

中国啤酒行业发展现状研究与投资前景预测报告 (2025-2032年)

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《中国啤酒行业发展现状研究与投资前景预测报告（2025-2032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/202503/747014.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、行业进入到存量和缩量间波动的新时代，市场整体表现疲软

啤酒是一种以小麦芽和大麦芽为主要原料，并加啤酒花，经过液态糊化和糖化，再经过液态发酵酿制而成的酒精饮料。当前我国啤酒行业已走过增量时代，进入到了存量和缩量间波动的新时代，市场整体表现疲软，产量出现下滑。根据国家统计局数据显示，2024年，我国规模以上企业累计啤酒产量为3521.3万千升，同比下降0.6%。

数据来源：国家统计局，观研天下整理

需求端呈现出收缩趋势。有相关数据显示，我国啤酒人均年消费量自2013年的峰值33升降至2023年的27升，且90后和00后对啤酒的消费占比仅占32%，他们更倾向于选择低度潮饮和预调酒。另外根据国食品饮料工业协会数据显示，2024年我国啤酒行业营业收入减少5.7%，成为食品饮料行业中唯一一个下滑的品类。

数据来源：公开数据，观研天下整理

二、市场疲软下，多家头部啤酒企业的业绩下滑

受市场疲软影响，2024年多家头部啤酒企业的业绩也出现下滑。例如华润啤酒（0291.HK）公布的2024年年报中显示，公司营业总收入和净利润均下降。其中，营业总收入为386.35亿元，同比下降3.57%；净利润为47.39亿元，同比下降8.03%。

此外，百威亚太也发布了2024年年报。年报显示，2024年百威亚太实现收入62.5，同比减少7%；股权持有人应占溢利7.26亿美元，同比减少14.8%，全年销量也下降了8.8%；毛利31.47亿美元，同比减少8.86%。对此年报表示，公司主要是受到第4季度去库存和市场需求不足影响，才使得销量双位数下滑。据了解，受到2024年第4季度去库存、行业增长放缓以及即饮渠道表现疲软等因素影响，中国市场单季销量下降了18.9%，收入下降了20.1%，其中主动去库存的影响约占销量下降幅度的三分之一。受此影响，全年百威亚太中国业务销量减少了11.8%，收入和每百升收入分别下降了13%和1.4%。

2024年多家头部啤酒企业的业绩下滑

公司名称	营业总收入	同比增速	净利润	同比增速
华润啤酒	386.35亿元	-3.57%	47.39亿元	-8.03%
百威亚太	62.5亿美元	-7%	7.26亿美元	-14.7%
重庆啤酒	146.45亿元	-1.15%	12.45亿元	-6.84%
珠江啤酒	57.31亿元	6.65%	8.13亿元	30.32%

资料来源：公司财报，观研天下整理

三、进口萎缩、出口增长，目前行业正面临结构性机会

近几年由于国产产量的不断增长以及市场的需求的低迷，我国啤酒的进口量额正缓慢萎缩。数据显示，2024年，我国啤酒累计进口量为40178万升，同比下降4%；累计进口额为545百万美元，同比下降5.7%。

数据来源：海关总署，观研天下整理

数据来源：海关总署，观研天下整理

与进口市场萎缩相反的是，近几年我国啤酒出口的量额实现了同步增长。近年来，随着国内啤酒行业高端化的发展契机，我国啤酒企业在占领国内市场的同时，也在积极拓展海外业务版图，将产品推向国际市场，开启全球化征程。根据数据显示，2024年我国啤酒累计出口量为66534万升，同比增长7.1%；累计出口额为4.66亿美元，与2023年相比增长了0.14亿美元，同比增长3.1%。

数据来源：海关总署，观研天下整理

数据来源：海关总署，观研天下整理

综上所述，当下我国啤酒进口市场的萎缩与出口市场的增长共同揭示了产业的发展潜力。啤酒企业同样以开放的姿态，努力在存量市场中寻求增量，谋求更大的发展。其中高端化、拓展海外市场则成为了华润啤酒、青岛啤酒等头部企业关注与讨论的重点。在当前产量、销量持续下降的背景下，新的行业空间要靠利润提升来实现，所以啤酒行业的高端化是必然趋势，这也是近几年国内啤酒出口量不断爬升的一大原因。

公开资料显示，目前青岛啤酒是中国最大的啤酒出口商，公司旗下产品远销120个国家和地区，覆盖六大洲和21个时区，包括欧洲、北美、东南亚等主要市场，出口量超过了中国啤酒出口量的50%。在韩国，青岛啤酒曾是第一大进口啤酒品牌，在2014年下半年占进口啤酒销售总额的43.8%；在德国，青岛啤酒主打高端市场，每瓶3欧元的售价比当地啤酒高出3、4倍，却依然畅销；在美国，青岛啤酒从激烈的市场竞争中脱颖而出，成为销量最大的亚洲啤酒品牌。

此外作为《2023全球最佳品牌排行榜》中全球酒类第一品牌，百威啤酒在全球市场的地位和在中国大陆的建厂发展，同样支撑着中国啤酒出口量额的持续抬升。目前百威亚太在中国共营运30家酿酒厂，有超过50个啤酒品牌在售。最新数据显示，百威啤酒的佛山生产基地年产能达到了160万吨，2024年1-5月出口啤酒超1700吨。

其他国产啤酒品牌，包括雪花啤酒、燕京啤酒、华润啤酒等，均在通过发力产品高端化、技术创新、优化产能与供应链、发展数字化产业等方式，让国产啤酒更好的走出国门，拥抱国际化发展。

四、行业格局稳固，华润啤酒、青岛啤酒稳居第一梯队

目前我国啤酒行业格局稳固，华润啤酒、百威亚太、青岛啤酒、燕京啤酒与重庆啤酒五大头部品牌“五足鼎立”的格局仍旧明显。这些品牌凭借品牌优势、渠道优势和市场占有率，在行业中占据领先地位。

市场较为集中，华润啤酒、青岛啤酒稳居第一梯队。根据数据显示，2023年按产销量计，华润啤酒、青岛啤酒、燕京啤酒、重庆啤酒、珠江啤酒的市占率分别为31%、22%、11%、8%、4%。其中行业CR4达到64%，这表明当前我国啤酒市场集中度较高。同时华润啤酒、青岛啤酒自2020年以来稳居第一梯队。

数据来源：公开数据，观研天下整理

当前随着消费结构的升级，中高端啤酒市场成为我国各大啤酒企业竞相争夺的焦点。根据数据，2023年全国啤酒行业中高端产品销量显著增长，带动了行业整体利润水平的提升。各大啤酒企业纷纷加码中高端市场，推出新品、提升品质、加强营销，以满足消费者对高品质啤酒的需求。这一趋势不仅推动了行业整体的升级发展，也为中小企业提供了差异化竞争的机会。（WW）

注：上述信息仅供参考，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《中国啤酒行业发展现状研究与投资前景预测报告（2025-2032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

一、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	啤酒	特征
二、	企业规模分	啤酒	特征
三、	企业所有制分	啤酒	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 啤酒 的因素

二、中国 啤酒 行业区域市场分 啤酒

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 啤酒 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】

第十三章 2025-2032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、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/202503/747014.html>