

# 2024-2030年中国啤酒市场 深度分析与投资前景预测报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2024-2030年中国啤酒市场深度分析与投资前景预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202310/414858.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

啤酒是当今世界各国销量最大的低酒精度的饮料，啤酒作为人们日常生活中的饮品，受人们日常饮食习惯影响较大，批发零售业、餐饮业及夜场是啤酒的主要销售渠道和终端市场。如今，随着年轻人强调个性表达的悦己消费兴起，“喝酒”成为年轻消费者主动为之的快乐事，比起酩酊大醉，恰到好处的微醺感与轻松氛围是他们更常会做出的选择。品类极其丰富的低度啤酒，为喜欢喝酒又不愿喝醉的年轻人们打造了独属于自己的微醺市场。

2021年，我国啤酒行业进入新周期，行业发展继续呈现出量平价升的趋势。2021年啤酒产量回升明显，2021年我国啤酒产量累计达3562.4万千升，同比增长5.6%；啤酒销售收入不断增长，2021年我国啤酒销售收入进一步达到1794.9亿元；2022年，中国规模以上企业啤酒产量达3568.7万千升，同比增长1.1%，累计出口啤酒量约47.96万千升，同比增长13.1%；累计进口啤酒量约48.21万千升，同比下降8.1%。

政策标准方面，2021年4月9日，《中国酒业“十四五”发展指导意见》（以下简称《指导意见》）正式发布。规划提到，“十四五”，我国啤酒行业产量3900万kL，比“十三五”末增长11.4%，年均递增2.2%；销售收入达到2100亿元，比“十三五”末增长40.0%，年均递增7.0%；实现利润300亿元，比“十三五”末增长100.0%，年均递增14.9%。2021年9月，国家监督管理局发布《啤酒质量要求》、《啤酒机械通用技术条件》等8项推荐性国家标准公开征求意见。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国啤酒市场深度分析与投资前景预测报告》共十四章。首先介绍了啤酒的定义、特征、原料、分类及生产流程等，接着分析了国际国内啤酒行业的现状，然后具体介绍了国内啤酒市场的总体运行情况。随后，报告对啤酒行业做了区域发展分析、品牌分析、营销分析、替代品发展分析、关联产业分析、行业竞争分析和国内外上市企业经营状况分析，最后分析了啤酒行业的投资潜力和未来前景趋势。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、海关总署、商务部、财政部、中企顾问网、中企顾问网市场调查中心、中国酒业协会以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对啤酒市场有个系统深入的了解、或者想投资啤酒行业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

报告目录：

### 第一章 啤酒行业相关概述

#### 1.1 啤酒简介

##### 1.1.1 啤酒的定义

- 1.1.2 啤酒的典型特征
- 1.1.3 啤酒的原料
- 1.1.4 啤酒的分类
- 1.1.5 啤酒生产流程
- 1.2 啤酒设备基本概述
  - 1.2.1 设备主要分类
  - 1.2.2 设备工作原理
  - 1.2.3 设备产品特性
  - 1.2.4 设备主要用途
- 1.3 啤酒工业与废水
  - 1.3.1 啤酒工业废水污染源探究
  - 1.3.2 啤酒工业废水的特征分析
  - 1.3.3 啤酒工业废水污染强度分析
  - 1.3.4 啤酒工业废水处理方法介绍

## 第二章 2021-2023年世界啤酒行业发展分析

- 2.1 2021-2023年国内外啤酒业发展状况
  - 2.1.1 全球啤酒产量规模
  - 2.1.2 全球啤酒消费情况
  - 2.1.3 全球啤酒企业运营状况
  - 2.1.4 全球啤酒行业发展趋势
- 2.2 欧洲啤酒行业发展分析
  - 2.2.1 欧洲啤酒产量情况
  - 2.2.2 欧洲啤酒市场热点
  - 2.2.3 德国
  - 2.2.4 英国
  - 2.2.5 荷兰
  - 2.2.6 罗马尼亚
- 2.3 美国啤酒行业发展分析
  - 2.3.1 美国啤酒发展历程
  - 2.3.2 啤酒市场竞争格局
  - 2.3.3 精酿啤酒市场状况

- 2.3.4 啤酒行业发展动态
- 2.4 其他国家或地区啤酒行业发展分析
  - 2.4.1 澳洲
  - 2.4.2 韩国
  - 2.4.3 日本
  - 2.4.4 印度
  - 2.4.5 越南
  - 2.4.6 巴西
  - 2.4.7 墨西哥

