

2024-2030年中国啤酒行业市场全景调研及投资前景研判报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2024-2030年中国啤酒行业市场全景调研及投资前景研判报告》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：<https://www.chyxx.com/research/1145026.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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

在当今这个信息爆炸的时代，如何精准把握市场动态，洞悉行业趋势，成为企业和投资者共同关注的焦点。为此，智研咨询分析团队倾力打造的《2024-2030年中国啤酒行业市场全景调研及投资前景研判报告》，旨在为各界精英提供最具研判性和实用性的行业分析。

本报告汇聚了智研咨询研究团队的集体智慧，结合国内外权威数据，深入剖析了啤酒行业的发展现状、竞争格局以及未来趋势。我们秉承专业、严谨的研究态度，通过多维度、全方位的数据分析，力求为读者呈现一个清晰、立体的行业画卷。

在内容方面，报告不仅涵盖了行业的深度解读，还对啤酒产业进行了细致入微的探讨。无论是政策环境、市场需求，还是技术创新、资本运作，我们都进行了详尽的阐述和独到的分析。此外，我们还特别关注了行业内的领军企业，深入剖析了它们的成功经验和市场策略。

啤酒是以麦芽、水为主要原料，加啤酒花（包括啤酒花制品），经酵母发酵酿制而成的、含有二氧化碳并可形成泡沫的发酵酒，素有“液体面包”之称。按照麦芽浓度，可以将啤酒分为低浓度、中浓度与高浓度啤酒。此外，按照色泽可以将啤酒分为淡色啤酒、浓色啤酒与黑色啤酒，按照灭菌方式可以将啤酒分为鲜啤酒、熟啤酒与纯生啤酒。数据显示，2020年受疫情影响，中国啤酒产量有所下降，随后中国啤酒产量均保持在3500万千升左右，2024年1-5月，随着市场需求的恢复，中国啤酒产量同比微升0.7%，达到1504.5万千升。

啤酒行业目前在我国已经拥有较为成熟的产业链。上游主要由原材料、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，是保障啤酒质量的关键。中游为啤酒生产商，目前我国中游啤酒生产商已形成垄断趋势，市场份额主要由华润啤酒、青岛啤酒、百威亚太、重庆啤酒以及燕京啤酒垄断，五大品牌市场份额合计约占80%左右。下游主要为实体商超以及线上零售渠道，通过这些渠道，啤酒将最终送达到消费者手中。

我国啤酒行业发展时间长，技术发展较快，行业也处于比较成熟的状态。目前啤酒行业出现明显的寡头垄断趋势，前五家啤酒行业龙头企业分别为百威亚太、青岛啤酒、华润啤酒、重庆啤酒以及燕京啤酒，其中大部分企业主要分布在沿海地区。未来，在寡头垄断格局下，企业之间的竞争将更加激烈，但同时也将推动整个行业向更高水平发展。

作为国内知名的研究机构，我们始终坚持以客户为中心，以市场为导向，致力于提供最具价值的研究成果。我们相信，《2024-2030年中国啤酒行业市场全景调研及投资前景研判报告》将为您决策提供有力的数据支撑和战略指导，助您在激烈的市场竞争中抢占先机，实现价值的最大化。

