

中国啤酒行业发展趋势分析与未来前景预测报告 (2025-2032)

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《中国啤酒行业发展趋势分析与未来前景预测报告（2025-2032）》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/202506/756445.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: sales@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

一、啤酒传统渠道销量面临压力，即时零售成为增长新引擎

啤酒是一种酒精饮料，以小麦芽和大麦芽为主要原料，加入啤酒花，经过液态糊化和糖化，再经过液态发酵酿制而成。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。其中，低分子糖和氨基酸很易被消化吸收，在体内产生大量热能，因此往往啤酒被人们称为“液体面包”。

近年来，国内主流公司啤酒销量基本保持平稳，2018-2024年青岛啤酒、燕京啤酒、珠江啤酒销量 CAGR 分别为-1.0%、+0.4%、+2.5%。啤酒销量面临传统渠道压力。过去啤酒消费场景主要集中在餐饮、夜店、聚会等，2024年国内餐饮行业低迷，闭店率激增至40%，导致啤酒即饮渠道消费减少，KTV等场所的消费降低，也影响了啤酒的销售。市场消费主体的转变以及线上化、智能化等新消费趋势的发展，推动啤酒消费场景悄然生变，音乐节、露营地、室内小酌等与情绪、氛围相关的场景，对啤酒的需求正蓬勃兴起，为啤酒销售市场注入新活力。

数据来源：观研天下数据中心整理

即时零售成为新引擎，多家啤酒企业在渠道端做足准备。如2025年3月华润雪花啤酒（中国）有限公司与美团旗下的酒水即时零售品牌歪马送酒达成2025年T2T（交易体对交易体）战略合作。双方成立联合项目组，开发即时零售专属精酿，并引入高端线产品，冷链锁鲜直达。酒水专营点以闪电仓模式30分钟急速配送，瞄准电竞、露营、夜市等场景，为消费者提供定制化产品服务。

二、啤酒主流企业平均单价整体呈上升趋势，高端啤酒和精酿啤酒产量将持续增加

即时零售渠道在啤酒销售市场的深入渗透，将确保精酿啤酒等优质产品在旺季也能高效送达消费者，推动啤酒行业消费持续升级。

数据显示，2019 -2024 年国内主流啤酒企业（百威亚太、重庆啤酒、青岛啤酒、燕京啤酒和华润啤酒）平均单价整体呈上升趋势，2024 年较 2019 年上涨 13.3%。从具体企业看，2024年百威亚太及重庆啤酒单价维持在较高水平，分别达到 5293元/千升以及 4763 元/千升，华润啤酒及燕京啤酒单价相对较低，提升空间广阔。

数据来源：观研天下数据中心整理

数据来源：观研天下数据中心整理

国内啤酒产量自2013年以来不断下滑，随着消费升级的持续推进，虽然总体啤酒产量短期内不会出现大规模的爆发式增长，但高端啤酒和精酿啤酒的产量有望持续增加。数据显示，

目前与精酿相关的企业数量已达约1.3万家，其中六成以上在近五年内成立。近三年来，精酿啤酒相关企业新增数量分别为约1700家、2200家和3100家，增长势头迅猛。在市场上，胖东来精酿、金星“信阳毛尖”精酿等品牌成功引起了市场的广泛关注。

数据来源：观研天下数据中心整理

三、市场竞争激烈，2024年国内啤酒头部企业利润普遍显著下滑，未来有望迎成本下行红利

青岛啤酒、燕京啤酒、华润啤酒、重庆啤酒、珠江啤酒和百威啤酒等主流企业在啤酒业务上各有千秋，市场竞争激烈。啤酒行业正面临着前所未有的挑战，2024年头部企业利润普遍呈现显著下滑趋势，其中百威亚太利润约为51.91亿元，较上年下滑14.8%；华润啤酒净利润为47.39亿元，下滑幅度为8.0%；重庆啤酒净利润为22.49亿元，同比下滑更是高达17.1%。

。主流啤酒企业简介重点企业简介青岛啤酒股份有限公司青岛啤酒拥有丰富的产品系列，涵盖了不同的口味、酒精度数和包装形式。其经典的青岛啤酒产品，以浓郁的麦芽香气、清爽的口感和细腻的泡沫而闻名。此外，还有全麦白啤，采用独特的酿造工艺，具有浓郁的果香和丁香花的香气，泡沫丰富且持久，受到消费者喜爱。在高端产品方面，推出了奥古特、鸿运当头等产品。奥古特选用优质大麦和啤酒花，传承经典酿造工艺，酒液清澈透明，口感醇厚；鸿运当头则在包装设计上独具特色，适合作为礼品酒，在节假日等特殊时期销量可观。

北京燕京啤酒股份有限公司燕京啤酒的产品种类丰富多样，包括普通燕京啤酒、燕京鲜啤等。燕京鲜啤以新鲜、口感清爽为特色，强调短保质期内的新鲜饮用体验，在当地市场尤其是华北地区具有较高的人气。还推出了一些特色产品，如燕京白啤，其口感醇厚，带有果香和酯香，与传统燕京啤酒形成差异化竞争。此外，针对不同消费群体和市场需求，开发了不同包装规格和酒精度数的产品。