### 第三章 2021-2023年中国啤酒行业发展分析

- 3.1 中国啤酒行业政策标准制定动态
  - 3.1.1 啤酒国家标准修订加快
  - 3.1.2 工坊啤酒团体标准发布
  - 3.1.3 纯生啤酒团体标准发布
  - 3.1.4 啤酒行业增值税率调整
  - 3.1.5 无醇啤酒关税调整动态
  - 3.1.6 废止酒类流通随附单制度
  - 3.1.7 饮料酒制造业污染防治政策
- 3.2 2021-2023年中国啤酒行业发展综述
  - 3.2.1 上下游产业链分析
  - 3.2.2 生产成本的构成
  - 3.2.3 装备制造业状况
  - 3.2.4 行业结构调整加快
  - 3.2.5 啤酒相关协会院所
- 3.3 2021-2023年中国啤酒行业运行分析
  - 3.3.1 行业发展历程
  - 3.3.2 行业营收状况
  - 3.3.3 行业运行特点
  - 3.3.4 行业运行现状
- 3.4 2021-2023年全国啤酒产量分析
  - 3.4.1 2021-2023年全国啤酒产量趋势

- 3.4.2 2020年全国啤酒产量情况
- 3.4.3 2021年全国啤酒产量情况
- 3.4.4 2022年全国啤酒产量情况
- 3.5 2021-2023年中国麦芽酿造的啤酒进出口数据分析
  - 3.5.1 进出口总量数据分析
  - 3.5.2 主要贸易国进出口情况分析
  - 3.5.3 主要省市进出口情况分析
- 3.6 2021-2023年中国啤酒行业高端化发展
  - 3.6.1 产品高端化发展
  - 3.6.2 高端市场格局分析
  - 3.6.3 高端市场发展对策
- 3.7 2021-2023年中国精酿啤酒行业发展情况
  - 3.7.1 行业定义和标准
  - 3.7.2 行业发展提速
  - 3.7.3 企业跨界布局
  - 3.7.4 行业发展前景
- 3.8 中国啤酒行业存在的问题分析
  - 3.8.1 企业发展瓶颈分析
  - 3.8.2 行业创新难问题
  - 3.8.3 原料对外依存严重
- 3.9 中国啤酒行业发展对策分析
  - 3.9.1 企业整体发展对策
  - 3.9.2 逐步加强技术创新
  - 3.9.3 建立特色营销体系
  - 3.9.4 啤酒产业创新发展路径
  - 3.9.5 “互联网+啤酒”解决方案

#### 第四章 2021-2023年中国啤酒市场分析

- 4.1 2021-2023年中国啤酒市场销售状况
  - 4.1.1 销售规模分析
  - 4.1.2 产品价格分布
  - 4.1.3 销售价格走势

- 4.1.4 线上销售转型
- 4.2 城市啤酒市场
  - 4.2.1 市场特点分析
  - 4.2.2 市场网络的构成
  - 4.2.3 超市开发策略
  - 4.2.4 社区开发策略
- 4.3 农村啤酒市场
  - 4.3.1 市场特点分析
  - 4.3.2 市场潜力巨大
  - 4.3.3 市场增长主力
  - 4.3.4 啤企营销策略
  - 4.3.5 市场拓展策略
- 4.4 啤酒市场消费分析
  - 4.4.1 消费规模走势
  - 4.4.2 消费影响因素
  - 4.4.3 消费群体定位
  - 4.4.4 人均消费规模
  - 4.4.5 消费场所特点
  - 4.4.6 消费影响因素
  - 4.4.7 惯性消费特点
- 4.5 大数据助力啤酒市场发展
  - 4.5.1 大数据应用价值分析
  - 4.5.2 应用谏芷诤芾
  - 4.5.3 应用于技术产品创新
- 4.6 啤酒经销商分析
  - 4.6.1 经销商主要发展模式
  - 4.6.2 经销商发展困境分析
  - 4.6.3 经销商发展路径分析
  - 4.6.4 经销商发展案例分析
  - 4.6.5 新零售下的发展方向

## 第五章 2021-2023年中国啤酒区域市场分析

- 5.1 区域总体状况
  - 5.1.1 区域产量总况
  - 5.1.2 区域竞争格局
- 5.2 山东
  - 5.2.1 山东啤酒产量情况
  - 5.2.2 潍坊啤酒市场状况
  - 5.2.3 山东啤酒市场动态
- 5.3 广东
  - 5.3.1 广东啤酒产量情况
  - 5.3.2 广东啤酒消费情况
  - 5.3.3 广东啤酒市场动态
- 5.4 河南
  - 5.4.1 河南啤酒产量情况
  - 5.4.2 河南啤酒发展状况
  - 5.4.3 河南啤酒市场动态
- 5.5 浙江
  - 5.5.1 浙江啤酒产量情况
  - 5.5.2 啤酒企业生产情况
  - 5.5.3 浙江啤酒市场动态
- 5.6 四川
  - 5.6.1 四川啤酒产量情况
  - 5.6.2 四川啤酒消费情况
  - 5.6.3 四川啤酒市场动态

