

2024-2030年中国无醇啤酒行业市场行情动态及竞争战略分析报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2024-2030年中国无醇啤酒行业市场行情动态及竞争战略分析报告》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/202105/952080.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

为方便行业人士或投资者更进一步了解无醇啤酒行业现状与前景，智研咨询特推出《2024-2030年中国无醇啤酒行业市场行情动态及竞争战略分析报告》（以下简称《报告》）。报告对中国无醇啤酒市场做出全面梳理和深入分析，是智研咨询多年连续追踪、实地走访、调研和分析成果的呈现。

为确保无醇啤酒行业数据精准性以及内容的可参考价值，智研咨询研究团队通过上市公司年报、厂家调研、经销商座谈、专家验证等多渠道开展数据采集工作，并对数据进行多维度分析，以求深度剖析行业各个领域，使从业者能够从多种维度、多个侧面综合了解2022年无醇啤酒行业的发展态势，以及创新前沿热点，进而赋能无醇啤酒从业者抢跑转型赛道。

2021年10月，由中国酒业协会团体标准审查委员会归口，青岛啤酒股份有限公司负责起草，中国食品发酵工业研究院有限公司、华润雪花啤酒（中国）有限公司、百威投资（中国）有限公司、北京燕京啤酒股份有限公司、嘉士伯（中国）啤酒工贸有限公司、广州南沙珠江啤酒有限公司共同参与制定的《无醇啤酒》团体标准发布。该项标准在GB/T4927《啤酒质量要求》的基础上，对无醇啤酒的分类、要求、分析方法、检验规则及标志、包装、运输和贮存等方面进行了规定，无醇啤酒的关键指标有了明确规范。

无醇啤酒被界定为：

无醇啤酒——酒精度小于或等于0.5%vol的啤酒；0.0%无醇啤酒——酒精度小于0.05%vol的啤酒。

无醇啤酒主要分为以下三类：

无醇艾尔啤酒：酒精度小于或等于0.5%vol，使用上面酵母发酵的啤酒。

无醇拉格啤酒：酒精度小于或等于0.5%vol，使用下面酵母发酵的啤酒。

特种无醇啤酒：由于原辅材料、工艺的改变或多种微生物使用，使之具有特殊风格的无醇啤酒，如无醇白啤酒、无醇皮尔森、无醇酸啤酒、无醇果蔬汁啤酒、无醇果蔬味啤酒等。

无醇啤酒的酿造工艺很多，本质区别是采用不同的脱醇方式降低酒精含量。工艺方法可以分为两类：一类是生物法，即特殊酵母法，限制发酵法；另一类是物理法，即热法和膜法。

从酿造工艺效果和感官品评结果来看，研究比较成熟的物理法酿造出来的无醇啤酒能够比较好地保留住风味物质，脱醇效果较好，理化指标较正常，多方面接近于正常啤酒。而生物法因为麦汁比例过高影响口感，风味物质含量偏低，但优点是酒精含量较低。而未来基因工程的发展和人们在微生物领域的研究会使生物法应用发展迅速，生物法具备很好的发展潜力。

从成本控制来说，有的酿造工艺需要额外的设备和人工管理，而有的工艺可以减少原料上的使用和节约的时间成本。因为生物法着重于酵母等微生物，所以在设备投资和安装操作上可以降低成本。而物理法中的膜法因其需要额外的设备和其他的投入，是成本最高的生产方法。生产企业可以通过优化工艺或者多种工艺融合等方法进行成本的控制，并形成合适的生产

工艺流程。

从酿造工艺效果和感官品评结果来看，研究比较成熟的物理法酿造出来的无醇啤酒能够比较好地保留住风味物质，脱醇效果较好，理化指标较正常，多方面接近于正常啤酒。而生物法因为麦汁比例过高影响口感，风味物质含量偏低，但优点是酒精含量较低。在未来，基因工程的发展和人们在微生物领域的研究会使生物法应用发展迅速，生物法将会成为生产无醇啤酒的一种新兴方法。

从成本控制来说，有的酿造工艺需要额外的设备和人工管理，而有的工艺可以减少原料上的使用和节约的时间成本。因为生物法着重于酵母等微生物，所以在设备投资和安装操作上可以降低成本。而物理法中的膜法因其需要额外的设备和其他的投入，是成本最高的生产方法。生产企业可以通过优化工艺或者多种工艺融合等方法进行成本的控制，并形成合适的生产工艺流程。总的来说，有的缺陷可以通过后期采取一些手段减弱或者解决，有的缺陷却是无法避免的。不同的酿造工艺各有优劣，对于方法和工艺的选择应根据自身具体情况进行选择。

