

2022年中国啤酒行业： 消费升级助推啤酒品牌焕发生机

2022 China Beer Industry: Consumption Upgrade fuels
Beer Brands Radiate New Vitality

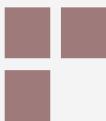
2022 年中国ビール産業：消費のアップグレードがビー
ルブランドの活性化を後押し

(摘要版)

报告标签：啤酒 消费升级 高端化 青岛啤酒 燕京啤酒

撰写人：蒋孟炜

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施、追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用“头豹研究院”或“头豹”的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。



观点摘要

纵观百余年的发展历史，中国啤酒行业已逐渐进入量稳价增、降本增效的存量博弈时代，啤酒企业能否在存量竞争中抓住新的增长点成为该阶段发展的关键。受疫情冲击后，2021年中国啤酒产量为3,562.43万千升，产销量与价格在消费升级带动全行业高端化的大背景下均呈现出上升态势，有望迎来稳步增长，预计到2026年中国啤酒行业市场规模可达到4,178.6亿元，未来五年复合增长率为3.9%。

本文主要关注于中国啤酒行业的市场现状，产业链情况，分析了中国啤酒行业的核心驱动力以及未来的发展趋势。

- ✓ 中国啤酒行业经过百余年发展，已成为世界第一啤酒大国，形成了以大型啤酒集团为先导、区域性品牌多足鼎立的新格局

随着中国啤酒市场的迅速发展，行业已进入成熟期，形成了供销两旺的局面，行业内部的竞争亦愈发激烈，啤酒企业朝着大型化、集团化方向发展。与此同时，中国啤酒行业集中度日益提升，2021年CR5已达到92.9%，形成了以大型啤酒集团为先导、区域性品牌多足鼎立的稳固竞争格局。

- ✓ 后疫情时代，中国啤酒行业市场规模触底反弹，产销量齐增，叠加消费升级赋能行业向高端化发展，未来啤酒价格有望持续提升

中国啤酒行业产销量于2020年触底反弹，叠加消费升级带动全行业结构升级向高端化发展，预计未来五年行业将迎来稳步增长：消费升级的大趋势促使啤酒品牌从低端向中高端转型，啤酒零售价将持续上升，价格空间打开，市场规模有望稳步扩张。

- ✓ 啤酒行业进入存量竞争阶段，盈利能力成为核心增长点，而消费升级倒逼行业优化产品结构向高端化、差异化发展

存量博弈阶段，高端化成为啤酒行业的发展趋势，而消费升级正是其背后的核心驱动力：中国啤酒行业高端化极大程度上可匹配消费者品质化的需求，体现在精酿、国潮以及IP联名市场的迅速扩容。啤酒厂商不断将产品结构向高端化、细分化方向调整以满足不同人群个性化的需求，开拓下游需求端的同时提升产品单价、有效增强盈利能力

■ 中国啤酒的定义与分类

啤酒是以麦芽为主要原料，添加啤酒花后经酵母发酵酿制而成的含二氧化碳、起泡的低酒精度饮料，又称“液体面包”，已成为继水和茶之后全球消耗量排名第三的饮料品类。啤酒行业经过多年的发展演进，分类方式多种多样，但全球公认权威的分类方式是按酿造工艺分为Ale(艾尔)和Lager(拉格)。

■ 啤酒在中国本土化过程中，衍生出较多差异化的产品

啤酒属于外来酒种，在中国本土化过程中衍生出较多特有品类，并朝差异化方向发展：区别于国际较常见的醇厚口感，中国啤酒以风格高度统一的清淡型黄啤为主，在此基础上，各啤酒品牌在工艺流程上推陈出新，创造出如纯生、原浆、干爽、冰纯等不同风味的啤酒口感以满足消费者的不同需求。

■ 中国啤酒的分类方式可反映中国啤酒市场主流产品

啤酒按酿造工艺可分为艾尔和拉格两大类，其中艾尔约占啤酒种类的80%以上，但工业啤酒则以拉格为主，产量占90%以上。啤酒按色泽可分为黄啤和黑啤，其中黄啤口味清爽，受中国消费者喜爱，是中国啤酒市场现阶段的主流产品

