

# 2021年中国啤酒行业分析报告- 产业现状与发展机会预测

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《2021年中国啤酒行业分析报告-产业现状与发展机会预测》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/545622545622.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

我国啤酒行业产业链上游为包括粮谷、啤酒花、淀粉、酵母等在内的原材料。我国小麦产量保持增长，啤酒行业所需小麦原材料供应较为稳定。

根据数据显示，我国小麦产量由2018年的13144.05万吨增长至2020年的13425万吨，预计2021年将达到13490.37万吨。

2018-2021年我国小麦产量及预测 数据来源：观研天下整理

现阶段，我国啤酒行业产业链上游代表企业包括新疆啤酒花股份有限公司、保龄宝、登海种业、梅花生物等。

我国啤酒行业产业链上游代表企业优势分析

类别

企业名称

优势分析

啤酒花

新疆啤酒花股份有限公司

新疆特色资源的优势：公司充分发挥新疆特色资源的优势，面向世界各地出口公司的各类产品以及蕃茄酱、干酪素、香梨、哈密瓜等新疆特色产品；并进口啤酒大麦、化肥、钢材等产品，大力拓展国际市场，参与国际市场的竞争，在竞争中不断壮大和提升自己。

先进水平生产线：全国最大的啤酒原料供应商之一：从德国普罗斯特公司引进了亚洲仅有的具有世界先进水平的“智能型”酒花颗粒生产线，生产能力跃居世界第二；公司年啤酒花加工能力5000多吨；本项目先后被纳入国家中西部优势工程、自治区培育特色名牌产品导向目录、国家重点技改工程。

淀粉

保龄宝

创新体系：建有国家认定企业技术中心、国家糖工程研究中心、国家地方联合工程实验室等科研平台，设有博士后工作站，构建形成了“创意、创新、创造、创领、创客”五位一体的创新体系。

产业链条覆盖：公司立足现货业务开发金融属性，立足实体平台开发资本属性，立足核心业务开发产业属性。通过合资合作和业务扩展，产业链条已覆盖生物制造、特医保健食品、金融、进出口、饲料、检测服务等多个领域。

登海种业

致力高产栽培研究工作：公司长期致力于玉米育种与高产栽培研究工作，在国内率先开展紧凑型玉米育种，以一年三至四代的育种速度开辟着中国玉米育种的创新事业，总结出“紧凑型+高配合力”的玉米育种理论。现已选育出100多个紧凑型玉米杂交种，其中43个通过审定，获得7项发明专利和38项植物新品种权。

自主创新：公司是杂交玉米种子的龙头企业，在中国国内玉米种子生产规模中处领先水平。在自主创新领域有得天独厚的优势。公司具备雄厚的杂交玉米育种能力，公司新育成超级玉米新品种“登海超试1号”(DH3719)达到亩产1402公斤，将世界夏玉米单产纪录提高近28%。

酵母

梅花生物

完整的产业链和配套设施：梅花集团拥有生物发酵行业中较完整的产业链和配套设施，通过全系列的研、产、供、销服务，灵活满足全球不同客户的差异化需求以及快速创新的追求，专注于打造生物发酵和生物制药的高端产业平台。2018年实现营业收入126亿，净利润10亿，总资产近200亿，拥有1.1万员工，目前已完成河北、内蒙、新疆、吉林、山西等多区域布局。

广东佳隆食品股份有限公司

产品更新：在产品开发方面，公司坚持以市场需求为出发点，以科技进步为先导，不断推陈出新。目前品种达30多种，具有特色的是“佳隆”牌鸡粉、鸡精、鸡汁；“家丰”牌鸡粉；“佳隆”牌玉米粳；“佳隆”牌EAS芥辣和狮球吉士粉。数据来源：观研天下整理

我国啤酒行业产业链中游为啤酒厂商。近年来，啤酒所需原材料啤酒花价格呈上升趋势，使得啤酒行业成本上涨明显，啤酒行业薄利多销的模式受到较大挑战，小微啤酒生产厂难以平抑成本端压力，大企业虽有一定的成本优势，但产量仍然有所下滑。

根据数据显示，我国啤酒花价格由2016年的29351元/吨增长至2020年的30767元/吨，预计2021年将达到31075元/吨。

2016-2021年我国啤酒花价格及预测 数据来源：观研天下整理

根据数据显示，我国啤酒产量由2016年的4506.4万千升下降至2020年的3411.1万千升。

2016-2020年我国啤酒产量 数据来源：观研天下整理

现阶段，我国啤酒行业产业链中游代表厂商包括青岛啤酒、百威啤酒、雪花啤酒、燕京啤酒等。

我国啤酒行业产业链中游代表企业优势分析

企业名称

优势分析

青岛啤酒

销售网路覆盖全球：青岛啤酒远销美国、日本、德国、法国、英国、意大利、加拿大、巴西、墨西哥等世界70多个国家和地区。全球啤酒行业权威报告Barth Report依据产量排名，青岛啤酒为世界第五大啤酒厂商。

