

# 2021年中国精酿市场分析报告- 市场供需现状与发展战略规划

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年中国精酿市场分析报告-市场供需现状与发展战略规划》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/537760537760.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

精酿是啤酒细分的一个种类，是区别于“工业啤酒”的称号。根据美国酿造者协会的定义，精酿具备规模小、独立、传统等特征。规模小：年产量不多于600万桶（约70.2吨）。独立：非精酿酿造者或公司机构的股份占比不超过25%。传统：大部分的风味都必须从传统或者创新的原料与发酵工艺中获得。

精酿特征 数据来源：公开资料整理

我国自主的啤酒工业起源于1904年，自酿啤酒较长的时间内都是以小作坊或酒吧的形式销售。随后热度提升，我国出现本土精酿品牌，而精酿这一概念作为舶来品也在2018年被啤酒行业相关组织给予新的官方定义，即“工坊啤酒”。

我国精酿行业发展历程

发展阶段

时间

具体情况

精酿啤酒萌芽阶段

1904年-1969年

1904年，中国在哈尔滨开办第一家自建的啤酒厂—东北三省啤酒厂

东北三省啤酒厂是哈尔滨啤酒厂的前身，正式标志着中国开始发展自己的啤酒工业,这一时期的啤酒多为工业啤酒，规模小的“自酿”啤酒并不常见

精酿啤酒成长阶段

1970年-2007年

1970年，英国人提出精酿酒厂(Microbrewry)的概念，泛指小型且产能有限的酒厂，注重多元化,有着传统和创新并进的酿酒精神。精酿概念的提出,是为了将其独立出来,更好地发展和保护精酿产业

中国改革开放不断推进,个体酒吧开始出现"自酿"啤酒

精酿啤酒成熟阶段

2008年-2017年

2008年,豆瓣上第一个关于精酿的小组成立。同年欧菲啤酒在南京创立，它是中国第一家精酿啤酒的专业工坊

2013年，熊猫精酿在北京开设第一家门店。同年欧菲啤酒推出全新品牌"高大师",生产出中国第一款瓶装精酿"婴儿肥"IPA

“工坊啤酒”新阶段

2018年-至今

2018年，中国酒业协会啤酒分会、全国酿酒标准化技术委员会啤酒分技术委员会、全国酿酒标准化技术委员会联合发布“工坊啤酒”的定义：由生产规模小于2,000千升/年的商业化独立法人啤酒生产企业或作坊生产出的啤酒产品 数据来源：公开资料整理

近年来，我国啤酒行业整体产量虽下滑，精酿渗透率和市场份额却稳步增长，且未来仍有上升空间。根据数据显示，我国精酿行业市场规模由2015年的152.6亿元增长至2019年的210.4亿元，年复合增长率为8.4%。预计2024年我国精酿行业市场规模将达到275亿元。

2015-2024年我国精酿行业市场规模及预测 数据来源：公开资料整理

造成啤酒行业市场规模收缩，精酿类产品逆势崛起的原因在于居民饮酒习惯和观念发生改变，饮用啤酒的方式更为理性和健康。

工业啤酒的主料为60%左右的麦芽（大麦芽或小麦芽），其余约40%由玉米、淀粉和糖浆等组成。传统工业啤酒在啤酒产量中占比95%以上，属低端消费品，受消费升级影响市场规模将进一步降低。而精酿啤酒主料为100%麦芽（大麦芽或小麦芽）。精酿过程省去了最后的过滤和灭菌环节，灌装后依然能继续发酵，产生独特风味。此外精酿产品毛利率更高，消费升级大趋势下传统啤酒公司如青岛啤酒也逐渐将经营重点转移到精酿上，“小而美”的观念深入人心。

工业啤酒与精酿啤酒麦芽含量对比 数据来源：公开资料整理（zlj）

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年中国精酿市场分析报告-市场供需现状与发展战略规划》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年中国精酿行业发展概述

#### 第一节 精酿行业发展情况概述

- 一、精酿行业相关定义
- 二、精酿行业基本情况介绍
- 三、精酿行业发展特点分析
- 四、精酿行业经营模式
  - 1、生产模式
  - 2、采购模式
  - 3、销售模式
- 五、精酿行业需求主体分析

#### 第二节 中国精酿行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、精酿行业产业链条分析
- 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 中国精酿行业生命周期分析

- 一、精酿行业生命周期理论概述
- 二、精酿行业所属的生命周期分析

#### 第四节 精酿行业经济指标分析

- 一、精酿行业的赢利性分析

- 二、精酿行业的经济周期分析
- 三、精酿行业附加值的提升空间分析
- 第五节 中国精酿行业进入壁垒分析
  - 一、精酿行业资金壁垒分析
  - 二、精酿行业技术壁垒分析
  - 三、精酿行业人才壁垒分析
  - 四、精酿行业品牌壁垒分析
  - 五、精酿行业其他壁垒分析