	类别	区别
按酿造工艺	顶部发酵(Ale)	◆ 酵母在顶部发酵，发酵温度在16~24°C间，酒香浓郁，风味独特
	底部发酵(Lager)	◆ 酵母在底部发酵，温度在10度以下，不易变质，便于大规模量产
按色泽	黄啤	◆ 黄啤多采用溶解度较低的麦芽为原材料，口味清爽，酒花香味浓郁
	黑啤	◆ 黑啤多呈深红褐色或黑褐色，麦芽汁浓度大，味道醇厚，麦芽香气明显
按杀菌情况	生啤（鲜啤）	◆ 生啤不经灭菌处理，酒中保存了部分酵母菌，口味鲜美但保质期仅3~7天
	熟啤	◆ 熟啤严格灭菌并加工，牺牲酵母菌和啤酒花等风味，保质期长，适合批量生产和大规模销售

■ 中国啤酒行业市场规模

疫情冲击后，中国啤酒行业市场规模于2020年触底反弹，量价齐增，叠加消费升级赋能行业向高端化发展，未来零售价格有望持续增加，预计2026年中国啤酒规模将达到4,178.6亿元

中国啤酒行业市场规模，2017-2026年预测

完整版登录www.leadleo.com

搜索《2022年中国啤酒行业：消费升级助推啤酒品牌焕发生机》



■ 2013年后中国啤酒行业规模见顶，产销量双降

由于中国老龄化趋势加剧，20-50岁啤酒消费主力人群减少，叠加近年来白酒、葡萄酒等酒类抢占市场份额，2017-2021年中国啤酒行业年复合增长率为-5.1%

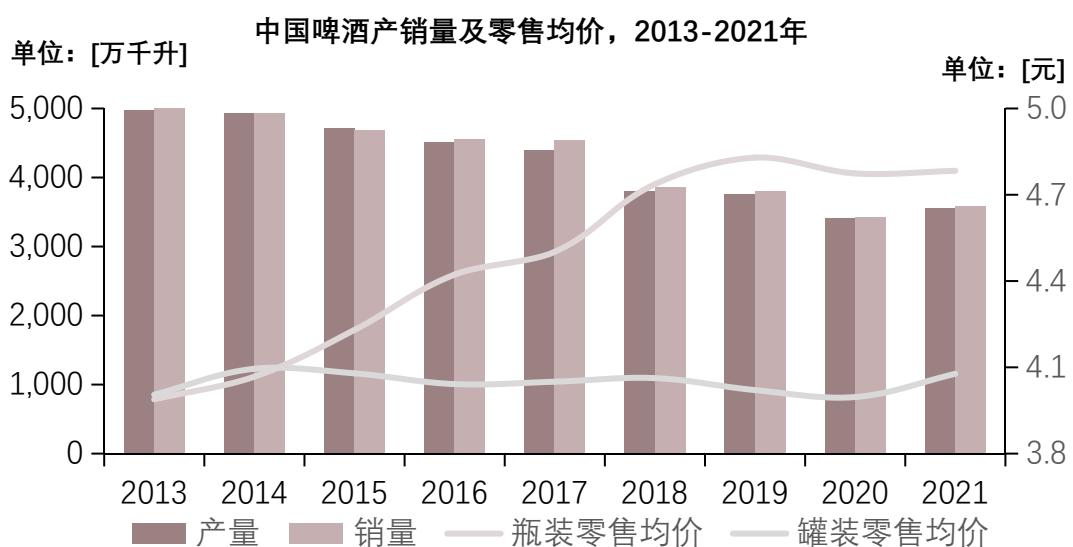
■ 中国啤酒行业产销量在2020年触底反弹，预计未来五年行业将迎来稳步增长

消费升级的大趋势促使啤酒品牌从低端向中高端转型，啤酒零售价将持续上升，价格空间打开，市场规模有望稳步扩张。预计2026年中国啤酒行业市场规模可达4,178.6亿元，未来五年复合增长率为3.9%