随着科技的进步以及无醇啤酒的兴起，相信不久的将来，无醇啤酒将不再作为普通啤酒的替代品，而是成为一种新兴的无酒精饮料。酿造工艺也会不断革新，能够酿造出风味更好、成本更低，更受大家欢迎的无醇啤酒。

在宏观经济、产业生态、消费升级等行业影响维度不断变化的大背景下，中国酒水市场有了从量到质的转变，尤其中产阶层的崛起，酒类消费逐渐从满足基本需求的大众消费向凸显个性化、多元化的高品质消费转移；基于追求绿色、养生、健康以及价值符号属性的消费特征走到聚光灯前。

“少喝点、喝好点”逐渐成为一种新的消费理念与消费趋势。同时随着棘轮效应作用下，互联网经济带来更多的便捷并逐渐被大众所适应并常态化，新的消费场景不断出现，为了满足消费者不同维度的消费需求以及年轻消费群体个性化自我认知的身份表达，近年来，无醇啤酒作为新的品牌突破和新物种，逐渐走进了大众视野，并形成了一种消费潮流。2022年国产无醇啤酒需求量达到59482.8千升，进口量为2364.9千升，市场规模为11.41亿元。

除一众进口品牌外，目前国内市场布局无醇啤酒的企业主要为传统啤酒品牌如燕京啤酒、青岛啤酒、雪花啤酒等。然而随着社会资本和行业龙头的加入，加速了无醇啤酒的发展，压缩了“窗口期”的周期。在水大鱼大的国内市场和新生态环境中，代际结构调整、新消费场景不断涌现、社会资本和行业龙头纷纷入场四者融合的大背景下，具备资源（资本）、产品、品牌、组织、渠道优势的龙头企业，有机会在无醇啤酒品类的竞争中脱颖而出，打造出“独角兽”型的细分品类大单品。

无醇啤酒在进入中国后，经过了一段时间的停滞不前，实际上是市场消费需求未达到临界点

；随着经济的发展，收入的提高，消费的升级，近几年热度逐渐上涨，业外资本、行业巨头纷纷加码入场，无醇啤酒的消费市场开始进入一个新品类的窗口期。

由于啤酒行业整体进入存量竞争阶段，国内啤酒龙头企业都在对产品结构进行优化，布局中高端啤酒市场；面对无醇啤酒巨大的市场红利，将会成为啤酒企业新的利润增长点之一，业外资本和饮料行业巨头纷纷加入，致使整个赛道战火四起，热闹非凡；根据精酿啤酒的发展历程，无醇啤酒的赛道将比精酿啤酒崛起的历程更激烈，更残酷。未来市场竞争趋势如下：

1) 饮料巨头“跨界”进军

饮料企业进军无醇酒饮赛道，致使整个赛道竞争日趋激烈，加速了品类升级和迭代。消费升级，让低度无醇饮料的前景发生了巨大变化；饮料界巨头凭借雄厚的经济实力、健全的销售网络以及完善的组织团队，“跨界”涌入无醇酒饮赛道，呈现出一种跨界、混搭的趋向。

2) 市场集中度提高

头部企业在市场的话语权、对渠道的强掌控力和完善的数字化服务，加速了无醇啤酒品类的集中程度。啤酒行业整体呈现挤压式增长状态，棘轮效应显著，头部企业掌握了市场90%以上的话语权，凭借强大的渠道的掌控力和产品的曝光率，以及无缝隙、全天候立体的品牌推广方式，全方位的数字化服务体系，占据了大部分消费者的心智。头部龙头企业多年的市场精耕，具备了资源、成本、渠道优势，他们名下的无醇啤酒依靠母品牌的影响力，在成本控制、渠道拓展、品牌推广会更有实力，让无醇啤酒品类的市场集中化加速形成。

《2024-2030年中国无醇啤酒行业市场行情动态及竞争战略分析报告》是智研咨询重要成果，是智研咨询引领行业变革、寄情行业、践行使命的有力体现，更是无醇啤酒领域从业者把脉行业不可或缺的重要工具。智研咨询已经形成一套完整、立体的智库体系，多年来服务政府、企业、金融机构等，提供科技、咨询、教育、生态、资本等服务。