华润啤酒(控股)有限公司华润啤酒旗下拥有多个品牌和产品系列，雪花啤酒是其核心品牌。雪花啤酒有众多产品品类，如勇闯天涯系列，以其清爽的口感和广泛的市场推广，成为深受消费者喜爱的大众啤酒产品。此外，还有雪花纯生，采用纯生工艺酿造，口感新鲜、纯净，在中高端市场有一定份额。

重庆啤酒股份有限公司重庆啤酒拥有多种产品，其中具有重庆本地特色的产品备受关注。例如山城啤酒是重庆本地消费者喜爱的传统啤酒，口感浓郁，带有独特的地方风味，在西南地区有深厚的消费者基础。此外，重庆啤酒也推出了一些高端和特色产品，如重庆啤酒国宾系列，包装精美，口感醇厚，适合中高端消费场景。

广州珠江啤酒股份有限公司珠江啤酒的主打产品珠江纯生以纯生工艺酿造而闻名，具有口感新鲜、爽口的特点。其采用特殊的酿造技术，减少了啤酒中的杂质和异味，保留了更多的营养成分，深受广大消费者喜爱。此外，珠江啤酒还推出了珠江经典系列，口感醇厚，麦芽香气浓郁，是珠江啤酒传统风格的代表产品。

百威(佛山)啤酒有限公司百威啤酒拥有丰富的高端产品系列。百威经典款，以其优质的原料、精湛的酿造工艺和浓郁的口感成为高端啤酒的代表。其采用进口的优质大麦、啤酒花，经

过长时间的低温发酵，使啤酒具有细腻的泡沫、醇厚的口感和独特的香气。此外，百威还推出了百威金尊、百威大师臻藏等高端产品，在包装设计、原料选用和酿造工艺上更加精益求精，针对高端消费群体。

资料来源：观研天下整理

数据来源：观研天下数据中心整理

数据来源：观研天下数据中心整理

啤酒上游商品价格波动对啤酒企业毛利率影响较大。啤酒行业中包材成本（玻璃、铝锭、瓦楞纸等）占比最大，高达52.2%，其次为制造费用 18.4%，以及原料麦芽 11.7%。

数据来源：观研天下数据中心整理

2020年以来啤酒主要原材料价格普遍呈现上涨趋势，2022 年 12 月进口大麦单价到达阶段性高点 410 美元/吨，但随着澳麦“双反”政策取消，进口大麦价格持续下降，2025 年 4 月均价 254 美元/吨，同比下降 6.9%；啤酒包材中除铝锭外，瓦楞纸、玻璃的价格也普遍于 2021-2022 年后上涨至高点后有所回落。未来，随着啤酒原材料价格回落，啤酒企业有望迎成本下行红利。

数据来源：观研天下数据中心整理（zlj）

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《中国啤酒行业发展趋势分析与未来前景预测报告（2025-2032）》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：

【第一部分 行业定义与监管】

第一章 2020-2024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 中国 啤酒 行业监管分析

第一节 中国 啤酒 行业监管制度分析

一、 行业主要监管体制

二、 行业准入制度

第二节 中国 啤酒 行业政策法规

一、 行业主要政策法规

二、 主要行业标准分析

第三节 国内监管与政策对 啤酒 行业的影响分析

【第二部分 行业环境与全球市场】

第三章 2020-2024年中国 啤酒 行业发展环境分析

第一节 中国宏观环境与对 啤酒 行业的影响分析

一、 中国宏观经济环境

二、 中国宏观经济环境对 啤酒 行业的影响分析

第二节 中国社会环境与对 啤酒 行业的影响分析

第三节 中国对磷矿石易环境与对 啤酒 行业的影响分析

第四节 中国 啤酒 行业投资环境分析

第五节	中国	啤酒	行业技术环境分析		
第六节	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		
第七节	中国	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		
第四章	2020-2024年全球	啤酒	行业发展现状分析		
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	啤酒	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	2025-2032年全球	啤酒	行业分	啤酒	走势预测
第七节	2025-2032年全球	啤酒	行业市场规模预测		
【第三部分 国内现状与企业案例】					
第五章	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
第六节 中国 啤酒	行业存在的问题与解决策略分析
第六章 中国 啤酒	行业产业链及细分市场分析
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 中国 啤酒	行业细分市场分析
一、细分市场一	
二、细分市场二	
第七章 2020-2024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

第八章 2020-2024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、SWOT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

第九章 2020-2024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 2025-2032年中国 啤酒	行业价格影响因素与走势预测
第十章 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	
第十一章 2020-2024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	
第九节	2025-2032年中国	啤酒	行业市场规模区域分布 预测
第十二章	啤酒	行业企业分析（随数据更新可能有调整）	
第一节	企业一		
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	企业二		
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		
第三节	企业三		
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		
第四节	企业四		
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

第五节 企业五

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

第六节 企业六

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

第七节 企业七

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

第八节 企业八

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

第九节 企业九

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

第十节 企业十

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

【第四部分 展望、结论与建议】

第一节 中国 啤酒	行业未来发展前景分析
一、中国 啤酒	行业市场机会分析
二、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
第十四章 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、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	行业品牌营销策略分析
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	行业推广策略
第四节 观研天下分析师投资建议	

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202506/756445.html>