

中国啤酒行业发展深度研究与投资趋势预测报告 (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《中国啤酒行业发展深度研究与投资趋势预测报告（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/202401/685579.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

啤酒于二十世纪初传入中国，属外来酒种。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。啤酒的酒精含量较低，含有二氧化碳、多种氨基酸、维生素、低分子糖、无机盐和各种酶。

2023年8月7日中国酒业协会关于批准发布T/CBJ 3401《啤酒小麦》、T/CBJ 3402《啤酒小麦芽》团体标准的通告，自2023年10月1日起实施。小麦是重要原料之一，随着我国小麦啤酒消费量的快速增长，小麦芽品类也趋于多元化，发布此通告能填补相关标准空白，也对小麦芽的品类、质量要求作出详细规范，有利于我国啤酒产业的规范化发展，助力啤酒品类高质量发展。

近些年来，为大力发展啤酒产业，提高啤酒产量，加速啤酒行业高质量发展，我国及各部门纷纷出台了一系列政策，如2022年10月商务部、发改委发布关于《鼓励外商投资产业目录(2022年版)》，其中提出鼓励外商投资啤酒原料育种、种植、生产，6

万瓶/小时及以上啤酒灌装设备。

我国及各省市啤酒行业相关政策	层级	发布时间	发文机构	政策名称	主要内容	国家级
2022-10-26	商务部、发改委			鼓励外商投资产业目录(2022年版)	鼓励外商投资啤酒原料育种、种植、生产，6万瓶/小时及以上啤酒灌装设备。	国家级
2022-06-08						国家级

国家市场监督管理总局、商务部、生态环境部、人力资源和社会保障部、工业和信息化部				关于推动轻工业高质量发展的指导意见	升级创新产品制造工程，包括无醇啤酒产品等；强化品牌培育服务，酿酒、功能性食品等领域培育一批国际知名品牌；支持酿酒、粮油等行业建设优质原料基地。	国家级
2021-04	中国酒业协会			中国酒业“十四五”发展指导意见	到2025年，啤酒行业产量3800万千升，比“十三五”末增长11.4%，年均递增2.2%；销售收入达到2400亿元，同比增长63.4%，年均递增10.3%；实现利润300亿元，同比增长124.0%，年均递增17.5%。	国家级
2020-01-17	工业和信息化部			2020年工业节能监察重点工作计划	按照“十三五”高耗能行业节能监察全覆盖的安排，对糖、啤酒等轻工行业等细分行业的重点用能企业开展强制性单位产品能耗限额标准执行情况专项监察。	省级
2023-04-14	黑龙江省人民政府			关于印发黑龙江省“十四五”生物经济发展有限公司		省级

2023-04-14	黑龙江省人民政府			关于印发黑龙江省工业转型升级“十二五”规划的通知	开发纤维素酶、啤酒复合酶、酿酒微生物等新产品，拓展酶制剂产品产业化应用。	省级
2022-10-26	山东省人民政府			关于印发山东省制造业数字化转型行动方案(2022-2025年)的通知	支持食品行业在白酒、啤酒、葡萄酒、食用油等领域建设工业互联网平台，提供产品供应链管理、质量品牌评价等服务。	省级

2022-05-11	云南省人民政府					省级
------------	---------	--	--	--	--	----

关于印发云南省“十四五”制造业高质量发展规划的通知稳步发展小曲清香型白酒，加快发展中高端啤酒，提质发展葡萄酒，创新发展露酒，以配制酒、果酒、功能酒等特色酒品为重点，提升云南白酒、葡萄酒产业竞争力。 省级 2021-06-29 福建省人民政府

关于印发福建省“十四五”制造业高质量发展专项规划的通知依托南平建瓯、莆田涵江、宁德屏南等酒产业园区，发挥百威雪津、福矛、惠泽龙等重点企业作用，加大新产品研发创新，加快培育闽中啤酒、闽北白酒、闽东红曲酒等酒类加工产业集群，扩大市场份额，打造特色品牌。

资料来源：观研天下整理

资本市场方面，根据橘子网站数据显示，2017-2021年的啤酒投资事件上下起伏均不大，2021年-2023年我国啤酒投资事件书呈现逐年下降趋势，其中2023年啤酒相关投资事件数有2起，已披露投资金额为1.1亿元。

资料来源：IT桔子、观研天下整理

2022-2023年我国啤酒行业共发生的7起融资事件，其中2023年发生了2起事件，分别是泰山原浆啤酒完成战略投资轮融资，由老股东信金资本独家投资；TAGSIU完成近千万元天使轮融资，投资方为D1M集团。