报告目录：

第一章 无醇啤酒行业相关概述

第一节 无醇啤酒行业相关概述

一、无醇啤酒产品概述

二、无醇啤酒产品分类及用途

第二节 无醇啤酒行业经营模式分析

一、生产模式

二、采购模式

三、销售模式

第二章 中国无醇啤酒行业发展环境分析

第一节 中国宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹
- 二、居民消费价格指数分析
- 三、城乡居民收入分析
- 四、社会固定资产投资分析
- 五、进出口贸易历史变动轨迹
- 六、2024-2030年我国宏观经济发展预测

第二节 中国无醇啤酒行业政策环境分析

- 一、无醇啤酒行业监管管理体制
- 二、无醇啤酒行业相关政策分析
- 三、上下游产业政策影响分析

第三节 中国无醇啤酒行业技术环境分析

第三章 中国无醇啤酒行业运行态势分析

第一节 中国无醇啤酒行业概况分析

- 一、无醇啤酒生产经营概况
- 二、无醇啤酒行业总体发展概况

第二节 中国无醇啤酒的发展及存在的问题分析

- 一、中国无醇啤酒行业发展中的问题
- 二、解决措施

第四章 2019-2023年中国无醇啤酒产业运行情况分析

第一节 2019-2023年中国无醇啤酒行业发展状况

- 一、2019-2023年无醇啤酒行业市场供给分析
- 二、2019-2023年无醇啤酒行业市场需求分析
- 三、2019-2023年无醇啤酒行业市场规模分析

第二节 中国无醇啤酒行业集中度分析

- 一、无醇啤酒行业市场区域分布情况
- 二、无醇啤酒行业市场集中度分析

第三节 2019-2023年中国无醇啤酒区域市场规模分析

- 一、2019-2023年华东地区市场规模分析
- 二、2019-2023年华南地区市场规模分析
- 三、2019-2023年华中地区市场规模分析
- 四、2019-2023年华北地区市场规模分析
- 五、2019-2023年西北地区市场规模分析

六、2019-2023年西南地区市场规模分析

七、2019-2023年东北地区市场规模分析

第五章 无醇啤酒行业市场价格分析

第一节 无醇啤酒产品价格特征分析

第二节 影响国内市场无醇啤酒产品价格的因素

第三节 主流企业产品价位及价格策略

第四节 无醇啤酒行业未来价格变化趋势

第六章 2019-2023年中国无醇啤酒行业竞争情况分析

第一节 无醇啤酒行业经济指标分析

一、无醇啤酒行业赢利性分析

二、无醇啤酒产品附加值的提升空间

三、无醇啤酒行业进入壁垒/退出机制

四、无醇啤酒行业周期性、季节性等特点

第二节 无醇啤酒行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第三节 无醇啤酒行业SWOT模型分析

第七章 中国无醇啤酒行业上下游产业链分析

第一节 无醇啤酒行业上下游产业链概述

第二节 无醇啤酒上游行业发展状况分析

一、上游原材料市场发展现状

二、上游原材料供应情况分析

三、上游原材料价格走势分析

第三节 无醇啤酒下游行业需求市场分析

一、下游行业发展现状分析

二、下游行业需求状况分析

三、下游行业需求前景分析

第八章 重点企业经营状况分析

第一节 青岛啤酒股份有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业财务状况分析
- 四、企业发展战略分析

第二节 百威投资（中国）有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业财务状况分析
- 四、企业发展战略分析

第三节 华润啤酒（控股）有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业财务状况分析
- 四、企业发展战略分析

第四节 北京燕京啤酒股份有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业财务状况分析
- 四、企业发展战略分析

第五节 广州珠江啤酒股份有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业财务状况分析
- 四、企业发展战略分析

第六节 嘉士伯啤酒（广东）有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业财务状况分析
- 四、企业发展战略分析