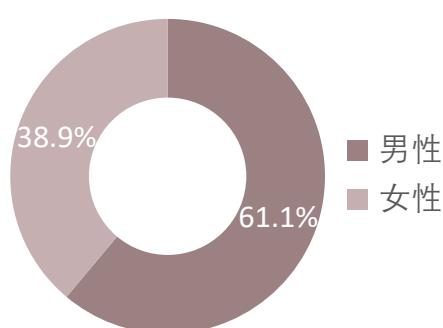
■ 中国啤酒行业发展现状

中国啤酒行业已进入存量竞争阶段，出现量减价增的特征，但随着消费升级助推啤酒品牌高端化转型并积极拓展女性消费群体，后疫情时代中国啤酒行业有望实现量价齐增

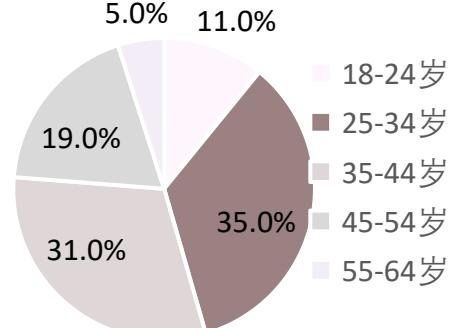
- 中国啤酒自2013年产销量见顶以来，行业已进入存量竞争阶段，并出现了量减价增的特征：中国啤酒产销量2013年至2020年下降约31%左右，众多啤酒企业面临营收和利润下滑的局面，在消费升级的背景下纷纷向中高端化转型。在此趋势下，中国啤酒价格近年来稳步上涨，全行业出现了量减价增的特征，后疫情时代中国啤酒行业有望延续2021年量价齐增的趋势，实现进一步复苏增长
- 中国啤酒行业男女消费人群比例逐渐向1:1靠拢：2021年中国61.1%的啤酒消费者为男性，而近四成为女性。在此背景下部分啤酒厂商已开始针对女性消费群体推出新品以实现精准营销，积极拓展女性市场，寻找新的市场增长点



分年龄啤酒消费占比，2021年



分年龄啤酒消费占比，2021年



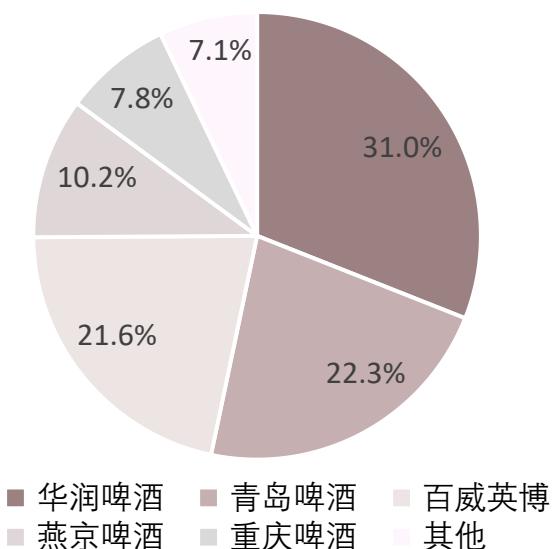
■ 中国啤酒行业竞争格局

中国啤酒市场形成了五大龙头公司割据市场的寡头竞争格局，市场集中度持续提高已逐渐稳定在较高水平，市场格局基本稳固。

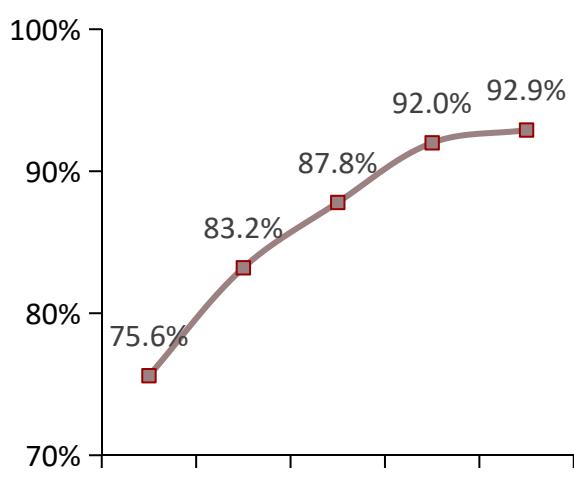
■ 中国啤酒市场已进入成熟阶段，市场集中度较高，竞争格局稳固

中国啤酒行业经过多年发展与整合已进入成熟阶段，已形成以华润啤酒、青岛啤酒、百威英博、燕京啤酒、重庆啤酒五家龙头企业，众多区域性本土啤酒品牌瓜分剩余的市场份额，如珠江啤酒、兰州黄河等。前五啤酒品牌市场集中度自2017年的75.6%增长至2021年的92.9%，瓜分了中国啤酒行业的主要市场份额，竞争格局基本稳定，未来集中度仍存在提升空间但增速预计将较为平缓，同业整合并购事件相较以往将有所减少中国啤酒的分类方式可反映中国啤酒市场主流产品