时间	公司简称	行业	轮次	融资金额
2023-05-22	泰山啤酒	电商零售	战略投资	未透露
2023-05-09	TAGSIU	本地生活	天使轮	千万级人民币
2022-11-16	酒号巴士	本地生活	A+轮	7200万港元
2022-07-18	鲸都鲜酿	电商零售	战略投资	未透露
2022-06-30	酒星计划	电商零售	种子轮	数百万人民币
2022-06-24	蒸汽熊精酿	电商零售	天使轮	数百万人民币
2022-06-01	鲸都鲜酿	电商零售	种子轮	未透露

资料来源：IT桔子、观研天下整理

啤酒有“液体面包”之称，经常饮用有消暑解热、帮助消化、开胃健脾、增进食欲等功能。

我国啤酒行业起步较早，酿酒技术非常成熟，目前国内市场上已经形成寡头垄断格局，五大龙头企业百威亚太、青岛啤酒、雪花啤酒、重庆啤酒以及燕京啤酒合计约占市场八成份额。

，具体来看，我国啤酒行业上市公司有华润啤酒、青岛啤酒、百威亚太、重庆啤酒、燕京啤酒、惠泉啤酒、珠江啤酒、ST西发等。其中百威亚太业务多集中于国内高端啤酒市场。

我国啤酒行业上市企业基本情况	公司简称	成立时间	行业背景	核心竞争力
华润啤酒(00291.HK)	1965-08-05	食品饮料	品牌优势、销量优势	青岛啤酒(600600)
	1995-12-27			啤酒行业

强大的品牌影响力和较高的知名度,食品安全和产品质量,技术领先与品牌形象

百威亚太(01876.HK)	2019-04-10		食品饮料
----------------	------------	--	------

产业优势、公司为按零售额计亚太地区最大啤酒公司	重庆啤酒(600132)	1993-12-20	
-------------------------	--------------	------------	--

啤酒行业	品牌优势和稳定的销售渠道,品牌组合优势	燕京啤酒(000729)	1997-07-08
------	---------------------	--------------	------------

啤酒行业	具有燕京特色的经营模式,开拓市场	惠泉啤酒(600573)	1997-02-04	啤酒行业
------	------------------	--------------	------------	------

品牌优势,质量优势 珠江啤酒(002461) 2002-12-25 啤酒行业
技术+研发优势,成本控制优势,华南地区啤酒行业龙头,或收益于广东“三旧改造”
ST西发(000752) 1997-06-20 啤酒产业
西藏本土品牌,口感美誉度,市场推广及品牌营销优势

资料来源:观研天下整理

从营业收入来看,2023年前三季度我国啤酒行业上市公司营业收入最高的是百威亚太,营业收入为399.4亿,同比增速4.71,其次是青岛啤酒营业收入309.8亿,同比增速6.42%;从归属净利润来看,2023年前三季度的我国啤酒行业上市企业华润啤酒、青岛啤酒、百威亚太、重庆啤酒、燕京啤酒、惠泉啤酒、珠江啤酒均处于盈利状态,反之ST西发则处于亏损,同比增速-24.69%。

2023年前三季度我国啤酒行业上市公司营业收入 公司简称 营业收入 同比增速 归属净利润 同比增速
青岛啤酒(600600) 309.8亿 6.42 49.08亿 15.02
百威亚太(01876.HK) 399.4亿 4.71
62.82亿 -5.41
重庆啤酒(600132) 130.3亿 6.94 13.44亿 13.67
燕京啤酒(000729) 124.2亿 9.66 9.56亿 42.16
惠泉啤酒(600573) 5.908亿 7.65 6401万 30.56
珠江啤酒(002461) 45.51亿 10.71 6.434亿 12.78
ST西发(000752) 2.459亿 14.46 -5337万 -24.69

资料来源:东方财富网、观研天下整理

啤酒按照应用场景划分可分为即饮和非即饮。近些年来,随着我国电商的高速发展,我国啤酒即饮(线下)和非即饮(线上)销售两大渠道逐渐拉开差距,非即饮(线上)销售占比得到提升。数据显示,2022年我国非即饮、即饮销量渠道占比分别为54.6%、45.4%。

数据来源:Euromonitor、观研天下整理

啤酒是于二十世纪初传入中国,属外来酒种,是继水和茶后世界上消耗量排名第三的饮料。当前,我国已经成为了全球最大的啤酒市场之一,并且市场还在不断壮大中。据国家统计局数据显示,2023年1-10月,中国规模以上企业啤酒产量3180.4万千升,同比增长2.2%。从啤酒制造成本构成看,包材成本是成本结构中占比最大的,占52.2%、制造费用18.4%、原料麦芽占11.7%。

数据来源:公开资料、观研天下整理(wss)

注:上述信息仅供参考,具体内容请以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国啤酒行业发展深度研究与投资趋势预测报告(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/202401/685579.html>