

2022年中国精酿啤酒市场分析报告- 产业营销环境与发展规划研究

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《2022年中国精酿啤酒市场分析报告-产业营销环境与发展规划研究》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/202201/567509.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

精酿啤酒并非起源于美国，但美国成为全球“精酿运动”的领导者，除了美国的市场与文化土壤，美国酿酒师协会(Brewers Association, BA)作为行业协会起到了重要的推动与保护作用。

一、精酿啤酒行业问题以及策略

目前我国对小微啤酒厂的政策，套用国有大啤酒厂的标准。精酿在我国发展时间短，初期以酒吧自酿、啤酒屋自酿、家庭自酿等形态存在，想要完成市场化，面临资金投入、达到国家标准取得生产许可证等瓶颈。寻求“代工模式”，由于工业啤酒与精酿啤酒在生产设备、酿造工艺方面的差异，也难以满足精酿生产的需求。按照我国相关规定，有活酵母残留的啤酒鲜啤酒，保质期不能超过一个月。大部分精酿啤酒由于不过滤，不使用巴氏消毒法消毒，以此保证新鲜度和适口感及丰富的营养成分，较短的货架期无法满足商家与终端的需求。国家没有相关政策、标准来促进精酿啤酒的发展，在工业啤酒负增长的情况下，进口啤酒爆发式增长，填补了中国市场上对高端啤酒的需求。

精酿啤酒要实现良性发展，需要国家政策与标准的出台与引导，像美国酿酒师协会一样，成为小微啤酒厂与政策之间的桥梁。

与此同时，目前，属于纯粹民间组织的“家酿、自酿协会”蓬勃发展，但基本上属于家酿爱好者的圈子，仅限于基本的精酿知识与文化普及，以及自酿经验交流，处于“自娱自乐”阶段。

中国精酿啤酒协会属于草根民间组织，聚集了一些精酿品牌与领军人物，为在我国普及精酿知识、传播精酿文化、创造多样性精酿产品、组织精酿啤酒大奖赛等方面，做出了积极努力与探索，在这些“布道者”的努力下，让更多中国人了解了精酿啤酒。但是，在推动国家政策、标准制定方面，显然力不从心。

中国酒业协会啤酒分会，对精酿啤酒的发展也很关注，并表示要在标准方面加以推进，以便对众多小微啤酒厂、啤酒屋、酒吧进行管理，近期可能出台相关标准。

2016年9月成立的“中国轻工机械协会精酿啤酒技术及设备专业委员会”，被精酿业内人士视为“国家队”，并寄希望于国家队的入场，对行业进行约束与规范，包括小微啤酒厂入市的法律法规方面的起草与制定，对行业发展起到积极促进作用。

二、精酿啤酒行业市场发展预测

随着行业产业化进程不断加速，精酿啤酒行业的生产能力和价值呈现不断增长值的趋势，预计到2027年中国精酿啤酒行业产值规模将达到784.7亿元。

资料来源：观研天下数据中心整理

随着精酿啤酒产业化相关的政策落实以及市场的发展，我国精酿啤酒行业的市场规模仍将保持持续增长，预计到2027年达到609.4亿元。

资料来源：观研天下数据中心整理（WW）

三、精酿啤酒行业市场机会分析

（1）生活方式的转变

中国消费者更加注重健康的饮食习惯，生活方式的转变加快了啤酒替代白酒等其他酒精饮料的趋势，使啤酒市场出现快速上升的势头。

（2）消费结构的升级

消费升级浪潮的到来催生了熟啤酒市场的扩张，使精酿啤酒产品的品种结构继续优化。

（3）环保的严格要求

目前节能减排成为国家宏观调控的重点，国家加大对啤酒行业的污染控制将加速行业汰弱留强，促使企业走循环经济模式，降低污染物排放，实现可持续发展。

观研报告网发布的《2022年中国精酿啤酒市场分析报告-产业营销环境与发展规划研究》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、精酿啤酒行业基本情况介绍
- 三、精酿啤酒行业发展特点分析
- 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 中国精酿啤酒行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、精酿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、中国精酿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

第四节 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

第五节 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 2022-2027年世界精酿啤酒行业分布走势预测

第七节 2022-2027年全球精酿啤酒行业市场规模预测

第三章 中国精酿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 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

第三节 中国精酿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

第三节 中国精酿啤酒行业供应情况分析

第四节 中国精酿啤酒行业需求情况分析

第五节 我国精酿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

第六节 中国精酿啤酒行业供需平衡分析

第七节 中国精酿啤酒行业发展趋势分析

第五章 中国精酿啤酒所属行业运行数据监测

第一节 中国精酿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 中国精酿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 中国精酿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 2018-2022年中国精酿啤酒市场格局分析

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情况分析

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

第五节 中国精酿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 中国精酿啤酒行业消费市场动态情况

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、渠道因素

四、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、中国精酿啤酒行业价格影响因素

二、中国精酿啤酒行业平均价格走势预测

三、中国精酿啤酒行业平均价格增速预测

第八章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布

第二节 中国华东地区精酿啤酒市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区精酿啤酒市场规模分析
- 四、华东地区精酿啤酒市场规模预测
- 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、华中地区精酿啤酒市场规模分析
 - 四、华中地区精酿啤酒市场规模预测
- 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、华南地区精酿啤酒市场规模分析
 - 四、华南地区精酿啤酒市场规模预测
- 第五节 华北地区精酿啤酒市场分析
 - 一、华北地区概述
 - 二、华北地区经济环境分析
 - 三、华北地区精酿啤酒市场规模分析
 - 四、华北地区精酿啤酒市场规模预测
- 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、东北地区精酿啤酒市场规模分析
 - 四、东北地区精酿啤酒市场规模预测
- 第七节 西部地区市场分析
 - 一、西部地区概述
 - 二、西部地区经济环境分析
 - 三、西部地区精酿啤酒市场规模分析
 - 四、西部地区精酿啤酒市场规模预测

第九章2018-2022年中国精酿啤酒行业竞争情况

- 第一节 中国精酿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 中国精酿啤酒行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国精酿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 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2022-2027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 中国精酿啤酒行业市场发展预测

- 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

- 一、中国精酿啤酒行业毛利润同比增速预测
- 二、中国精酿啤酒行业利润总额同比增速预测

第十二章2022-2027年中国精酿啤酒行业投资风险与营销分析

第一节 精酿啤酒行业投资风险分析

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

第二节 精酿啤酒行业应对策略

- 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2022-2027年中国精酿啤酒行业发展战略及规划建议

第一节 中国精酿啤酒行业品牌战略分析

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

第二节 中国精酿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 中国精酿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2022-2027年中国精酿啤酒行业发展策略及投资建议

第一节 中国精酿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 中国精酿啤酒行业营销渠道策略

- 一、精酿啤酒行业渠道选择策略
- 二、精酿啤酒行业营销策略

第三节 中国精酿啤酒行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国精酿啤酒行业重点投资区域分析

二、中国精酿啤酒行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202201/567509.html>