品牌优势：青岛啤酒几乎囊括了1949年新中国成立以来所举办的啤酒质量评比的所有金奖，并在世界各地举办的国际评比大赛中多次荣获金奖。

百威啤酒

**传统发酵工艺：**在发酵过程中，又使用数百年传统的山毛榉木发酵工艺，使啤酒格外清爽。百年发展中一直以其纯正的口感，过硬的质量赢得了全世界消费者的青睐，成为世界最畅销、销量最多的啤酒，长久以来被誉为是“啤酒之王”。

**酒厂遍布全国：**全国拥有超过30个酒厂，遍布12个省：

黑龙江、吉林、辽宁、福建、江西、广东、江苏、浙江、湖南、湖北、四川 品牌：  
百威、哈尔滨、雪津、红石梁、双鹿、KK、金陵、白沙、金龙泉

中国雇员总数近三万五千名

#### 雪花啤酒

**产销量领先：**2013年华润雪花啤酒销量达到1172万千升，公司总产销量连续八年遥遥领先国内其他啤酒企业。2013年雪花啤酒品牌销量达到1062万千升，连续九年全国第一，成为中国首个销量超千万千升的啤酒品牌，巩固了其作为全球领先啤酒品牌的地位。

#### 燕京啤酒

**坚持创新：**燕京啤酒将继续保持快速、稳定、健康的发展，坚持观念创新、机制创新、管理创新、科技创新、产品创新和市场创新。坚持从四个方面做强：一是把工艺、技术装备水平做强，使之达到国际先进水平。二是把品牌做强，使燕京成为世界啤酒行业的国际知名品牌。三是把市场网络做强，掌握竞争中的主动权。四是把经济实力做强，每年资本积累2亿元以上，是企业发展注入强大的资本动力和资本保障。燕京啤酒发展将坚持“发展民族工业，争创国际知名品牌”的信念，积极参与国际市场竞争。

#### 珠江啤酒

**研制能力强：**珠江啤酒拥有9家高新技术企业，拥有国家认定企业技术中心、博士后科研工作站、国家认可实验室，20多项技术填补国内空白，率先研制推出我国第一瓶纯生啤酒和白啤酒，是全国轻工行业先进集团、中国酿酒行业十强企业。

**工厂智能升级：**实施工厂智能升级，建成中国啤酒行业首个全自动立体仓库，仓储运作效率提升5倍，空间利用率提高4倍；依托立体仓库，塑造以工业4.0为核心的供应链系统，成为国家商务部首批商贸物流标准化试点企业；实施柔性化生产项目，首创中国啤酒行业柔性制造方案，建成国内行业首条智能柔性生产线，实现不同包装形式产品一体化、智能化生产，小批量产品生产效率提升30%，达国际先进水平。

**创新型商业模式：**推进精酿啤酒生产线及体验门店建设项目，建成年产2000吨“前店后厂”模式的总部精酿啤酒体验中心，提升高端市场供给能力。

#### 哈尔滨啤酒

**销售网络覆盖全球：**哈尔滨啤酒销往除西藏以外的全国其他省区，并远销英国、美国、俄罗斯、日本、韩国、新加坡等30多个国家和地区。

**品牌优势：**哈尔滨啤酒现有30多个中高档产品品种。如“中国公认名牌”、“黑龙江省首届啤酒精品”、“97消费者心中十佳理想品牌”、“国家名牌产品”、“97中国首届名优商品博览会金奖”、“哈尔滨市民最喜爱的商品”第一名等荣誉称号。1998年，哈尔滨啤酒有限公司被评为哈尔

滨市十佳企业。2000年哈尔滨啤酒有限公司的“哈尔滨牌”注册商标被认定为哈尔滨市著名商标。2001年哈尔滨啤酒有限公司的哈尔滨超干啤酒、哈尔滨牌10度金哈啤、哈尔滨牌11度超干精制啤酒（绿色2000）、哈尔滨10.2度超鲜啤酒被认定为绿色食品。2002年哈尔滨啤酒有限公司生产出具有高科技含量产品“一品纯生”。数据来源：观研天下整理

我国啤酒行业产业链下游为消费场所。家是最大的啤酒消费场所。根据数据显示，77%的消费者表示过去四周内在家里喝过啤酒，大大高于餐厅（56%）和酒吧（25%）的比例。我国消费者啤酒消费场所占比情况 数据来源：观研天下整理

我国啤酒行业产业链下游消费场所消费优势分析 数据来源：观研天下整理（zlj）

观研报告网发布的《2021年中国啤酒行业分析报告-产业现状与发展机会预测》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。

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 2017-2021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、啤酒行业基本情况介绍