报告目录：

第1章 中国啤酒行业发展综述

1.1 啤酒行业概述

1.1.1 啤酒的来源及分类

- (1) 按啤酒的色泽划分
- (2) 按啤酒的生产方式划分
- (3) 按啤酒的档次划分
- (4) 其他划分方式

1.1.2 啤酒行业界定

1.2 啤酒行业发展环境分析

1.2.1 行业政策环境分析

- (1) 国家行业标准与法规
- (2) 行业发展政策及规划
- (3) 政策环境对行业发展的影响分析

1.2.2 行业经济环境分析

- (1) GDP
- (2) 工业增加值
- (3) 经济环境对行业发展的影响分析

1.2.3 行业社会环境分析

- (1) 人口环境分析
- (2) 中国城镇化水平分析
- (3) 居民消费水平分析
- (4) 居民酒类消费观念
- (5) 社会环境对行业发展的影响分析

1.2.4 行业技术环境分析

- (1) 行业技术现状
- (2) 技术发展趋势
- (3) 技术环境对行业的影响分析

1.3 啤酒行业发展机遇与威胁分析

第2章 中国啤酒行业发展状况分析

2.1 啤酒行业发展概况分析

2.1.1 啤酒行业发展历程分析

2.1.2 啤酒行业状态描述总结

2.1.3 啤酒行业经济特性分析

2.1.4 啤酒行业发展特点分析

2.2 啤酒行业运营现状分析

2.2.1 啤酒行业盈利能力分析

2.2.2 啤酒行业运营能力分析

2.2.3 啤酒行业偿债能力分析

2.2.4 啤酒行业发展能力分析

2.3 啤酒行业供需平衡分析

2.3.1 全国啤酒行业供给情况分析

2.3.2 全国啤酒行业需求情况分析

(1) 全国啤酒行业消费量分析

(2) 全国啤酒行业销售收入分析

2.3.3 全国啤酒行业产销率分析

2.4 中国啤酒进出口市场分析

2.4.1 中国啤酒进出口状况综述

2.4.2 中国啤酒出口市场分析

(1) 啤酒出口数量情况

(2) 啤酒出口金额情况

(3) 啤酒出口价格情况

2.4.3 中国啤酒进口市场分析

(1) 啤酒进口数量情况

(2) 啤酒进口金额情况

(3) 啤酒进口价格情况

第3章 啤酒行业市场竞争状况分析

3.1 国际啤酒市场发展与投资布局分析

3.1.1 国际啤酒市场竞争格局

(1) 国际啤酒市场概况

(2) 国际啤酒竞争格局

(3) 国际啤酒竞争展望

3.1.2 跨国公司在华市场投资布局

(1) 百威英博公司

(2) 丹麦嘉士伯有限公司

(3) 喜力啤酒

(4) 南非SABMiller公司

(5) 日本朝日啤酒集团

- (6) 日本麒麟啤酒集团
- 3.1.3 跨国公司在华发展策略分析
- 3.2 中国啤酒市场竞争状况分析
 - 3.2.1 啤酒行业市场格局分析
 - (1) 啤酒行业企业竞争格局分析
 - (2) 啤酒行业市场消结构分析
 - 3.2.2 啤酒行业五力模型分析
 - 3.2.3 啤酒行业竞争情况总结
- 3.3 行业投资兼并与重组整合分析
 - 3.3.1 啤酒行业兼并与重组现状
 - 3.3.2 啤酒行业兼并重组案例分析
 - (1) 华润啤酒并购喜力中国
 - (2) 日本麒麟啤酒收购新比利时
 - (3) 重庆啤酒与嘉士伯资产重组
- 3.4 中国啤酒市场品牌竞争分析
 - 3.4.1 一线啤酒企业品牌竞争分析
 - (1) 青岛啤酒
 - (2) 雪花啤酒
 - (3) 百威啤酒
 - 3.4.2 二线啤酒企业品牌竞争分析
 - (1) 燕京啤酒
 - (2) 哈尔滨啤酒
 - (3) 珠江啤酒
 - (4) 金星啤酒

第4章 中国啤酒行业细分市场发展分析

- 4.1 外资品牌啤酒市场分析
 - 4.1.1 外资品牌啤酒发展现状分析
 - 4.1.2 外资品牌啤酒价格分析
 - 4.1.3 外资品牌啤酒市场动向
- 4.2 国产品牌啤酒市场分析
 - 4.2.1 国产品牌啤酒发展现状分析
 - (1) 国产品牌啤酒供给情况分析
 - (2) 国产品牌啤酒销量情况分析
 - 4.2.2 国产品牌啤酒价格分析

4.2.3 国产品牌啤酒市场动向

4.3 中高端啤酒市场分析

4.3.1 中高端啤酒发展现状分析

4.3.2 中高端啤酒价格分析

4.3.3 中高端啤酒市场动向

4.4 中低端啤酒市场分析

4.4.1 中低端啤酒发展现状分析

4.4.2 中低端啤酒价格分析

第5章 中国啤酒行业销售渠道分析

5.1 啤酒行业销售渠道现状

5.1.1 啤酒行业商超渠道分析

(1) 发展情况

(2) 存在问题

5.1.2 啤酒行业餐饮渠道分析

5.1.3 啤酒行业娱乐场所渠道分析

5.2 啤酒行业销售渠道延伸与发展

5.2.1 啤酒行业校园渠道分析

(1) 发展现状分析

(2) 发展策略分析

5.2.2 啤酒行业车站/码头渠道分析

(1) 发展情况

(2) 发展策略

5.2.3 啤酒行业销售渠道整合面临的挑战

(1) 多层级渠道导致成本高

(2) 渠道整合难度大

(3) 高端产品渗透率不高

(4) 物流配送效率不高

5.2.4 啤酒行业销售渠道整合出路

(1) 向扁平化和多渠道发展

(2) 渠道转型升级

5.3 啤酒行业销售渠道创新模式

5.3.1 啤酒销售渠道创新主要模式

(1) 啤酒渠道联营体

(2) 啤酒渠道虚拟联营体

- (3) 买断啤酒区域代理权
 - (4) 啤酒渠道物流商
 - (5) 啤酒渠道职业经理人
 - (6) 啤酒渠道承包经营
- 5.3.2 啤酒销售渠道创新模式应用范围
- (1) 基地市场
 - (2) 战略市场
 - (3) 种子市场

