1) 西北地区精酿啤酒行业市场规模
  - (2) 西北地区精酿啤酒行业市场现状
  - (3) 西北地区精酿啤酒行业市场规模预测

## 第十一章 精酿啤酒行业企业分析（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
- · · · ·

## 第十二章 2022-2029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、精酿啤酒行业国内投资环境分析
- 二、中国精酿啤酒行业市场机会分析
- 三、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

第十三章 2022-2029年中国精酿啤酒行业进入壁垒与投资风险分析

第一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

第二节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

第三节中国精酿啤酒行业存在的问题

第四节中国精酿啤酒行业解决问题的策略分析

第十四章 2022-2029年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、精酿啤酒行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiulei/553404553404.html>