## 第二章 2017-2020年全球精酿行业市场发展现状分析

- 第一节 全球精酿行业发展历程回顾
- 第二节 全球精酿行业市场区域分布情况
- 第三节 亚洲精酿行业地区市场分析
  - 一、亚洲精酿行业市场现状分析
  - 二、亚洲精酿行业市场规模与市场需求分析
  - 三、亚洲精酿行业市场前景分析
- 第四节 北美精酿行业地区市场分析
  - 一、北美精酿行业市场现状分析
  - 二、北美精酿行业市场规模与市场需求分析
  - 三、北美精酿行业市场前景分析
- 第五节 欧洲精酿行业地区市场分析
  - 一、欧洲精酿行业市场现状分析
  - 二、欧洲精酿行业市场规模与市场需求分析
  - 三、欧洲精酿行业市场前景分析
- 第六节 2021-2026年世界精酿行业分布走势预测
- 第七节 2021-2026年全球精酿行业市场规模预测

## 第三章 中国精酿产业发展环境分析

- 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、全社会消费品精酿总额
  - 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 中国精酿行业运行情况

### 第一节 中国精酿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 中国精酿行业市场规模分析

### 第三节 中国精酿行业供应情况分析

### 第四节 中国精酿行业需求情况分析

### 第五节 我国精酿行业细分市场分析

#### 一、细分市场一

#### 二、细分市场二

#### 三、其它细分市场

### 第六节 中国精酿行业供需平衡分析

### 第七节 中国精酿行业发展趋势分析

## 第五章 中国精酿所属行业运行数据监测

### 第一节 中国精酿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年中国精酿市场格局分析

### 第一节 中国精酿行业竞争现状分析

#### 一、中国精酿行业竞争情况分析

#### 二、中国精酿行业主要品牌分析

### 第二节 中国精酿行业集中度分析

#### 一、中国精酿行业市场集中度影响因素分析

#### 二、中国精酿行业市场集中度分析

### 第三节 中国精酿行业存在的问题

### 第四节 中国精酿行业解决问题的策略分析

### 第五节 中国精酿行业钻石模型分析

#### 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年中国精酿行业需求特点与动态分析

### 第一节 中国精酿行业消费市场动态情况

### 第二节 中国精酿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 精酿行业成本结构分析

### 第四节 精酿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 中国精酿行业价格现状分析

##### 第六节 中国精酿行业平均价格走势预测

###### 一、中国精酿行业价格影响因素

###### 二、中国精酿行业平均价格走势预测

###### 三、中国精酿行业平均价格增速预测

#### 第八章 2017-2020年中国精酿行业区域市场现状分析

##### 第一节 中国精酿行业区域市场规模分布

##### 第二节 中国华东地区精酿市场分析

###### 一、华东地区概述

###### 二、华东地区经济环境分析

###### 三、华东地区精酿市场规模分析

###### 四、华东地区精酿市场规模预测

##### 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、华中地区精酿市场规模分析

###### 四、华中地区精酿市场规模预测

##### 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、华南地区精酿市场规模分析

###### 四、华南地区精酿市场规模预测

#### 第九章 2017-2020年中国精酿行业竞争情况

##### 第一节 中国精酿行业竞争结构分析（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年中国精酿行业发展前景分析与预测

### 第一节 中国精酿行业未来发展前景分析

- 一、精酿行业国内投资环境分析
- 二、中国精酿行业市场机会分析
- 三、中国精酿行业投资增速预测

### 第二节 中国精酿行业未来发展趋势预测

#### 第三节 中国精酿行业市场发展预测

- 一、中国精酿行业市场规模预测
- 二、中国精酿行业市场规模增速预测
- 三、中国精酿行业产值规模预测
- 四、中国精酿行业产值增速预测
- 五、中国精酿行业供需情况预测

#### 第四节 中国精酿行业盈利走势预测

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

## 第十二章 2021-2026年中国精酿行业投资风险与营销分析

### 第一节 精酿行业投资风险分析

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

### 第二节 精酿行业应对策略

- 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年中国精酿行业发展战略及规划建议

### 第一节 中国精酿行业品牌战略分析

- 一、精酿企业品牌的重要性
- 二、精酿企业实施品牌战略的意义

### 三、精酿企业品牌的现状分析

### 四、精酿企业的品牌战略

### 五、精酿品牌战略管理的策略

## 第二节 中国精酿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 精酿行业竞争力提升策略

### 一、精酿行业产品差异性策略

### 二、精酿行业个性化服务策略

### 三、精酿行业的促销宣传策略

### 四、精酿行业信息智能化策略

### 五、精酿行业品牌化建设策略

### 六、精酿行业专业化治理策略

## 第十四章 2021-2026年中国精酿行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国精酿行业产品策略分析

#### 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 中国精酿行业营销渠道策略

#### 一、精酿行业渠道选择策略

#### 二、精酿行业营销策略

### 第三节 中国精酿行业价格策略

### 第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国精酿行业重点投资区域分析

二、中国精酿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/537760537760.html>