第6章 中国啤酒市场营销策略分析

6.1 中国城市啤酒市场营销策略分析

6.1.1 城市啤酒市场营销情况

- (1) 中高档啤酒销售市场发展迅速
- (2) 企业不断加快终端营销网络建设

6.1.2 啤酒企业开拓城市餐饮、娱乐终端市场策略

- (1) 餐饮、娱乐终端市场特点
- (2) 营销策略

6.1.3 啤酒企业开拓城市超市市场策略

- (1) 超市市场特点
- (2) 营销策略

6.1.4 啤酒企业开拓城市社区市场策略

- (1) 社区市场特点
- (2) 营销策略

6.2 中国农村啤酒市场营销策略分析

6.2.1 农村啤酒市场营销情况

6.2.2 啤酒企业开拓农村市场策略

- (1) 农村市场特点
- (2) 营销策略

第7章 中国啤酒行业重点区域市场分析

7.1 行业总体区域结构特征分析

7.1.1 行业区域结构总体特征

7.1.2 行业区域集中度分析

7.2 山东省啤酒行业发展分析及预测

7.2.1 山东省啤酒行业发展环境分析

- (1) 政策环境分析
- (2) 人口环境分析
- (3) 居民收入分析
- (4) 居民支出分析
- 7.2.2 山东省啤酒行业供需情况
 - (1) 啤酒行业供给情况
 - (2) 啤酒行业需求情况
- 7.2.3 山东省啤酒生产投资项目分析
- 7.2.4 山东省啤酒行业竞争格局分析
- 7.2.5 山东省啤酒行业发展前景分析
- 7.3 广东省啤酒行业发展分析及预测
 - 7.3.1 广东省啤酒行业发展环境分析
 - (1) 政策环境分析
 - (2) 人口环境分析
 - (3) 居民收入水平
 - (4) 居民支出分析
 - 7.3.2 广东省啤酒行业供需情况
 - (1) 啤酒行业供给情况
 - (2) 啤酒行业需求情况
 - 7.3.3 广东省啤酒生产投资项目分析
 - 7.3.4 广东省啤酒行业竞争格局分析
 - 7.3.5 广东省啤酒行业发展前景分析
- 7.4 河南省啤酒行业发展分析及预测
 - 7.4.1 河南省啤酒行业发展环境分析
 - (1) 政策环境分析
 - (2) 人口环境分析
 - (3) 居民收入分析
 - (4) 居民支出分析
 - 7.4.2 河南省啤酒行业供需平衡分析
 - (1) 供给分析
 - (2) 需求分析
 - 7.4.3 河南省啤酒生产投资项目分析
 - 7.4.4 河南省啤酒行业竞争格局分析
 - 7.4.5 河南省啤酒行业发展前景分析
- 7.5 浙江省啤酒行业发展分析及预测

7.5.1 浙江省啤酒行业发展环境分析

- (1) 政策环境分析
- (2) 人口环境分析
- (3) 居民收入分析
- (4) 居民支出分析

7.5.2 浙江省啤酒行业供需平衡分析

- (1) 供给分析
- (2) 需求分析

7.5.3 浙江省啤酒生产投资项目分析

7.5.4 浙江省啤酒行业竞争格局分析

7.5.5 浙江省啤酒行业发展前景分析

7.6 四川省啤酒行业发展分析及预测

7.6.1 四川省啤酒行业发展环境分析

- (1) 政策环境分析
- (2) 人口环境分析
- (3) 居民收入分析
- (4) 居民支出分析

7.6.2 四川省啤酒行业供需平衡分析

- (1) 供给分析
- (2) 需求分析

7.6.3 四川省啤酒生产投资项目分析

7.6.4 四川省啤酒行业竞争格局分析

7.6.5 四川省啤酒行业发展前景分析

7.7 辽宁省啤酒行业发展分析及预测

7.7.1 辽宁省啤酒行业发展环境分析

- (1) 政策环境分析
- (2) 人口环境分析
- (3) 居民收入分析
- (4) 居民支出分析

7.7.2 辽宁省啤酒行业供需平衡分析

- (1) 供给分析
- (2) 需求分析

7.7.3 辽宁省啤酒生产投资项目分析

7.7.4 辽宁省啤酒行业竞争格局分析

7.7.5 辽宁省啤酒行业发展前景分析

第8章 中国啤酒行业领先企业生产经营分析

8.1 啤酒行业企业发展概况分析

8.2 啤酒行业领先上市企业个案分析

8.2.1 华润啤酒（控股）有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 企业经营状况
- (3) 企业盈利能力
- (4) 企业市场战略

