

# 中国啤酒行业发展趋势分析与投资前景预测报告 (2024-2031年)

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《中国啤酒行业发展趋势分析与投资前景预测报告（2024-2031年）》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/202405/708498.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

### 一、国内人均啤酒消费量增长受限，啤酒存量市场竞争加剧

啤酒行业目前在我国已经拥有较为成熟的产业链。上游企业以原材料、酿造设备以及啤酒包装等部分构成，其中原材料以麦芽、啤酒花、酵母等产品为主。中游为啤酒生产商，目前我国啤酒生产商已形成垄断趋势，市场份额主要由百威亚太、青岛啤酒、重庆啤酒、燕京啤酒、珠江啤酒以及华润啤酒垄断，行业CR6市场份额合计约占85%以上。下游主要为实体商超以及线上零售渠道。

资料来源：观研天下数据中心整理

按照《中国酒业“十四五”发展指导意见》指引，预计到十四五末啤酒行业产量达到 3800万吨，比十三五末增长 11%，年均复合增速约 2.2%；销售收入达到 2400亿元，比十三五末增长 63%，年均复合增速 10.3%；实现利润 300亿元，比十三五末增长 124%，年均复合增速 17.5%。

从近几年啤酒龙头节奏来看，销量有望保持年均 2%左右增长，但吨价基本保持年均 5%以上增长，高端化趋势为长坡厚雪，关键是持续升级的确定性。此外啤酒龙头一方面发力高端升级，同时严控成本、提升运营效率，利润释放保持较快增长。

资料来源：国家统计局，观研天下数据中心整理

自2014年进入存量竞争时代以来，中国啤酒行业经历了重要的转型和升级，尤其是从2017年开始的高端化发展战略，已经初见成效。这一转变不仅在供给和需求两端显现，而且也在行业的整体容量和市场集中度上体现出明显的变化。在供给端，中国啤酒产量在2013年达到高峰后开始下滑，呈现出-3.4%的负增长率，直至2017年啤酒行业开始着重于高端化转型。这一战略的实施使得啤酒产量在2021年实现回升至3562万千升，年增长率达到4.4%。这一变化反映了啤酒企业从“份额优先”转向“利润优先”的竞争策略，通过调整产品结构以适应市场需求。

从啤酒龙头视角来看，中国啤酒行业呈现华润、青啤、百威、燕啤、重啤、珠啤寡头垄断格局，但不同龙头公司吨价表现有明显差距。

2023年百威、重啤吨价接近5000元/吨水平，处于第一梯队；而青啤、珠啤、燕啤、华润吨价在3000-4000元/吨水平，处于第二梯队。其中，青啤、华润、燕啤、重啤、珠啤2018-2023年吨价CAGR分别为4.8%、4.6%、4.0%、3.5%、3.5%，青啤、华润、燕啤展现出更强的升级韧性。

资料来源：观研天下数据中心整理

近几年，为满足消费者高质量消费需求，龙头企业相继深度布局高端市场，抢占中高端市场

份额，也将啤酒行业维系多年相对稳定的“市场割据”被打破，结构升级下不断关停无效产能和提高生产效率，行业的盈利能力和水平大大提高，行业差异化竞争更为明显，冲击高端市场的动力进一步增强。

## 二、在经济全球化的趋势下，海外啤酒消费潜力巨大

啤酒是非常成熟的快消品，在全球酒精饮料品类中维持着高渗透率。啤酒在我国的兴盛源于工业化程度高、适用人群广，但过去一成不变的产品形态正在经历变化。在过去很长一段时期内，在我国低度酒乃至酒精饮料整体，啤酒一直是最重要的品类，鼎盛时期啤酒消费量占酒水消费总量的90%以上。

2023年，中国啤酒行业在市场竞争和消费升级的双重驱动下，展现出了稳健的增长态势和明显的高端化发展趋势。2023年，全国啤酒行业实现销售收入为1863亿元，同比增长8.6%；实现利润总额260亿元，同比增长15.1%。

资料来源：观研天下数据中心整理

作为中国酒业最为核心的品种，啤酒品类先发优势明显，由于发展阶段的差异，国内外啤酒龙头的商业模式仍有明显差异。国外啤酒品牌百威英博、喜力、嘉士伯销售区域遍布全球各大区域，对比来看华润、青啤等当前仍以国内销售为主，海外销售占比明显偏低。