第九章 2019-2023年中国无醇啤酒所属行业主要数据监测分析

第一节 2019-2023年中国无醇啤酒所属行业规模分析

- 一、工业销售产值分析
- 二、出口交货值分析

第二节 2023年中国无醇啤酒所属行业结构分析

- 一、无醇啤酒企业结构分析
- 二、无醇啤酒所属行业从业人员结构分析

第三节 2019-2023年中国无醇啤酒所属行业关键性财务指标分析

- 一、行业主要盈利能力分析
- 二、行业主要偿债能力分析
- 三、行业主要运营能力分析

第十章 无醇啤酒行业替代品及互补产品分析

第一节 无醇啤酒行业替代品分析

- 一、替代品种类
- 二、主要替代品对无醇啤酒行业的影响
- 三、替代品发展趋势分析

第二节 无醇啤酒行业互补产品分析

- 一、行业互补产品种类
- 二、主要互补产品对无醇啤酒行业的影响
- 三、互补产品发展趋势分析

第十一章 无醇啤酒产业渠道分析

- 第一节 2023年国内无醇啤酒产品的经销模式
- 第二节 无醇啤酒行业渠道格局
- 第三节 无醇啤酒行业渠道形式
- 第四节 无醇啤酒渠道要素对比
- 第五节 无醇啤酒行业国际化营销模式分析
- 第六节 2023年国内无醇啤酒产品生产及销售投资运作模式分析

第十二章 2024-2030年无醇啤酒行业发展前景预测分析

第一节 无醇啤酒行业投资价值分析

- 一、2024-2030年国内无醇啤酒行业盈利能力分析
- 二、2024-2030年国内无醇啤酒行业偿债能力分析
- 三、2024-2030年国内无醇啤酒行业运营能力分析
- 四、2024-2030年国内无醇啤酒产品投资收益率分析预测

第二节 2024-2030年国内无醇啤酒行业投资机会分析

- 一、国内强劲的经济增长对无醇啤酒行业的支撑因素分析
- 二、下游行业的需求对无醇啤酒行业的推动因素分析

三、无醇啤酒产品相关产业的发展对无醇啤酒行业的带动因素分析

第三节 2024-2030年中国无醇啤酒行业供需预测

一、2024-2030年中国无醇啤酒行业供给预测

二、2024-2030年中国无醇啤酒行业需求预测

第四节 2024-2030年中国无醇啤酒行业运行状况预测

一、2024-2030年无醇啤酒行业工业总产值预测

二、2024-2030年无醇啤酒行业销售收入预测

第十三章 2024-2030年中国无醇啤酒行业投资风险分析

第一节 中国无醇啤酒行业存在问题分析

第二节 中国无醇啤酒行业上下游产业链风险分析

一、下游行业需求市场风险分析

二、关联行业风险分析

第三节 中国无醇啤酒行业投资风险分析

一、政策和体制风险分析

二、技术发展风险分析

三、原材料风险分析

四、进入/退出风险分析

五、经营管理风险分析

第十四章 2024-2030年中国无醇啤酒行业发展策略及投资建议

第一节 无醇啤酒行业发展战略规划背景意义

一、行业转型升级的需要

二、行业做大做强的需要

三、行业可持续发展需要

第二节 无醇啤酒行业战略规划制定依据

一、行业发展规律

二、企业资源与能力

三、可预期的战略定位

第三节 无醇啤酒行业战略规划策略分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、区域战略规划

四、产业战略规划

五、营销品牌战略

六、竞争战略规划

第四节 无醇啤酒行业市场的关键客户战略实施

一、重点客户战略的必要性

二、重点客户的鉴别与确定

三、重点客户的开发与培育

四、重点客户市场营销策略

第五节 投资建议

图表目录：部分

图表1：无醇啤酒行业相关现行标准

图表2：无醇啤酒行业进出口税率情况

图表3我国啤酒行业相关政策

图表4：各省市啤酒行业相关政策

图表5：我国食品生产行业相关政策

图表6：部分省市食品生产行业相关政策

图表7：2019-2023年中国无醇啤酒产量及占比

图表8：2019-2023年中国无醇啤酒行业产量情况

图表9：2019-2023年中国无醇啤酒行业供需情况

图表10：2019-2023年中国无醇啤酒行业市场规模情况

图表11：2019-2023年中国无醇啤酒行业细分产品规模情况

图表12：国内无醇啤酒市场部分参与者及产品终端报价一览

图表13：2019-2023年中国无醇啤酒市场细分产品价格走势

图表14：主要无醇啤酒零售价格

图表15：2024-2030年中国无醇啤酒价格预测

图表16：无醇啤酒行业产业链示意图

图表17：2024-2030年中国无醇啤酒行业供给预测

图表18：2024-2030年中国无醇啤酒行业需求预测

图表19：2024-2030年中国无醇啤酒零售规模预测

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202105/952080.html>