## 第六章 2021-2023年中国啤酒品牌发展分析

- 6.1 中国啤酒品牌的发展状况
  - 6.1.1 品牌发展阶段
  - 6.1.2 品牌内容分析
  - 6.1.3 重点品牌介绍
  - 6.1.4 品牌力指数排名
  - 6.1.5 过硬品牌营销指数
  - 6.1.6 品牌啤酒质量对比



- 6.2 中国区域啤酒品牌的发展
  - 6.2.1 区域强势品牌发展的可行性
  - 6.2.2 区域性品牌发展情况分析
  - 6.2.3 区域品牌市场的发展对策
- 6.3 中国啤酒品牌发展中的问题
  - 6.3.1 高端品牌发展的难题
  - 6.3.2 品牌的传播误区分析
  - 6.3.3 品牌建设缺乏稳定性
- 6.4 中国啤酒品牌市场的发展策略及趋势
  - 6.4.1 品牌发展和推广策略
  - 6.4.2 三线啤酒品牌发展建议
  - 6.4.3 品牌市场的发展趋势
  - 6.4.4 品牌市场的发展方向

## 第七章 2021-2023年中国啤酒行业营销分析

- 7.1 中国啤酒营销总体状况
  - 7.1.1 市场营销模式
  - 7.1.2 营销的中国特色
  - 7.1.3 市场营销方向
- 7.2 中国啤酒文化营销分析
  - 7.2.1 啤酒文化的内涵分析
  - 7.2.2 文化营销的应用原理
  - 7.2.3 啤酒文化与营销的结合
- 7.3 中国啤酒体育营销分析
  - 7.3.1 体育营销的优势
  - 7.3.2 体育营销的可行性
  - 7.3.3 体育赛事营销案例
  - 7.3.4 体育营销战略选择
- 7.4 中国啤酒夜场营销分析
  - 7.4.1 夜场终端分类
  - 7.4.2 夜场市场特征
  - 7.4.3 夜场营销策略

- 7.5 中国啤酒行业分众营销分析
  - 7.5.1 分众营销概述
  - 7.5.2 突破分众营销阻力
  - 7.5.3 分众营销策略
- 7.6 中国啤酒品牌微信营销分析
  - 7.6.1 营销背景分析
  - 7.6.2 微信营销优势
  - 7.6.3 微信营销状况
  - 7.6.4 微信营销问题
  - 7.6.5 微信营销策略
- 7.7 中国啤酒企业资源营销分析
  - 7.7.1 营销资源构成分析
  - 7.7.2 营销资源优劣势分析
  - 7.7.3 资源营销策略分析
- 7.8 中国啤酒品牌广告策略简析
  - 7.8.1 品牌实施广告策略的状况
  - 7.8.2 品牌广告策略影响因素
  - 7.8.3 品牌广告策略途径探索
- 7.9 啤酒营销中存在问题分析
  - 7.9.1 传统营销模式问题分析
  - 7.9.2 啤酒营销的同质化问题
  - 7.9.3 啤酒营销渠道存在问题
  - 7.9.4 中国啤酒品牌营销误区
  - 7.9.5 中国啤酒企业营销误区
  - 7.9.6 啤酒企业销售管理问题
- 7.10 啤酒行业营销的策略分析
  - 7.10.1 企业营销渠道改进
  - 7.10.2 行业营销避免同质化
  - 7.10.3 市场创新营销策略
  - 7.10.4 行业深度营销策略
  - 7.10.5 产品跨界营销创新
  - 7.10.6 企业销售管理对策

## 第八章 2021-2023年相关酒业发展状况分析

### 8.1 白酒

#### 8.1.1 产业发展现状综述

#### 8.1.2 产品产量数据分析

#### 8.1.3 企业运营状况分析

#### 8.1.4 企业智能生产布局

#### 8.1.5 行业发展政策利好

#### 8.1.6 白酒行业投资分析

#### 8.1.7 市场发展趋势分析

### 8.2 葡萄酒

#### 8.2.1 全球发展状况分析

#### 8.2.2 国内行业发展现状

#### 8.2.3 国内市场发展特征

#### 8.2.4 产品产量数据分析

#### 8.2.5 上市企业运营状况

#### 8.2.6 市场竞争策略分析

### 8.3 黄酒

#### 8.3.1 行业发展现状分析

#### 8.3.2 行业产量规模分析

#### 8.3.3 行业技术研究进展

#### 8.3.4 行业贸易形势分析

#### 8.3.5 行业发展面临机遇

#### 8.3.6 行业发展建议分析

## 第九章 2021-2023年啤酒关联产业的发展分析

### 9.1 中国啤酒花行业发展分析

#### 9.1.1 中国啤酒花产业发展阶段

#### 9.1.2 中国啤酒花市场发展状况

#### 9.1.3 中国啤酒花行业存在的问题

#### 9.1.4 中国啤酒花行业发展策略

### 9.

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/414858.html>