中国啤酒行业市场份额，2021年



中国前五啤酒品牌市场集中度，2021年

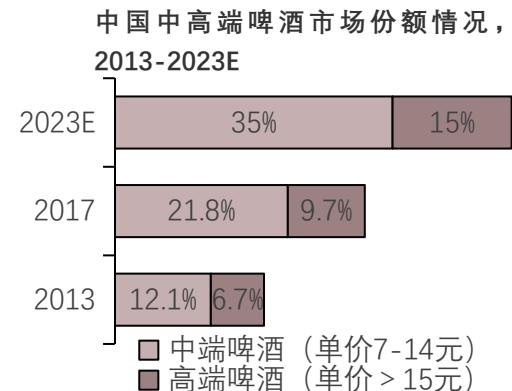


■ 中国啤酒行业发展趋势

中国啤酒行业步入成熟期后，产销量见顶进入存量竞争阶段，盈利能力成为核心增长点，而消费升级产生的品质化、个性化及多元化的需求倒逼行业优化产品结构向高端化和差异化发展，进而提升毛利率。

行业高端化

- 存量博弈阶段，高端化成为啤酒行业的发展趋势，而消费升级正是背后的核心驱动力：中国啤酒行业高端化极大程度上匹配消费者品质化的需求，体现在精酿、国潮以及IP联名市场的迅速扩容。



产品差异化

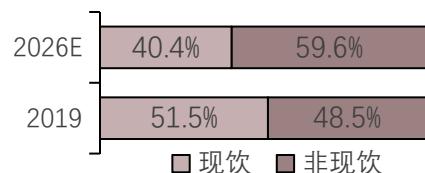
- 啤酒厂商不断将产品结构高端化、细分化以满足不同人群个性化的需求，开拓下游需求端的同时提升产品单价、有效增强盈利能力。

不同需求人群	啤酒产品细分化
酒精、麸质蛋白过敏	无醇啤酒、无麸质啤酒
喝酒痛风	低嘌呤啤酒
戒糖、养生	无糖啤酒、低热量啤酒
偏好中式精酿	中式增味酒（茶叶、茉莉花等）
文化自信	国潮啤酒

渠道革新化

- 悅己消费、宅家文化极大丰富了啤酒消费场景，促使啤酒厂商革新销售渠道：新消费趋势推动下，啤酒消费的场景化增强，并向个人享受型转变，叠加疫情影响。中国啤酒行业消费渠道重心已出现向非现饮转移的趋势，未来线上电商、新零售平台的规模将进一步扩大。

啤酒消费渠道占比情况，2019-2026E





完整版研究报告阅读渠道：

- 登录www.leadleo.com，搜索《2022年中国啤酒行业：消费升级助推啤酒品牌焕发生机》

了解其他食品饮料系列课题，登陆头豹研究院官网搜索查阅：

- 2022年中国南京市酒馆市场调研
- 2021年中国低度酒行业：微醺经济下低度酒市场发展空间如何？
- 2022年中国高端白酒企业对比分析报告
- 2021年海伦司企业研究报告：中国夜间小酒馆投资逻辑分析
- 2021年华润啤酒企业研究报告

若您期待尽快看到下篇报告或对下篇报告的内容有独到见解，头豹欢迎您加入到此篇报告的研究中。相关咨询，欢迎联系头豹研究院消费行业研究团队

邮箱：gary.liu@leadleo.com

头豹研究院简介

- ◆ 头豹是中国领先的原创行业研究内容平台和新型企业服务提供商。围绕“协助企业加速资本价值的挖掘、提升、传播”这一核心目标，头豹打造了一系列产品及解决方案，包括：报告/数据库服务、行业研报定制服务、微估值及微尽调自动化产品、财务顾问服务、PR及IR服务，以及其他以企业为基础，利用大数据、区块链和人工智能等技术，围绕产业焦点、热点问题，基于丰富案例和海量数据，通过开放合作的增长咨询服务等
- ◆ 头豹致力于以优质商业资源共享研究平台，汇集各界智慧，推动产业健康、有序、可持续发展



备注：数据截止2022.6

四大核心服务

企业服务

为企业提供定制化报告服务、管理咨询、战略调整等服务

行业排名、展会宣传

行业峰会策划、奖项评选、行业白皮书等服务

云研究院服务

提供行业分析师外派驻场服务，平台数据库、报告库及内部研究团队提供技术支持服务

园区规划、产业规划

地方产业规划，园区企业孵化服务

报告阅读渠道

头豹官网 —— www.leadleo.com 阅读更多报告

头豹APP/小程序 —— 搜索“头豹” 手机可便捷阅读研报

头豹交流群 —— 可添加企业微信13080197867，身份认证后邀您进群

详情咨询



客服电话

400-072-5588

上海



王先生： 13611634866

李女士： 13061967127

深圳



李先生： 13080197867

李女士： 18049912451

南京



杨先生： 13120628075

唐先生： 18014813521