8.2.2 青岛啤酒股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 企业经营状况
- (3) 企业盈利能力
- (4) 企业市场战略

8.2.3 北京燕京啤酒股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 企业经营状况
- (3) 企业盈利能力
- (4) 企业市场战略

8.2.4 广州珠江啤酒股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 企业经营状况
- (3) 企业盈利能力
- (4) 企业市场战略

8.2.5 重庆啤酒股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 企业经营状况
- (3) 企业盈利能力
- (4) 企业市场战略

8.2.6 福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 企业经营状况
- (3) 企业盈利能力
- (4) 企业市场战略

8.2.7 兰州黄河企业股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 企业经营状况
- (3) 企业盈利能力
- (4) 企业市场战略

8.3 啤酒行业领先企业个案分析

8.3.1 华润雪花啤酒（辽宁）有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 企业经营状况
- (3) 企业盈利能力
- (4) 企业市场战略

8.3.2 百威雪津啤酒有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 企业经营状况
- (3) 企业盈利能力
- (4) 企业市场战略

8.3.3 金星啤酒集团有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 企业经营状况
- (3) 企业盈利能力
- (4) 企业市场战略

8.3.4 燕京啤酒（桂林漓泉）股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 企业经营状况
- (3) 企业盈利能力
- (4) 企业市场战略

8.3.5 蓝贝酒业集团有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 企业经营状况
- (3) 企业盈利能力
- (4) 企业市场战略

8.3.6 中粮麦芽（大连）有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 企业经营状况
- (3) 企业盈利能力
- (4) 企业市场战略

8.3.7 山东泰山啤酒有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 企业经营状况
- (3) 企业盈利能力
- (4) 企业市场战略

8.3.8 青岛啤酒西安汉斯集团有限公司经营情况分析

- (1) 企业概况
- (2) 企业经营状况
- (3) 企业盈利能力
- (4) 企业市场战略

第9章 中国啤酒行业投资与发展前景分析

9.1 中国啤酒行业投资特性分析

9.1.1 啤酒行业进入壁垒分析

9.1.2 啤酒行业盈利模式分析

9.2 中国啤酒行业发展趋势与前景

9.2.1 中国啤酒行业供给预测

9.2.2 中国啤酒行业需求预测

9.2.3 中国啤酒行业发展趋势分析

- (1) 中国啤酒行业整体发展趋势分析
- (2) 啤酒消费趋势分析

9.3 中国啤酒行业投资/并购风险及建议

9.3.1 啤酒行业投资风险

- (1) 建立品牌风险
- (2) 竞争风险
- (3) 产品定位风险
- (4) 经营管理风险

9.3.2 啤酒行业投资建议

- (1) 紧抓消费时尚，开发新产品
- (2) 重视网络营销渠道建设
- (3) 重视区域市场的拓展
- (4) 重视科技创新，增加产品的附加值

图表目录

图表1：按色泽划分的啤酒类型

图表2：按生产方式划分的啤酒类型

图表3：按生产方式划分的啤酒类型

图表4：啤酒的其他划分方式

图表5：啤酒行业框架图

图表6：截至2023年啤酒行业标准汇总

图表7：2019-2023年啤酒行业相关政策及规划

图表8：2019-2023年中国GDP增长走势图（单位：万亿元，%）

图表9：2019-2023年中国规模以上工业增加值增速走势图（单位：亿元，%）

图表10：2019-2023年中国人口数量增长趋势图（单位：亿人）

图表11：2023年年末中国大陆人口数及其构成（单位：万人，%）

图表12：2019-2023年中国城镇化率变化趋势图（单位：%）

图表13：2019-2023年中国居民人均可支配收入及增长速度（单位：元，%）

图表14：2019-2023年中国居民人均消费支出（单位：元，%）

图表15：2019-2023年中国啤酒行业专利申请数量（单位：项）

图表16：2019-2023年中国啤酒行业专利公开数量（单位：项）

图表17：截至2023年中国啤酒行业专利申请结构（单位：项，%）

图表18：未来中国啤酒行业技术发展方向分析

图表19：中国啤酒行业发展机遇与威胁分析

图表20：我国啤酒行业发展历程

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/1145026.html>