## 三、啤酒行业发展特点分析

## 四、啤酒行业经营模式

### 1、生产模式

### 2、采购模式

### 3、销售模式

## 五、啤酒行业需求主体分析

## 第二节 中国啤酒行业上下游产业链分析

### 一、产业链模型原理介绍

### 二、啤酒行业产业链条分析

### 三、产业链运行机制

#### (1) 沟通协调机制

#### (2) 风险分配机制

#### (3) 竞争协调机制

### 四、中国啤酒行业产业链环节分析

#### 1、上游产业

#### 2、下游产业

## 第三节 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

## 第四节 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

## 第五节 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

## 第二章 2017-2021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 2021-2026年世界啤酒行业分布走势预测
- 第七节 2021-2026年全球啤酒行业市场规模预测

### 第三章 中国啤酒产业发展环境分析

#### 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、全社会消费品啤酒总额
- 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 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

#### 第三节 中国啤酒产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

### 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

### 1、行业技术发展现状

### 2、行业技术专利情况

### 3、技术发展趋势分析

## 三、行业发展特点分析

### 第二节 中国啤酒行业市场规模分析

### 第三节 中国啤酒行业供应情况分析

### 第四节 中国啤酒行业需求情况分析

### 第五节 我国啤酒行业进出口形势分析

#### 1、进口形势分析

#### 2、出口形势分析

#### 3、进出口价格对比分析

### 第六节、我国啤酒行业细分市场分析

#### 1、细分市场一

#### 2、细分市场二

#### 3、其它细分市场

### 第七节 中国啤酒行业供需平衡分析

### 第八节 中国啤酒行业发展趋势分析

## 第五章 中国啤酒所属行业运行数据监测

### 第一节 中国啤酒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

## 第六章 2017-2021年中国啤酒市场格局分析

### 第一节 中国啤酒行业竞争现状分析

#### 一、中国啤酒行业竞争情况分析

#### 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 中国啤酒行业存在的问题

### 第四节 中国啤酒行业解决问题的策略分析

### 第五节 中国啤酒行业钻石模型分析

#### 一、生产要素

#### 二、需求条件

#### 三、支援与相关产业

#### 四、企业战略、结构与竞争状态

#### 五、政府的作用

## 第七章 2017-2021年中国啤酒行业需求特点与动态分析

### 第一节 中国啤酒行业消费市场动态情况

### 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、渠道因素

#### 四、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、中国啤酒行业价格影响因素

#### 二、中国啤酒行业平均价格走势预测

#### 三、中国啤酒行业平均价格增速预测

## 第八章 2017-2021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布

#### 第二节 中国华东地区啤酒市场分析

##### 一、华东地区概述

##### 二、华东地区经济环境分析

##### 三、华东地区啤酒市场规模分析

##### 四、华东地区啤酒市场规模预测

#### 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、华中地区啤酒市场规模分析

##### 四、华中地区啤酒市场规模预测

#### 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、华南地区啤酒市场规模分析

##### 四、华南地区啤酒市场规模预测

## 第九章 2017-2021年中国啤酒行业竞争情况

### 第一节 中国啤酒行业竞争结构分析（波特五力模型）

#### 一、现有企业间竞争

#### 二、潜在进入者分析

#### 三、替代品威胁分析

#### 四、供应商议价能力

#### 五、客户议价能力

### 第二节 中国啤酒行业SCP分析

#### 一、理论介绍

#### 二、SCP范式

#### 三、SCP分析框架

### 第三节 中国啤酒行业竞争环境分析（PEST）

#### 一、政策环境

#### 二、经济环境

#### 三、社会环境

#### 四、技术环境

## 第十章 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、公司优劣势分析

### 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、公司优劣势分析

### 第四节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

#### 四、公司优劣势分析

### 第五节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

#### 四、公司优劣势分析

## 第十一章 2021-2026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 中国啤酒行业市场发展预测
  - 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
  - 一、中国啤酒行业毛利润同比增速预测
  - 二、中国啤酒行业利润总额同比增速预测

## 第十二章 2021-2026年中国啤酒行业投资风险与营销分析

### 第一节 啤酒行业投资风险分析

- 一、啤酒行业政策风险分析
- 二、啤酒行业技术风险分析
- 三、啤酒行业竞争风险分析
- 四、啤酒行业其他风险分析

### 第二节 啤酒行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

## 第十三章 2021-2026年中国啤酒行业发展战略及规划建议

### 第一节 中国啤酒行业品牌战略分析

- 一、啤酒企业品牌的重要性
- 二、啤酒企业实施品牌战略的意义
- 三、啤酒企业品牌的现状分析
- 四、啤酒企业的品牌战略
- 五、啤酒品牌战略管理的策略

### 第二节 中国啤酒行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户

- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

### 第三节 中国啤酒行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

## 第十四章 2021-2026年中国啤酒行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国啤酒行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

### 第二节 中国啤酒行业营销渠道策略

- 一、啤酒行业渠道选择策略
- 二、啤酒行业营销策略

### 第三节 中国啤酒行业价格策略

### 第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国啤酒行业重点投资区域分析
- 二、中国啤酒行业重点投资产品分析

图表详见报告正文 . . . . .

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiulei/545622545622.html>