

2021年中国啤酒市场分析报告- 市场规模现状与发展趋势分析

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《2021年中国啤酒市场分析报告-市场规模现状与发展趋势分析》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/536165536165.html>

报告价格：电子版: 7800元 纸介版：7800元 电子和纸介版: 8000

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 高老师

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

啤酒是以小麦芽和大麦芽为主要原料，并加啤酒花，经酵母发酵作用酿制而成的富含二氧化碳的低酒精饮料。根据麦汁浓度、生产方式、色泽等多个划分方式，啤酒可分为多种品类，例如按照酵母不同分类，啤酒可分为艾尔啤酒（精酿啤酒）和拉格啤酒（工业啤酒）。

。

啤酒分类

分类依据

具体分类

释义

按照是否杀菌分类

鲜啤酒

不经巴氏灭菌或瞬时高温灭菌的新鲜啤酒，存放时间较短

熟啤酒

经过巴氏灭菌或瞬时高温灭菌的啤酒，口味稍差，保质期长

纯生啤酒

采用物理方法进行无菌过滤，产品稳定性好，保质期可长达半年以上

按照酵母不同分类

艾尔啤酒（精酿啤酒）

采用“上面酵母”发酵而成，酵母会在麦汁顶端进行发酵，发酵时间较长

拉格啤酒（工业啤酒）

采用“下面酵母”发酵而成，酵母会在麦汁低端进行发酵，发酵时间较短

按照麦汁浓度浓度分类

低浓度

原麦芽汁浓度为6-8°P，酒精含量为2%左右

中浓度

原麦芽汁浓度为10-12°P，酒精含量为3.5%左右

高浓度

原麦芽汁浓度为14-20°P，酒精含量为4.9-5.6%左右

按照颜色分类

淡色啤酒

淡黄、金黄或棕黄色，淡黄清透明亮、金黄香气突出、棕黄略带焦香

浓色啤酒

红棕或红褐色，麦芽香味突出，口味醇厚

黑色啤酒

深红褐色或黑褐色，口味浓醇，泡沫细腻

根据包装容器分类

瓶装啤酒

材料多为玻璃，多数为熟啤酒

罐装啤酒

材料多为铝合金或者马口铁，多数为熟啤酒，罐装啤酒体轻、携带方便

桶装啤酒

木桶、铝桶、塑料桶等多种类型，有时也称“扎啤”，多为不杀菌或瞬时杀菌的生啤酒资料来源：公开资料

2015-2020年我国啤酒产量逐年下降，2020年的产量同比下降7.04%至3411.11万千升。同期，我国啤酒行业销售收入也逐年降低，2020年的销售收入为1468.94亿元，同比下降6.12%。

2015-2020年我国啤酒产量 数据来源：中国酒业协会

2015-2020年我国啤酒行业销售收入 数据来源：中国酒业协会

一、供应商的议价能力

啤酒是以发芽大麦（麦芽）为主要原料酿造的一类饮料，但包装物在啤酒公司出厂成本中的占比极高。在中国啤酒企业的出厂成本中，食物原料如麦芽、大米的成本占比各约11.6%、4.6%，包装物如玻璃瓶、易拉罐、纸箱等成本占比达50%。

啤酒成本构成 数据来源：公开资料

考虑到制造成本为固定成本，虽然国内大麦的价格为农业部指导价格，波动不大，但进口大麦价格的波动因素较多，因此包装物和大麦的价格变动将对国内啤酒企业的出厂成本影响很大。但另一方面，鉴于瓦楞纸和大麦的来源广泛，因此上游供应商议价能力对啤酒商而言为弱。

2015-2020年中国大麦进口均价 数据来源：海关总署

2019年4月-2021年2月我国瓦楞纸价格走势 数据来源：公开资料

二、购买者的议价能力

啤酒需求方面，我国是全球啤酒消费大国，自2013年消费需求到顶后，国内啤酒销量呈波动震荡下滑态势，2019年啤酒总消费量为3796.3万千升，同比增长0.8%。虽然我国啤酒需求量较大，但现阶段国产啤酒的单瓶销售价格低，大多集中在3-5元区间，因此啤酒消费支出在居民消费支出中的占比极低，也就是说下游消费者对啤酒的价格变动敏感性并不高，议价能力低。

2014-2019年我国啤酒市场消费量 数据来源：公开资料

2014-2019年我国啤酒市场销售均价变化 数据来源：公开资料

三、新进入者的威胁

啤酒属于舶来品，除了国外啤酒品牌涌入中国外，国内各路资本也竞相进入啤酒行业

，啤酒格局开始发生变化，新改扩建项目不断，行业竞争愈发激烈。直到2014年啤酒行业竞争格局趋于稳定，市场份额基本被五家企业所瓜分。但因啤酒行业仍有较可观的利润空间，依然吸引着新企业入局，但威胁性较小。

2019年我国各类酒业利润增长率 数据来源：公开资料

2015-2019年我国啤酒相关企业注册量 数据来源：企查查

四、替代品的威胁

啤酒的酒精度数较低，从理论而言，任何低度酒精饮品均可称为啤酒的替代品，但是啤酒更能契合中国人的餐桌文化，因此，虽然近几年在一些场合出现葡萄酒、黄酒替代啤酒的情况，但是，未来较长时间内，除白酒外的其他酒精饮料对啤酒的替代威胁尚不算大。

2019年我国酒类行业销售收入构成 数据来源：公开资料

五、同业竞争者的竞争程度

经过多年的发展，我国啤酒行业集中度逐年提高，目前市场已经形成了五家企业鼎立的竞争格局，CR5的销量市占率从2010年的57%升至2020年的85%。

2010-2020年我国啤酒行业CR5销量市占率 数据来源：公开资料（TC）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国啤酒市场分析报告-市场规模现状与发展趋势分析》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。

它是业内企业、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。

【报告大纲】

第一章 2017-2020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 2017-2020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

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 我国啤酒行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

三、其它细分市场

第六节 中国啤酒行业供需平衡分析

第七节 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 2017-2020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 2017-2020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 2017-2020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 2017-2020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

第四节 啤酒行业竞争力提升策略

- 一、啤酒行业产品差异性策略
- 二、啤酒行业个性化服务策略
- 三、啤酒行业的促销宣传策略
- 四、啤酒行业信息智能化策略
- 五、啤酒行业品牌化建设策略
- 六、啤酒行业专业化治理策略

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/536165536165.html>