2011-2023年期间，我国啤酒出口数量总体上呈现出稳定增长的态势，2023年我国麦芽酿造的啤酒出口量共计62.10万吨，较2022年同期增长了29.53%。

资料来源：海关总署，观研天下数据中心整理

综合考虑海外啤酒市场容量、发展阶段及竞争格局，未来，越南、印度等国家可以成为国产啤酒产商重要的开拓方向。越南、印度人口基数大、啤酒容量高，同时啤酒价格偏低、仍处于渠道驱动型阶段，因此以渠道深分销见长的国内啤酒龙头具备一定的竞争力；另外市场相关信息显示，越南、印度等CR2市占率仍未形成完全垄断，国内啤酒龙头完全具备抢占一定份额的能力。目前来看，近年来国内啤酒产品主要出口国家仅为缅甸、日本、柬埔寨、朝鲜等国。

资料来源：海关总署，观研天下数据中心整理

## 三、产品售价空间逐渐被打开，啤酒消费季节性波动明显

2018年至今的这轮啤酒行业升级，龙头厂商积极发力中档、高档，并通过丰富自身产品矩阵来满足消费者多元化需求。过去啤酒主流价格带分布在中低档，随着中档升级、高档扩容，当前龙头纷纷发力中档、高档，并积极布局超高档前瞻品牌站位。

具体来看，中国啤酒行业呈现双轮驱动态势，中档6-8元、高档10-12元产品均展现出较好放量态势。2019年到2023年，国内啤酒行业平均价格呈现上升趋势，2023年行业平均价格达到5174元/吨，同比增长6.31%，具体如下：

资料来源：观研天下数据中心整理

天气显著影响啤酒需求。一方面，啤酒爽口、解渴的特性导致啤酒有明显的季节性，啤酒的生产集中于5-8月份，对应6-9月份的销售旺季。另一方面，高温天气会促进啤酒消费需求增加，而低温多雨天气会抑制啤酒需求。根据青岛啤酒、重庆啤酒、珠江啤酒和燕京啤酒4家代表企业毛利率分析可看出，Q2和Q3两个季度4家企业利润率明显高于Q1和Q4季度，产品消费具有较强季节性。

资料来源：企业财报，观研天下数据中心整理

从成本角度来看，结合原材料价格走势、采购周期、基数效应等，2023年成本压力明显减弱。2024年玻璃、铝罐均较 22Q1 成本高点位置有所下降、对比 23Q1 相对平稳，大麦相比 23Q1 高点位置降幅明显，24Q1 成本红利已有所体现。以青岛啤酒为例2022 年、2023 年吨成本分别+5.69%、+3.35%，24Q1吨成本-0.96%，2024年一季度成本拐点已现。后续随着二三季度旺季来临，规模效应下成本弹性有望进一步释放，2024年行业整体盈利能力提升可期。

资料来源：企业财报，观研天下数据中心整理（cy）

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投资前景预测报告（2024-2031年）》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】

### 第一章 2019-2023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 2019-2023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规模与区域分布情况

#### 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 2024-2031年世界啤酒行业分布走势预测

### 第七节 2024-2031年全球啤酒行业市场规模预测

## 第三章 中国啤酒行业产业发展环境分析

### 第一节我国宏观经济环境分析

### 第二节我国宏观经济环境对啤酒行业的影响分析

### 第三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

#### 三、主要行业标准

### 第四节政策环境对啤酒行业的影响分析

### 第五节中国啤酒行业产业社会环境分析

## 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

#### 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

## 第五章 中国啤酒行业产业链和细分市场分析

### 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

### 第三节我国啤酒行业细分市场分析

#### 一、细分市场一

#### 二、细分市场二

## 第六章 2019-2023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

## 第七章 2019-2023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、SOWT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

第八章 2019-2023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

第六节中国啤酒行业平均价格走势预测

一、中国啤酒行业平均价格趋势分析

二、中国啤酒行业平均价格变动的影响因素

第九章 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

## 第十章 2019-2023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) 华南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

## 第十一章 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、公司优势分析

第六节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

## 第八节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

## 第九节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

## 第十节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

## 第十二章 2024-2031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

## 第十三章 2024-2031年中国啤酒行业进入壁垒与投资风险分析

### 第一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

第二节啤酒行业风险分析

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

第十四章 2024-2031年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、行业目标客户群体

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、啤酒行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文 . . . . .

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202405/708498.html>